BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

NGUYỄN NGỌC MINH

PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ ĐẾN NĂM 2015

Chuyên ngành: Kinh tế quản lý và kế hoạch hóa kinh tế quốc dân
Mã số: 5.02.05

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - NĂM 2006

Công trình được hoàn thành tại:
Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh

Người hướng dẫn khoa học:
1. PGS.TS Lê Thanh Hà
2. TS Trần Văn Thanh

Phản biện 1: **PGS. TS Nguyễn Xuân Quế**
Trường Đại học Bán công Marketing Thành phố Hồ Chí Minh
Phản biện 2: **PGS. TS Phước Minh Hiệp**
Trường Đại học Mở Bán công Thành phố Hồ Chí Minh
Phản biện 3: **PGS. TS Đoàn Thị Hồng Vân**
Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

Luận án sẽ được bảo vệ tại Hội đồng chấm luận án cấp Nhà nước
họp tại: Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh

Vào hồi……..giờ…….ngày……tháng……năm 2006.

Có thể tìm luận án tại:
Thư viện Quốc gia Việt Nam
Thư viện Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài:

Thành phố (TP) Cần Thơ nằm ở vị trí trung tâm của Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL). Để thực hiện vai trò thúc đẩy sự phát triển các ngành kinh tế - xã hội của thành phố và toàn vùng, ngành thương mại TP Cần Thơ cần được tăng cường phát triển, tạo những điều kiện thuận lợi cho phát triển sản xuất nông nghiệp và công nghiệp, cung ứng hàng tiêu dùng cho đời sống, đồng thời hòa nhập vào thị trường của vùng, cả nước và quốc tế.

Tại Nghị quyết số 21-NQ/TW ngày 20/1/2003 Bộ Chính trị đã xác định: "Phát triển đô thị, xây dựng TP Cần Thơ thành thành phố loại I trực thuộc Trung ương, đóng vai trò trung tâm kinh tế, văn hoá, khoa học, kỹ thuật của vùng. Xây dựng Trung tâm thương mại cấp vùng ở Cần Thơ và các trung tâm cấp tỉnh ở các thị xã . Hình thành các hệ thống chợ nông sản, thuỷ sản trên toàn vùng".

Với lòng mong muốn khai thác tối đa lợi thế của TP Cần Thơ trong phát triển mạnh ngành thương mại để TP Cần Thơ thực sự trở thành trung tâm thương mại của vùng ĐBSCL theo Nghị quyết của Bộ Chính trị đã xác định, là người đã công tác ngành thương mại, tác giả chọn đề tài "Phát triển ngành thương mại thành phố Cần Thơ đến năm 2015" để làm luận án nghiên cứu.

2. **Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:**

- Đối tượng nghiên cứu của luận án là phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ; xác định quan điểm, mục tiêu và đề xuất một số giải pháp phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015.

- Phạm vi nghiên cứu: phân tích thực trạng phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ từ năm 2000 đến năm 2005 (bao gồm thương mại nội địa và thương mại xuất nhập khẩu hàng hóa, không bao gồm hàng hóa vô hình, không nghiên cứu lĩnh vực dịch vụ); xác định quan điểm, mục tiêu và đề xuất một số giải pháp phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015.

3. Mục tiêu nghiên cứu của luận án:

- Làm rõ các vấn đề lý luận và thực tiễn về học thuyết thương mại quốc tế, vai trò của thương mại, các đặc trưng của thương mại, các yếu tố ảnh hưởng phát triển thương mại đô thị, làm cơ sở cho việc phân tích đánh giá thực trạng phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ thời gian qua.

- Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ giai đoạn 2000-2005, rút ra những kết quả đã đạt được, những tồn tại, hạn chế và nguyên nhân; phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ đối với phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015.

- Xác định quan điểm, mục tiêu và đề xuất một số giải pháp phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015.

4. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu:

- Phương pháp luận:

Luận án vận dụng cách tiếp cận theo duy vật biện chứng, vận dụng quan điểm đường lối của Đảng và chính sách của Nhà nước về phát triển thương mại và theo cách tiếp cận hệ thống để phân tích làm rõ thực trạng phát triển thương mại TP Cần Thơ thời gian qua. Từ đó, có những nhận định và đường lối phát triển các ý tưởng của các quan điểm trong xây dựng các quan điểm, mục tiêu, đề xuất những giải pháp phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015.

- Phương pháp nghiên cứu:

Luận án được sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu: Phương pháp tổng hợp, phân tích, phương pháp so sánh, phương pháp thống kê, phương pháp khảo sát thực tế thu thập số liệu, thực hiện qua các số liệu thống kê báo cáo, khảo sát tại các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn thành phố và phương pháp chuyên gia. Nghiên cứu đúc kết kinh nghiệm về phát triển thương mại của một số tỉnh, thành phố trong cả nước và nước ngoài.

Tài liệu được sử dụng nghiên cứu bao gồm: các Nghị quyết của Đảng Cộng sản Việt Nam, Chiến lược phát triển kinh tế-xã hội cả nước, vùng ĐBSCL; Quy hoạch phát triển ngành thương mại từ

Trung ương đến địa phương; các Nghị quyết của Thành ủy, HĐND và kế hoạch của UBND TP Cần Thơ…Các nguồn số liệu được sử dụng để phân tích: Niên giám thống kê; Báo cáo tổng kết, các hội nghị của Bộ Thương mại và các Bộ, Ban, Ngành Trung ương và các địa phương; Quy hoạch tổng thể ngành, địa phương; tài liệu tham khảo về phát triển thương mại, các biểu số liệu điều tra…

5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án:

- Về lý luận:

Xác định vai trò của thương mại, các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại, vận dụng các học thuyết thương mại quốc tế, đúc kết các bài học kinh nghiệm của các quốc gia vào việc phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ.

- Về thực tiễn:

Phân tích và đánh giá thực trạng phát triển thương mại TP Cần Thơ trong thời gian qua (từ năm 2000 đến năm 2005), những kết quả đạt được, những tồn tại, hạn chế, nguyên nhân; phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ theo ma trận SWOT; xác định quan điểm mục tiêu và đề xuất giải pháp phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015.

6. Kết cấu của luận án:

Luận án gồm 170 trang, 33 bảng, 3 biểu đồ, 17 phụ lục. Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, tài liệu tham khảo và phụ lục, luận án gồm 3 chương:

Chương 1. Cở sở lý luận và thực tiễn về phát triển thương mại đô thị.

Chương 2. Thực trạng phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ từ năm 2000 đến năm 2005.

Chương 3. Một số giải pháp phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015.

CHƯƠNG 1
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ

1.1. Các học thuyết thương mại quốc tế

1.1.1. Thuyết Trọng thương (mercantilism)

Theo thuyết Trọng thương: "Ngoại thương là phương tiện chủ yếu để làm tăng của cải và ngân khố của quốc gia". Hoạt động ngoại thương là trao đổi không ngang giá luôn gây thiệt hại cho nước nhập khẩu và có lợi cho nước xuất khẩu. Sự can thiệp của Chính phủ nhằm đem lại thặng dư trong cán cân thương mại. Các chính sách của Chính phủ cần hướng tới xuất khẩu tối đa và nhập khẩu tối thiểu; việc nhập khẩu nên được hạn chế bằng thuế và hạn ngạch, còn hoạt động xuất khẩu cần được tài trợ (trợ cấp).

1.1.2. Lý thuyết Lợi thế tuyệt đối của Adam Smith

Adam Smith cho rằng: thương mại quốc tế tồn tại trên cơ sở lợi thế tuyệt đối, chỉ có thể thực hiện được giữa các quốc gia có lợi thế tuyệt đối; mỗi quốc gia sẽ chỉ xuất khẩu những hàng hoá có lợi thế tuyệt đối, nhập khẩu những hàng hoá không có lợi thế tuyệt đối; thương mại quốc tế không phải là quy luật trò chơi bằng không mà là trò chơi tích cực (positive Sumgame), các quốc gia đều có lợi hơn thông qua thương mại quốc tế, "bàn tay vô hình" của thị trường hơn là "bàn tay hữu hình" của Chính phủ.

1.1.3. Lý thuyết Lợi thế so sánh của David Ricardo

Lý thuyết về Lợi thế so sánh cho rằng một quốc gia dù không có lợi thế tuyệt đối nhưng có lợi thế so sánh về một số loại sản phẩm nhất định nếu biết cách khai thác tốt lợi thế này thông qua chuyên môn hoá sản xuất và thương mại quốc tế thì cũng có thể nâng cao hiệu quả nền kinh tế; Lợi thế so sánh thể hiện khả năng cạnh tranh của quốc gia đối với sản phẩm trên thị trường thế giới.

1.1.4. Lý thuyết Thương mại quốc tế của Eli Hecksher và Bertil Ohlin

Lý thuyết Hecksher-Ohlin cho rằng một số nước sẽ thu lợi qua xuất khẩu hàng hoá được sản xuất bằng việc sử dụng ở mức cao các yếu tố sản xuất mà nước đó tương đối nhiều, rẻ và nhập khẩu những hàng hoá mà việc sản xuất đòi hỏi sử dụng cao những yếu tố sản xuất mà mình ít có; vận dụng khái niệm "yếu tố thâm dụng" vào việc giải thích vấn đề khai thác lợi thế so sánh của quốc gia để phát triển ngoại thương.

*** Kết luận rút ra từ các lý thuyết thương mại:**(1) Vai trò của Nhà nước và thị trường cùng có ảnh hưởng đan xen nhau trong tiến trình phát triển nền kinh tế hỗn hợp. (2) Xác định những lợi ích do thương mại đem lại. (3) Chỉ ra được những cơ chế và lý do mà thương mại tạo ra lợi ích cho các quốc gia.

1.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến thương mại đô thị tại Việt Nam

1.2.1. Các đặc trưng cơ bản của thương mại

+ Thương mại hàng hóa, dịch vụ phát triển dựa trên cơ sở nền kinh tế nhiều thành phần, trong sự vận động của cơ chế thị trường.

+ Thương mại phát triển theo định hướng XHCN dưới sự quản lý của Nhà nước.

+ Thương mại không chỉ tác động tích cực lên việc phân bổ các nguồn lực trong nước, mà còn làm tăng khả năng thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài.

+ Tất cả các mối quan hệ kinh tế trong lĩnh vực thương mại dịch vụ đều được tiền tệ hóa và được thiết lập một các hợp lý.

1.2.2. Vai trò thương mại trong nền kinh tế quốc dân

(1) Thương mại là điều kiện để thúc đẩy sản xuất hàng hóa phát triển.

(2) Thương mại làm chức năng gắn sản xuất với thị trường.

(3) Thương mại có vai trò hướng dẫn sản xuất và tiêu dùng hợp lý.

(4) Thương mại là cầu nối gắn kết nền kinh tế trong nước và nền kinh tế thế giới, thực hiện chính sách mở cửa.

(5) Thương mại điện tử giúp doanh nghiệp cắt giảm nhanh chi phí, thiết lập và củng cố mối quan hệ giữa các thành tố tham gia thương mại.

1.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến thương mại đô thị tại Việt Nam

- Yếu tố về kinh tế: Chiến lược phát triển kinh tế-xã hội hướng tới một sự phát triển toàn diện và bền vững, các chính sách khác có liên quan có những tác động rất to lớn đến sự phát triển thương mại.

- Yếu tố hội nhập kinh tế, thương mại quốc tế: Hội nhập kinh tế toàn cầu tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại và đầu tư quốc tế phát triển.

- Yếu tố về chính trị, xã hội: Những bất ổn về an ninh, chính trị, xã hội (như chiến tranh, khủng bố, thiên tai, dịch bệnh) là những nguy cơ tiềm ẩn, có thể dẫn đến những khủng hoảng, có ảnh hưởng đến hoạt động thương mại.

- Yếu tố nguồn nhân lực: đóng vai trò hết sức quan trọng.

- Yếu tố tiến bộ khoa học - công nghệ: Sự phát triển của công nghệ thông tin và thương mại điện tử tạo điều kiện giao dịch trên thị trường thế giới, ảnh hưởng đến sự phát triển của thương mại.

1.3. Kinh nghiệm về phát triển thương mại của một số quốc gia

1.3.1. Kinh nghiệm phát triển thương mại của Trung Quốc

Luật pháp áp dụng cho thương mại nội địa ngày càng gần hơn với các thông lệ quốc tế. Các đặc khu kinh tế được phát triển thành các khu trung tâm thương mại lớn. Đổi mới tổ chức ngoại thương, cải cách thủ tục hành chính, tăng cường tính minh bạch, từng bước cắt giảm thuế quan và bãi bỏ dần các biện pháp phi thuế quan, phân quyền trong hoạt động ngoại thương. Thành lập các công ty thương mại quốc tế tổng hợp. Nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa, thúc đẩy phát triển mậu dịch.

1.3.2. Kinh nghiệm phát triển thương mại của Nhật Bản

Thương mại quốc tế có vai trò hết sức quan trọng đối với Nhật Bản. Nâng cao năng lực cạnh tranh cho DN và ưu tiên xuất khẩu sản phẩm. Đa dạng hóa cơ cấu mặt hàng XK và hướng mạnh vào XK những sản phẩm có lợi thế, tăng tổng kim ngạch XK. Xúc tiến XK trong và ngoài nước. Nhật Bản đang củng cố hệ thống thương mại đa phương, thực hiện chính sách không phân biệt đối xử và công bằng trong khuôn khổ WTO. Sự kết hợp hài hòa giữa Chính phủ và giới kinh doanh ở Nhật trong chính sách ngoại thương tạo được sức cạnh tranh mạnh mẽ ở tầm quốc gia.

1.3.3. Kinh nghiệm phát triển thương mại của Thái Lan

Thái Lan sử dụng rất nhiều luật để điều tiết thị trường nội địa. Cơ cấu mặt hàng XK theo hướng đa dạng, tận dụng được lợi thế về tài nguyên thiên nhiên. Chính phủ Thái Lan hợp tác chặt chẽ với khu vực tư nhân; thực hiện chính sách tự do hóa, tư nhân hóa một số lĩnh vực hoạt động công cộng. Chính sách tỷ giá linh hoạt và hệ thống thanh toán tự do đã được thực hiện.

1.3.4. Một số bài học kinh nghiệm rút ra từ phát triển thương mại của một số quốc gia

- Bài học 1. Kết hợp phát triển thị trường trong nước và thị trường nước ngoài.
- Bài học 2. Tăng cường quản lý nhà nước về thị trường nội địa thông qua hệ thống luật pháp.
- Bài học 3. Nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế.
- Bài học 4. Xác định cơ cấu mặt hàng xuất khẩu theo hướng đa dạng hóa.
- Bài học 5. Thực hiện tốt mối quan hệ hợp tác và hỗ trợ giữa Nhà nước với các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế.
- Bài học 6. Đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước.
- Bài học 7. Tăng cường khả năng cạnh tranh của hàng hóa sản xuất trong nước.

Kết luận chương 1

Luận án đã tập trung các nội dung chính sau: Nghiên cứu các học thuyết thương mại quốc tế. Thương mại có vai trò thúc đẩy sản xuất hàng hóa phát triển, góp phần chuyển dịch cơ cấu, phát triển và đẩy nhanh tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại. Nghiên cứu sự phát triển thương mại của: Trung Quốc, Nhật Bản, Thái Lan; rút ra một số bài học kinh nghiệm.

CHƯƠNG 2
THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ TỪ NĂM 2000 ĐẾN NĂM 2005

2.1. Tổng quan về thương mại Việt Nam từ năm 1986 đến nay

2.1.1. Thương mại nội địa

Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ trong giai đoạn 2001-2005, tốc độ tăng bình quân hàng năm là 14,8%, vượt mục tiêu đặt ra cho giai đoạn này là 11-12%/năm. Về tỷ trọng và cơ cấu của các thành phần kinh tế chiếm trong tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trong giai đoạn 2000-2005 có sự chuyển dịch rõ nét: khu vực Nhà nước chiếm 17,8%-13,1%; khu vực kinh tế ngoài quốc doanh chiếm 80,6%-83,1%; khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài chiếm khoảng 1,6%-3,8%. Doanh thu của khu vực quốc doanh, có xu hướng giảm dần. Hàng hóa lưu thông trên thị trường trong nước cũng ngày càng đa dạng, phong phú. Quá trình mở cửa, hàng hóa nhập khẩu ngày càng nhiều, tạo nên một thị trường nội địa hoạt động sôi động, đa dạng.

2.1.2. Thương mại xuất nhập khẩu:

Thị trường XNK của Việt Nam đã và đang mở rộng không ngừng, đã khai thông các thị trường Châu Âu, Châu Phi và Châu Mỹ, thâm nhập ngày càng sâu rộng vào thị trường EU, Nhật Bản, Bắc Mỹ. Tổng mức lưu chuyển ngoại thương từ 5,2 tỷ USD năm

1990; 13,6 tỷ USD năm 1995; 30,1 tỷ USD năm 2000 và đạt 69,4 tỷ USD năm 2005. Trong 5 năm (2001-2005): tốc độ tăng kim ngạch XK đạt bình quân 17,5%; tốc độ tăng kim ngạch NK tăng bình quân 18,8%. Kim ngạch XK bình quân đầu người năm 2005 đạt gần 390 USD. Cơ cấu hàng XK: tăng các mặt hàng chế biến, giảm tỷ lệ các sản phẩm thô; tạo một số mặt hàng có khối lượng lớn; chất lượng hàng XK từng bước được nâng lên.

2.1.3. Đánh giá tình hình phát triển thương mại Việt Nam thời gian qua

Huy động mọi thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại; nhiều tập đoàn bán lẻ, phân phối quốc tế có mặt ở Việt Nam. Chợ, siêu thị, trung tâm thương mại... được củng cố và mở rộng. Công tác điều tiết vĩ mô của Nhà nước có nhiều tiến bộ. Hoạt động XNK của Việt Nam đã góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế, khuyến khích các nước hợp tác kinh tế và đầu tư vào Việt Nam; tạo điều kiện cho việc thanh toán dần nợ nước ngoài. Hàng hóa ngoại nhập đang có nhiều ưu thế hơn so với hàng sản xuất trong nước. Kim ngạch XK tăng qua các năm, nhưng còn nhập siêu. Thị trường vùng sâu, vùng xa, vùng dân tộc chưa phát triển.

2.2. Đặc điểm về điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội của TP Cần Thơ

2.2.1. Điều kiện tự nhiên

Cần Thơ là thành phố giàu tiềm năng, ở giữa một khu vực kinh tế năng động và phát triển. Hệ thống sông ngòi chằng chịt, thuận lợi trong vận tải hàng hóa trong thành phố và đi các tỉnh, kể cả XK ra nước ngoài.

2.2.2. Điều kiện kinh tế - xã hội

GDP của TP Cần Thơ tăng với tốc độ bình quân 13,5%/năm trong giai đoạn 2001-2005 (riêng năm 2005, tốc độ tăng trưởng đạt 15,7%). Nông nghiệp-lâm nghiệp-thủy sản phát triển. Sản xuất công nghiệp vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng cao và ổn định, giá trị sản xuất tăng bình quân 18,22%, giá trị tăng thêm bình quân 17,58%/năm, có 4 khu công nghiệp tập trung. Ngành thương mại chiếm vị trí quan trọng, ngày càng phát triển. Dân số

TP Cần Thơ có 1.141.653 người (2005), chiếm 6,60% dân số vùng ĐBSCL.

2.2.3. Đánh giá chung thuận lợi và khó khăn về các điều kiện tự nhiên, kinh tế-xã hội của TP Cần Thơ.

- Về thuận lợi: là trung tâm của vùng ĐBSCL, nằm trên các trục tuyến thủy bộ quan trọng nhất vùng Tây sông Hậu. Tốc độ tăng trưởng kinh tế qua các năm khá cao. Các mặt xã hội đều có bước phát triển. TP Cần Thơ có điều kiện tự nhiên, khí hậu, tài nguyên… thuận lợi để phát triển vùng nguyên liệu sản xuất hàng hóa tiêu thụ nội địa và xuất khẩu.

-Về khó khăn: Kinh tế phát triển chưa tương xứng với tiềm năng và vị thế của thành phố. Các ngành công nghiệp, dịch vụ có giá trị gia tăng lớn chậm phát triển. Chưa tạo ra được sản phẩm chủ lực, tỷ lệ huy động vốn đầu tư trong xã hội còn thấp so với bình quân chung cả nước.

2.3. Thực trạng phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ từ năm 2000 đến năm 2005

2.3.1. Thực trạng phát triển thương mại nội địa

Hàng hóa lưu thông trên địa bàn thành phố ngày càng đa dạng, phong phú; hàng nông sản và thủy sản, phần lớn được chế biến xuất khẩu. Mua gom hàng hóa nông sản trên địa bàn chủ yếu do tư thương thực hiện, trực tiếp mua từ các doanh nghiệp nhà nước chiếm tỉ lệ nhỏ (khoảng 10%-20%). Tổng mức bán lẻ hàng hóa tăng qua các năm: Kinh tế nhà nước có tỷ trọng giảm dần. Kinh tế tư nhân, kinh tế hỗn hợp, kinh tế cá thể chiếm tỷ trọng tăng dần. Qua điều tra khảo sát của Cục Thống kê TP Cần Thơ, tổng số doanh nghiệp thương mại trên địa bàn TP Cần Thơ có đến 31/12/2005 là 490 (trong đó có 9 doanh nghiệp nhà nước, 481 doanh nghiệp ngoài nhà nước). Kết cấu hạ tầng ngành thương mại TP Cần Thơ đã được củng cố và phát triển: có 4 siêu thị; có 88 chợ được phân bổ trên 67 địa bàn cơ sở cấp phường, xã, thị trấn.

2.3.2. Thực trạng phát triển hoạt động xuất nhập khẩu

Kim ngạch XK hàng hóa tăng qua các năm, từ 154,82 triệu USD trong năm 2000 lên 372,47 triệu USD trong năm 2005, nhưng

mới chỉ đạt 1,17% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Các mặt hàng XK chủ yếu là gạo, thủy sản (tôm đông lạnh, cá đông lạnh và các loại thủy sản đông lạnh và chế biến khác), hàng may mặc, giày dép, da thuộc, hàng thủ công mỹ nghệ. Các thị trường XK là: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hồng Kông, Đài Loan. Thị trường EU ngày càng được mở rộng với các mặt hàng thủy sản và mở rộng các thị trường mới, như: Trung Đông, Nam Mỹ, Châu Phi. Tuy nhiên, do công nghệ chậm cải tiến nên khả năng cạnh tranh của sản phẩm chưa cao, thị trường chưa ổn định, chưa xây dựng được chiến lược sản phẩm, chiến lược thị trường.v.v., lĩnh vực xuất khẩu của TP Cần Thơ còn nhiều khó khăn.

Các mặt hàng NK chính là: tư liệu sản xuất (máy móc thiết bị); phân bón, thuốc sâu, nguyên liệu dược, nguyên phụ liệu thuốc lá, nguyên liệu chế biến thủy sản,... và một số hàng tiêu dùng. Trong năm 2005, kim ngạch xuất khẩu hơn gấp 1,45 lần kim ngạch NK.

2.3.3. Thực trạng hoạt động xúc tiến thương mại (XTTM) trên địa bàn TP Cần Thơ

Nhiều tổ chức, doanh nghiệp đưa hình ảnh của thành phố, tiềm năng xuất khẩu của các doanh nghiệp ra thị trường thế giới. Một số hoạt động, như: tổ chức các Đoàn đi khảo sát thị trường nước ngoài; lập các trang web, tham gia hội chợ triển lãm trong và ngoài nước, mở lớp đào tạo... Về hạn chế: thiếu sự phối hợp giữa các tổ chức và doanh nghiệp trong hoạt động XTTM, khiến hiệu quả xúc tiến thấp, chi phí cao; chưa tranh thủ đúng mức sự hỗ trợ của Bộ Thương mại; tính chuyên nghiệp, chất lượng và hiệu quả XTTM chưa cao, hạn chế về ngoại ngữ và chuyên môn nghiệp vụ; cơ sở vật chất, kỹ thuật phục vụ cho hoạt động XTTM còn thiếu và yếu.

2.3.4. Thực trạng về công tác quản lý nhà nước về thương mại của TP Cần Thơ

- Những thành tựu đạt được: Xây dựng và triển khai các quy hoạch, chương trình, dự án, đề án phát triển thương mại; đáp ứng đủ, kịp thời nhu cầu vật tư, hàng hóa trên thị trường. Thực hiện tốt công tác quản lý nhà nước về thương mại.

- Những mặt còn hạn chế: Chưa có cơ chế điều hành quản lý thống nhất. Thông tin kinh tế thương mại quốc tế chưa được kịp thời. Phân tích, dự báo thị trường chưa sâu sát. Năng lực đội ngũ cán bộ quản lý ngành thương mại chưa theo kịp yêu cầu phát triển và hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế. Cải cách hành chính hiệu quả chưa cao.

2.3.5. Một số đánh giá về thực trạng phát triển thương mại TP Cần Thơ từ năm 2000 đến năm 2005

- Những thành tựu: Ngành thương mại đã tổ chức tốt thị trường, phát huy các thành phần kinh tế. Nhiều doanh nghiệp chú trọng hơn thị trường trong nước. Việc xuất hiện các nhà phân phối nước ngoài chứng tỏ thị trường ngày càng xuất hiện đầy đủ các yếu tố cạnh tranh. Phát triển thị trường xuất khẩu đạt khá. Văn minh thương nghiệp được nâng cao, đáp ứng yêu cầu thương mại hiện đại.

- Những mặt tồn tại: Thị trường phát triển tập trung ở đô thị lớn và còn bỏ ngõ thị trường nông thôn. Quy mô xuất khẩu còn nhỏ, kim ngạch xuất khẩu đạt được chưa tương xứng với tiềm năng. Nhập khẩu máy móc thiết bị từ các thị trường có công nghệ cao còn ít. Chưa có nhiều mặt hàng xuất khẩu mới và cơ cấu xuất khẩu còn phụ thuộc lớn vào một ít mặt hàng (gạo, thủy sản).

2.4. Đánh giá nguyên nhân phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ thời gian qua

2.4.1. Nguyên nhân của những thành tựu

*** Nguyên nhân chủ quan:** Những đổi mới cơ chế, chính sách về thương mại, sự phát triển mạnh mẽ của khu vực kinh tế ngoài quốc doanh là động lực quan trọng thúc đẩy thương mại phát triển. Hiệp định thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ, tạo bước đột phá quan trọng trong việc nâng cao giá trị hàng xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Hòa Kỳ. Quản lý nhà nước về thương mại đã có bước đổi mới.

*** Những nguyên nhân khách quan:** Sự hồi phục và tăng trưởng của nền kinh tế thế giới làm tăng nhu cầu nhập khẩu hàng hóa. Giá cả nhiều loại hàng nhập khẩu trên thế giới tăng cao.

2.4.2. Nguyên nhân của những hạn chế

*** Những nguyên nhân chủ quan:** Nhận thức thương mại là khâu trung gian không tạo ra sản phẩm hàng hóa, do đó không được khuyến khích, đã kiềm hãm sự phát triển của thương mại nội địa. Chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu còn chậm. Quản lý nhà nước về thị trường và hoạt động thương mại chưa đáp ứng yêu cầu.

*** Những nguyên nhân khách quan:** Những bất ổn về tình hình kinh tế, chính trị, xã hội trên thế giới; các Hiệp định thương mại đa phương; biến động về giá cả thị trường; các rào cản thương mại có tác động đến hoạt động thương mại.

2.5. Phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ đối với phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ

Phân tích SWOT

Các điểm mạnh (S)

1. TP Cần Thơ giàu tiềm năng

2. TP có các khu công nghiệp, DN đến đầu tư.

3. Thương mại tăng trưởng khá qua các năm.

4. Hàng hóa ngày càng phong phú đa dạng.

5. Xuất khẩu gạo, thủy sản ở nhiều thị trường.

6. Kết cấu hạ tầng thương mại được đầu tư phát triển.

Các điểm yếu (W)

1. Thương mại TPCT chưa thể hiện vai trò trung tâm vùng.

2. Khả năng cạnh tranh của sản phẩm chưa cao.

3. Chương trình XTTM chưa được đầu tư đúng mức.

4. Sản phẩm chưa có thương hiệu.

5. Thiếu đội ngũ quản lý, kỹ thuật, Marketing.

6. Chưa liên kết tốt sản xuất - tiêu dùng.

7. Nông nghiệp chưa có vùng sản xuất quy hoạch tập trung.

Các cơ hội (O)

1. Các Nghị quyết, chỉ thị của TW tạo thuận lợi thành phố phát triển

2. Hội nhập kinh tế quốc tế, thu hút đầu tư.

3. Hội nhập kinh tế quốc tế mở rộng thị trường xuất khẩu.

4. Tác dụng hỗ trợ của chiến lược chính sách XK.

5. Thương mại phục vụ cụm dân cư vùng lũ.

6. Có thị trường tiêu thụ gạo, thủy sản.

7. Tổ chức XTTM và hiệp hội hỗ trợ doanh nghiệp.

Các nguy cơ (T)

1.Chuyển dịch cơ cấu kinh tế chậm, còn dựa nhiều vào nông nghiệp.

2. Ảnh hưởng lũ lụt đến sản xuất và tiêu dùng.

3.Yêu cầu ngày càng cao của thị trường.

4.Sản phẩm trùng lắp, tính cạnh tranh chưa cao.

5. Ứng dụng CN Thông tin, thương mại điện tử còn ít.

6. Cạnh tranh trong thu mua nguyên liệu.

7.Thiếu sự hợp tác các tỉnh trong vùng.

Kết hợp (S/O)

Sử dụng những điểm mạnh để tận dụng những cơ hội

- S6.O1. Tăng cường đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại TP Cần Thơ.

- S4.O3. Phát triển thị trường XK và mặt hàng XK của TPCT.

- S5.O6. Đẩy mạnh công tác XTTM tạo điều kiện XK hàng hóa.

Kết hợp (S/T)

Sử dụng điểm mạnh để tránh mối nguy cơ

- S2.T4. Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp các thành phần kinh tế trong SX và XK hàng hóa.

- S1.T1. Khai thác có hiệu quả tiềm năng TPCT, tích cực chuyển dịch cơ cấu kinh tế phục vụ phát triển thương mại.

Kết hợp (W/O)

Vượt qua những điểm yếu bằng cách tận dụng cơ hội

- W3.O3. Đào tạo nguồn nhân lực phục vụ yêu cầu hội nhập kinh tế, thương mại quốc tế.

- W6.O3. Tăng cường công tác quản lý nhà nước về thương mại trong điều kiện hội nhập.

Kết hợp (W/T)

Tối thiểu hóa các điểm yếu và tránh các mối nguy cơ

- W2.T4. Nâng cao khả năng tiếp thị của doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu của thị trường.

- W5.T7. Kết hợp phát triển thương mại và lưu thông hàng hóa TPCT và các tỉnh vùng ĐBSCL.

Kết luận chương 2

Luận án tập trung vào một số nội dung chính: TP Cần Thơ có vị trí quan trọng về chính trị, kinh tế - xã hội, quốc phòng và an ninh trong khu vực ĐBSCL và là thành phố động lực để phát triển của vùng. Ngành thương mại phát triển phù hợp với xu thế phát triển thương mại quốc tế và chiến lược thương mại của Việt Nam, đã tổ chức mở rộng thị trường, phát huy vai trò của các thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại. Hàng hóa xuất khẩu của doanh nghiệp TP Cần Thơ đã đạt các tiêu chuẩn xuất khẩu. Kim ngạch xuất khẩu tăng dần. Kết cấu hạ tầng thương mại từng bước được đầu tư phát triển phù hợp với xu hướng phát triển thành phố trực thuộc Trung ương. Tuy nhiên, chưa có sự phối hợp hài hòa giữa các thành phần kinh tế, giữa thương mại với sản xuất; thành phố chưa khẳng định được vai trò trung tâm thương mại cấp vùng; quy mô và kim ngạch xuất khẩu chưa tương xứng với tiềm năng; chưa xây dựng được chiến lược sản phẩm chủ lực, hàng hóa xuất khẩu chưa có thương hiệu mạnh; hiệu quả sản xuất kinh doanh và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại chưa cao; Năng lực trình độ cán bộ quản lý chưa đáp ứng yêu cầu; hoạt động XTTM chưa phát huy tác động tích cực.

CHƯƠNG 3
MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI TP CẦN THƠ ĐẾN NĂM 2015

3.1. Quan điểm phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015

- Quan điểm 1: Phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ phải đồng bộ, phù hợp với những mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội trong quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của TP Cần Thơ đến năm 2020.

- Quan điểm 2: Phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ phải phù hợp với chiến lược phát triển thương mại Việt Nam.

- Quan điểm 3: Xây dựng và phát triển thương mại TP Cần Thơ phải đặt trong quy hoạch tổng thể phát triển thương mại khu vực ĐBSCL.

- Quan điểm 4: Phát huy thế mạnh của TP Cần Thơ nhằm phát triển ngành thương mại.

- Quan điểm 5: Khai thác và phát huy sức mạnh tổng hợp của các thành phần kinh tế trong quá trình phát triển ngành thương mại của TP Cần Thơ.

- Quan điểm 6: Tăng cường vai trò của Nhà nước trong quá trình quản lý và phát triển các hoạt động thương mại trên địa bàn TP Cần Thơ.

3.2. Mục tiêu phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015

3.2.1. Mục tiêu chung

Tăng kim ngạch XK, giữ vững thị trường, xây dựng sản phẩm XK chủ lực . Xây dựng TP Cần Thơ thật sự trở thành trung tâm thương mại dịch vụ của vùng ĐBSCL trên cơ sở mở rộng giao lưu trong nước và quốc tế. Phát triển thị trường thành thị theo hướng thương mại hiện đại, mở rộng mạng lưới ở thị trường nông thôn. Đầu tư, phát triển các Trung tâm thương mại, siêu thị, chợ.

Hình thành hệ thống tổng đại lý, đại lý. Đầu tư xây dựng hệ thống kho hàng hóa.

3.2.2. Mục tiêu cụ thể

Doanh số bán của ngành thương mại theo giá so sánh 1994 sẽ tăng từ 12.554 tỷ đồng năm 2005 lên 19.296 tỷ đồng năm 2010 (tăng bình quân 9%/năm), và đạt 33.897 tỷ đồng trong năm 2015 (tăng bình quân 11,9%/năm). Kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn đạt 334 triệu USD trong năm 2005; 702 triệu USD trong năm 2010; 1.522 triệu USD trong năm 2015. Kim ngạch xuất khẩu đầu người sẽ tăng từ 293 USD vào năm 2005 lên 503 USD vào năm 2010 và 892 USD năm 2015. Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu: thủy sản chế biến chiếm 45%; hàng công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp khác chiếm 42%; hàng nông sản chiếm 13%. Thị trường xuất khẩu chủ yếu là Trung Quốc, các nước ASEAN, Nhật, Hàn Quốc, EU và Hoa Kỳ.

3.3. Một số giải pháp phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015

3.3.1. Nhóm giải pháp phát huy các thành phần kinh tế tham gia phát triển thương mại TP Cần Thơ

- Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trên địa bàn TP Cần Thơ: Điều tra, đánh giá khả năng cạnh tranh của các loại sản phẩm hàng hóa và dịch vụ. Doanh nghiệp đầu tư công nghệ nâng cao năng suất, giảm giá thành và chi phí đầu vào; nâng cao văn hóa kinh doanh và uy tín đối với khách hàng.

*** Tăng cường áp dụng marketing trong kinh doanh của các doanh nghiệp TP Cần Thơ:** Xây dựng và phát triển thương hiệu. Nghiên cứu thị trường, quảng cáo, xúc tiến bán hàng. Đổi mới công tác hoạch định chiến lược và chính sách kinh doanh của doanh nghiệp, xây dựng một cơ sở dữ liệu thông tin về đối thủ cạnh tranh, khách hàng, môi trường kinh doanh.

*** Xây dựng Tập đoàn kinh tế mạnh (tổng công ty):** Ban đổi mới và phát triển doanh nghiệp của thành phố chủ trì lập phương án sáp nhập một số doanh nghiệp cùng ngành nghề sản xuất kinh doanh trên địa bàn, để tạo sức cạnh tranh lớn, đáp ứng yêu cầu hội nhập.

- Đẩy mạnh và khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia phát triển thương mại trên địa bàn TP Cần Thơ: tạo sức bật mới cho phát triển sản xuất, kinh doanh của mọi thành phần kinh tế với các hình thức sở hữu khác nhau.

+ Đối với doanh nghiệp nhà nước: có phương án kinh doanh hiệu quả, hoạt động có hiệu quả sau khi chuyển thành công ty cổ phần.

+ Đối với các doanh nghiệp ngoài quốc doanh:

Các doanh nghiệp chế biến hàng xuất khẩu cần liên kết, liên doanh để thu hút tài chính và công nghệ; doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia đầu tư.

+ Đẩy mạnh phát triển và hoàn thiện tổ chức quản lý các hợp tác xã thương mại - dịch vụ: Gắn hợp tác xã thương mại với các trung tâm thương mại, chợ nông thôn, chợ bán buôn nông - thủy sản của thành phố; mở rộng liên kết giữa các hợp tác xã với các doanh nghiệp, cung ứng vật tư và thu mua nông sản.

+ Phát triển và quản lý tốt thương nghiệp tư nhân: Có định hướng phát triển và hướng dẫn các doanh nghiệp và hộ kinh doanh cá thể hoạt động đúng pháp luật, chính sách và định hướng phát triển của địa phương; tạo điều kiện thuận lợi cho thương nghiệp tư nhân hoạt động kinh doanh.

+Tiếp tục phát triển phương thức đại lý mua, bán: Thiết lập kênh lưu thông hợp lý và ổn định, hoàn thiện mô hình thương mại của cấp độ thị trường nông thôn.

- Giải pháp thực hiện tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng:

Xây dựng một số mô hình mẫu sản xuất theo hợp đồng, lồng ghép hoạt động khuyến nông thực hiện liên kết 4 nhà. Ưu đãi xuất khẩu nông sản hàng hóa hình thành các vùng nguyên liệu tập trung gắn với chế biến và tiêu thụ, hướng dẫn và phổ biến thủ tục vay vốn, tạo mối liên kết chặt chẽ giữa ngân hàng, doanh nghiệp, người sản xuất và chính quyền địa phương, tham gia chương trình khuyến nông, đảm bảo hiệu quả cao trong sản xuất, ký kết với doanh nghiệp hợp đồng tiêu thụ nông sản. Xây dựng cơ chế điều

hòa, bảo hiểm cho hợp đồng tiêu thụ nông sản. DN tham gia đầu tư vào sản xuất nông nghiệp, và ngược lại, nông dân góp vốn, mua cổ phần, liên doanh đầu tư cùng DN hoặc trở thành đơn vị kinh doanh vệ tinh.

- Giải pháp hỗ trợ vốn đối với các doanh nghiệp tham gia hoạt động thương mại trên địa bàn TP Cần Thơ: Đơn giản hóa thủ tục vay vốn, đa dạng hóa các hình thức cho vay vốn, hoàn tất việc cấp giấy tờ về nhà ở, giấy chứng nhận quyền sử dụng đất để các doanh nghiệp có thể thế chấp vay vốn. Các giải pháp hỗ trợ đầu tư, thu hút đầu tư nước ngoài…Mở rộng và đa dạng hóa các hình thức ưu đãi đầu tư.

- Củng cố và phát triển các hiệp hội sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông sản: Nâng cao hiệu quả hoạt động của hiệp hội, có bộ phận chuyên trách về hoạt động XTTM nghiên cứu sâu về thị trường, phát triển thương hiệu, tiếp cận giao dịch hiện đại; tận dụng tối đa sự hỗ trợ của Nhà nước, của các tổ chức quốc tế...

3.3.2. Nhóm giải pháp đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng ngành thương mại TP Cần Thơ

- Đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn TP Cần Thơ

+ Xây dựng Trung tâm thương mại cấp vùng tại TP Cần Thơ (Trung tâm thương mại Cần Thơ) là trung tâm thương mại chính, lớn nhất của vùng ĐBSCL, có vị trí, vai trò rất quan trọng và ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của ngành thương mại và các ngành kinh tế khác của vùng ĐBSCL.

+ Thực hiện đa dạng hóa các loại hình chợ: xây dựng siêu thị, trung tâm thương mại, trung tâm giao dịch mua bán hàng hóa, chợ, tại các quận, huyện với quy mô thích hợp ở các khu vực dân cư tập trung...phù hợp với Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội, Quy hoạch xây dựng TP Cần Thơ và Quy hoạch phát triển ngành thương mại.

- Giải pháp tạo vốn đầu tư phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ: xã hội hóa trong việc xây dựng cải tạo để nâng cấp

các chợ địa phương; chợ quy mô lớn có thể liên doanh, liên kết đầu tư với các đối tác trong và ngoài nước.

3.3.3. Nhóm giải pháp phát triển thị trường xuất khẩu và mặt hàng xuất khẩu của TP Cần Thơ

- Phát triển thị trường xuất khẩu: Các DN chủ động xây dựng chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế. Nhà nước cần có sự trợ giúp DN thông qua việc hoạch định chiến lược và tổ chức thâm nhập thị trường. Tập trung nghiên cứu và thâm nhập các thị trường chính sau: Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, EU (Châu Âu), các nước ASEAN.

- Phát triển mặt hàng xuất khẩu: Sản phẩm chế biến XK có giá trị gia tăng cao, được tạo ra từ nguồn nguyên liệu sạch, từ công nghệ hiện đại và có hàm lượng chất xám cao. Phát triển các mặt hàng XK chủ yếu: thủy sản; gạo; may mặc, giày dép. Sau năm 2010, phát triển các mặt hàng XK theo hướng có hàm lượng công nghệ cao, giá trị gia tăng, sản phẩm mang tính chất vùng.

Đối với thủy sản xuất khẩu sang các thị trường, chú ý 3 nhóm thị trường sau: (1) thị trường chủ lực bao gồm Nhật, Mỹ, EU, Trung Quốc; (2) thị trường triển vọng bao gồm Hàn Quốc, Đài Loan, Nga; (3) thị trường tiềm năng bao gồm Úc và thị trường các nước Ả Rập…Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu gạo gồm: giải pháp đối với từng thị trường XK; giải pháp nguồn hàng; giải pháp vốn; giải pháp nhân lực. Xây dựng các kho trung tâm.

3.3.4. Nhóm giải pháp đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn TP Cần Thơ.

- Hoàn thiện các nội dung xúc tiến thương mại: phát triển thương hiệu; hỗ trợ DN thủ tục đăng ký bảo hộ thương hiệu ở thị trường nước ngoài. Khai thác sự hỗ trợ từ các chương trình XTTM trọng điểm quốc gia, chủ động xây dựng các chương trình XTTM của ngành, đơn vị mình, hoặc phối hợp với các tỉnh khác trong Vùng. Chiến lược kinh doanh của DN, chiến lược marketing, có các chương trình XTTM. Thực hiện có hiệu quả sự hợp tác giữa

TP Cần Thơ với TP Hồ Chí Minh và các tỉnh trong vùng ĐBSCL, tạo điều kiện khai thác thế mạnh của từng địa phương.

- Hoàn thiện hệ thống thông tin về thị trường: Xây dựng Trung tâm thông tin thương mại tại TP Cần Thơ để hỗ trợ xúc tiến thương mại cho các tỉnh ĐBSCL, xây dựng sàn giao dịch nông sản.

- Hoàn thiện bộ máy tổ chức xúc tiến thương mại - đầu tư và du lịch của TP Cần Thơ: Sáp nhập Trung tâm XTTM thuộc Sở Thương mại, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư thuộc Sở Kế hoạch và Đầu tư và Trung tâm Xúc tiến du lịch thuộc Sở Du lịch thành một Trung tâm Xúc tiến Thương mại - Đầu tư và Du lịch của thành phố là một đơn vị sự nghiệp có thu, chịu sự lãnh đạo của UBND TP Cần Thơ.

3.3.5. Nhóm giải pháp tăng cường công tác quản lý nhà nước về thương mại của TP Cần Thơ

- Nâng cao vai trò và hiệu quả quản lý nhà nước ngành thương mại: Xây dựng quy hoạch phát triển thương mại đến năm 2020, chiến lược phát triển xuất khẩu 10 năm, kế hoạch dài hạn 5 năm (2006-2010), kế hoạch hàng năm. Tăng cường đàm phán mở thị trường mới ở nước ngoài, thu hút đầu tư nước ngoài.

- Hoàn thiện chức năng, nhiệm vụ quản lý nhà nước của Sở Thương mại: Xóa bỏ cơ chế Sở chủ quản; Hoàn thiện bộ máy quản lý ngành thương mại từ TP đến quận, huyện; cải cách thủ tục hành chính lĩnh vực thương mại.

- Tăng cường quản lý nhà nước về môi trường đối với hoạt động thương mại.

- Tăng cường công tác quản lý thị trường.

- Tăng cường đào tạo nguồn lao động thương mại có kỹ năng, đặc biệt là các doanh nhân có trình độ tổ chức kinh doanh ở phạm vi quốc tế

3.3.6. Nhóm giải pháp bổ trợ cho phát triển thương mại TP Cần Thơ

- Kết hợp phát triển sản xuất với phát triển thương mại: Đầu tư xây dựng Trung tâm Giống cấp vùng ở TP Cần Thơ. Hộ

nuôi thủy sản tạo ra sản phẩm đảm bảo an toàn, chuyển giao tiêu chuẩn SQF 1000 đến 100% hộ nuôi. Tổ chức chuyển giao kỹ thuật quy trình trồng lúa chất lượng cao.Thành lập hiệp hội, hội ngành hàng.

- Đầu tư xây dựng hạ tầng giao thông phục vụ phát triển thương mại: Cụm cảng Cần Thơ gồm 3 khu Hoàng Diệu, Trà Nóc và Cái Cui, với các cảng tổng hợp và chuyên dùng. Cải tạo nâng cấp luồng Định An và mở tuyến luồng mới. Nâng cấp và khai thác sân bay Cần Thơ thành sân bay quốc tế. Đầu tư xây dựng cầu Cần Thơ. Đầu tư phát triển, nâng cấp các tuyến giao thông thủy bộ, bến cảng sông để vận chuyển và xếp dỡ hàng hóa.

3.4. Các kiến nghị với Trung ương và địa phương

3.4.1. Đối với Trung ương

- Bộ Thương mại rà soát, hoàn thiện cơ chế chính sách về xuất nhập khẩu và thương mại dịch vụ phù hợp với các định chế của tổ chức thương mại thế giới WTO.

- Bình đẳng giữa các thành phần kinh tế trong vay vốn, giải quyết mặt bằng sản xuất, lao động, công nghệ để nhanh chóng thu hút mọi nguồn lực cho đầu tư phát triển.

- Cơ quan ngoại giao, thương vụ Việt Nam ở nước ngoài cung cấp thông tin giúp DN trong nước xây dựng chiến lược thâm nhập thị trường.

- Nhà nước cần loại bỏ cơ chế xin - cho trong cấp hạn ngạch.

- Điều chỉnh chức năng, nhiệm vụ cấp đăng ký kinh doanh từ ngành Kế hoạch và Đầu tư sang ngành Thương mại đối với doanh nghiệp hoạt động thương mại. Xây dựng Quy chế hậu kiểm sau đăng ký kinh doanh.

3.4.2. Đối với UBND TP Cần Thơ

- Nhanh chóng có biện pháp thỏa đáng để tháo gỡ khó khăn về mặt bằng cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước.

- Các ưu đãi phải được minh bạch hóa một cách tối đa, áp dụng bình đẳng, phổ biến rộng rãi tới DN, nhà đầu tư.

- Tăng cường phát huy mối liên kết nội vùng và giữa các vùng kinh tế.

- Chỉ đạo Sở Khoa học - Công nghệ, Sở Công nghiệp xây dựng Đề án hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ nâng cao năng lực cạnh tranh.

Kết luận chương 3

Luận án đã tập trung vào những nội dung chính sau đây: (1) Quan điểm và mục tiêu phát triển ngành thương mại thành phố Cần Thơ. (2) Một số giải pháp phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015 bao gồm 6 nhóm giải pháp. (3) Một số kiến nghị với Trung ương (Chính phủ, Bộ, ngành) và UBND TP Cần Thơ.

KẾT LUẬN

Phát triển ngành thương mại TP. Cần Thơ đến năm 2015 sẽ góp phần đẩy mạnh hoạt động thương mại và phát triển kinh tế - xã hội thành phố và vùng ĐBSCL. Luận án đã tập trung nghiên cứu:

1. Các học thuyết cơ bản về thương mại quốc tế, các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại đô thị tại Việt Nam và một số bài học kinh nghiệm về phát triển thương mại của các quốc gia có nền thương mại phát triển, như: Trung Quốc, Nhật Bản và Thái Lan; rút ra những bài học kinh nghiệm phù hợp cho sự phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ.

2. Tổng quan về thương mại Việt Nam từ năm 1986 đến nay; đặc điểm về điều kiện tự nhiên, điều kiện kinh tế-xã hội của TP Cần Thơ, có ảnh hưởng đến phát triển thương mại TP Cần Thơ.

3. Phân tích thực trạng phát triển ngành thương mại của TP. Cần Thơ giai đoạn 2000-2005. TP Cần Thơ có vị trí quan trọng về kinh tế, chính trị, quân sự trong khu vực ĐBSCL và hiện đang đô thị hóa với mức tăng trưởng khá cao. Ngành thương mại TP. Cần Thơ phát triển phù hợp với xu thế thương mại quốc tế. Tuy nhiên, cũng còn nhiều mặt tồn tại, khó khăn: hiệu quả sản xuất kinh doanh chưa cao; trong cơ cấu hàng xuất khẩu, các mặt hàng thuộc nhóm hàng thâm dụng lao động còn nhiều, chưa có nhiều mặt hàng

chủ lực thuộc nhóm hàng thâm dụng kỹ thuật; công tác quản lý nhà nước về thương mại còn một số bất cập.

4. Phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ đối với phát triển thương mại TP Cần Thơ.

5. Luận án đã tập trung vào những nội dung chính như: quan điểm, mục tiêu và giải pháp phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015.

6. Để thực hiện mục tiêu phát triển ngành thương mại, luận án đề ra các nhóm giải pháp nhằm phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015 bao gồm: Nhóm giải pháp phát huy các thành phần kinh tế tham gia phát triển thương mại. Nhóm giải pháp đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại TP Cần Thơ. Nhóm giải pháp phát triển thị trường xuất khẩu và mặt hàng xuất khẩu của TP Cần Thơ: tập trung phát triển các thị trường xuất khẩu, như thị trường Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, EU... và các sản phẩm xuất khẩu chủ lực, như: thủy sản, gạo, may mặc, giày dép. Nhóm giải pháp đẩy mạnh hoạt động XTTM. Nhóm giải pháp tăng cường công tác quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn. Giải pháp bổ trợ cho phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ .

7. Luận án cũng đã đề xuất những kiến nghị với các cơ quan Trung ương và địa phương hỗ trợ phát triển ngành thương mại TP Cần Thơ đến năm 2015, góp phần đưa TP Cần Thơ sớm trở thành thành phố loại I trực thuộc Trung ương, thành phố trung tâm và động lực của vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN ĐÃ ĐƯỢC CÔNG BỐ

1. Nguyễn Ngọc Minh (2002), A plan for the Can Tho port, Economic Development Review. The HCM University of Economic - Ministry of Education & Training, April 2004.

2. Nguyễn Ngọc Minh (2002), Phát triển tổng hợp Cảng Cần Thơ và luồng Định An góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế các tỉnh vùng ĐBSCL, Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển nông thôn - Bộ Nông nghiệp và PTNT - Số 4 năm 2002.

3. Nguyễn Ngọc Minh (2004), Thương mại TP Cần Thơ trên đường hội nhập kinh tế quốc tế, Tạp chí Thương mại - Bộ Thương mại - Số 34 tháng 9 năm 2004.

4. Nguyễn Ngọc Minh (2004), Một số giải pháp phát triển xuất khẩu tại TP Cần Thơ, Tạp chí Thương mại - Bộ Thương mại - Số 42 tháng 11 năm 2004.

5. Nguyễn Ngọc Minh - Nguyễn Đông Phong (2004), Một số giải pháp phát triển thương mại dịch vụ ĐBSCL, Hội thảo khoa học vì sự phát triển vùng ĐBSCL tại TP Cần Thơ - Những vấn đề kinh tế vùng ĐBSCL.

6. Nguyễn Ngọc Minh (2004), Some Measures to Develop Exports from Can Tho, Economic Development Review - The HCM University of Economic - Ministry of Education & Training, November 2004.