

**ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH ĐIỆN BIÊN
SỞ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ**

**QUY HOẠCH TỈNH ĐIỆN BIÊN
THỜI KỲ 2021 - 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2050**

**NỘI DUNG ĐỀ XUẤT TÍCH HỢP – SỐ 7
PHƯƠNG ÁN PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI, DỊCH
VỤ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ĐIỆN BIÊN THỜI KỲ 2021-2030,
TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2050**



Điện Biên,.../2022

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH ĐIỆN BIÊN
SỞ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ

QUY HOẠCH TỈNH ĐIỆN BIÊN
THỜI KỲ 2021 - 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2050

NỘI DUNG ĐỀ XUẤT TÍCH HỢP – SỐ 7
PHƯƠNG ÁN PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI, DỊCH VỤ
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ĐIỆN BIÊN THỜI KỲ 2021-2030, TẦM
NHÌN ĐẾN NĂM 2050

ĐẠI DIỆN CƠ QUAN
TỔ CHỨC LẬP QUY HOẠCH

ĐẠI DIỆN LIÊN DANH ĐƠN VỊ TƯ VẤN
CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ XÂY DỰNG
ACUD VIỆT NAM

MỤC LỤC

Danh mục bảng.....	iv
Danh mục hình	v
PHẦN MỞ ĐẦU	1
I. Mục đích và yêu cầu phối hợp triển khai thực hiện nội dung đề xuất tích hợp quy hoạch tỉnh	1
II. Phạm vi, đối tượng nghiên cứu.....	2
III. Phương pháp nghiên cứu.....	3
IV. Căn cứ pháp lý	3
CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ HIỆN TRẠNG VÀ PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI TỈNH ĐIỆN BIÊN.....	5
I. Điều kiện tự nhiên.....	5
1. Diện tích, vị trí địa lý.....	5
2. Các nguồn tài nguyên	6
3. Các lợi thế tự nhiên.....	6
II. Điều kiện xã hội.....	7
III. Điều kiện kinh tế.....	9
1. Thực trạng phát triển kinh tế tỉnh Điện Biên.....	9
2. Hiện trạng ngành nông – lâm nghiệp và thủy sản	9
3. Hiện trạng ngành công nghiệp.....	10
IV. Điều kiện về cơ sở hạ tầng	10
V. Vị thế của tỉnh Điện Biên trong vùng Trung du và miền núi phía Bắc	13
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI, DỊCH VỤ.....	15
I. Thực trạng phát triển ngành dịch vụ	15
II. Thực trạng phát triển thương mại nội địa	17
1. Quy mô thương mại	17
2. Lao động trong ngành thương mại.....	23
3. Vốn đầu tư ngành bán buôn, bán lẻ	24
III. Thực trạng phát triển hệ thống doanh nghiệp, cơ sở kinh tế ngành bán buôn, bán lẻ.....	25
IV. Thực trạng thương mại quốc tế.....	26
V. Thực trạng một số ngành dịch vụ hỗ trợ thương mại	28
VI. Thực trạng phát triển hạ tầng ngành bán buôn, bán lẻ tỉnh Điện Biên..	29
1. Mạng lưới chợ.....	29
2. Trung tâm thương mại, siêu thị.....	31

3. Hạ tầng thương mại quốc tế.....	32
4. Hạ tầng dự trữ, cung ứng xăng dầu.....	32
VII. Thực trạng phát triển thương mại điện tử.....	33
VIII. Công tác quản lý nhà nước về thương mại.....	35
IX. Đánh giá chung về thực trạng phát triển ngành bán buôn, bán lẻ tỉnh Điện Biên và các vấn đề đặt ra.....	36
1. Đánh giá thực hiện Quy hoạch phát triển thương mại đến năm 2020.....	36
2. Các kết quả đạt được.....	38
3. Một số tồn tại trong phát triển thương mại tỉnh Điện Biên	39
4. Nguyên nhân.....	40
CHƯƠNG III: PHÂN TÍCH, DỰ BÁO CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI TỈNH ĐIỆN BIÊN	41
I. Bối cảnh phát triển ngành thương mại tỉnh Điện Biên đến năm 2030.....	41
1. Bối cảnh quốc tế.....	41
2. Bối cảnh phát triển kinh tế cả nước và vùng Trung du miền núi phía Bắc ..	41
3. Bối cảnh tỉnh Điện Biên.....	44
II. Đánh giá chung về lợi thế, hạn chế, cơ hội, thách thức đối với phát triển ngành thương mại tỉnh Điện Biên	49
1. Về lợi thế và cơ hội.....	49
2. Về hạn chế và thách thức	51
III. Các yếu tố tác động đến phát triển thương mại tỉnh Điện Biên	52
1. Định hướng phát triển thương mại của cả nước	52
2. Định hướng phát triển hạ tầng thương mại biên giới Việt Nam.....	53
3. Dự báo khả năng cung ứng một số sản phẩm chủ yếu của tỉnh.....	55
4. Dự báo nhu cầu phát triển hạ tầng ngành thương mại, dịch vụ.....	56
CHƯƠNG IV: PHƯƠNG ÁN PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI TỈNH ĐIỆN BIÊN ĐẾN NĂM 2030	60
I. Quan điểm, mục tiêu phát triển ngành thương mại.....	60
1. Các quan điểm phát triển	60
2. Các mục tiêu phát triển	61
3. Định hướng phát triển thương mại tỉnh Điện Biên.....	62
4. Phương án phát triển ngành Thương mại	64
4. Định hướng phát triển hạ tầng thương mại tỉnh Điện Biên	72
5. Nhu cầu đất đai và vốn đầu tư phát triển hạ tầng thương mại.....	86
(Danh mục dự án ưu tiên tại Phụ lục II)	89
CHƯƠNG V: CÁC CHÍNH SÁCH, GIẢI PHÁP VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN	90

I. Giải pháp về vốn đầu tư.....	90
II. Giải pháp về chính sách.....	92
III. Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về thương mại.....	95
IV. Về phát triển nguồn nhân lực thương mại.....	96
V. Về phát triển khoa học – công nghệ	98
VI. Về đẩy mạnh hợp tác quốc tế, khu vực và địa phương.....	99
CHƯƠNG VI: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	103
I. Kết luận	103
II. Kiến nghị.....	103
Phụ lục I. Phương án mạng lưới chợ tỉnh Điện Biên đến năm 2030	1
Phụ lục II. Danh mục dự án ưu tiên đến năm 2030	9

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Bảng dân số tỉnh Điện Biên theo địa giới hành chính năm 2020.....	7
Bảng 2: Cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tỉnh Điện Biên theo ngành hoạt động	21
Bảng 3: Tổng mức bán lẻ hàng hóa tỉnh Điện Biên theo loại hình kinh tế và nhóm hàng giai đoạn 2010-2020.....	22
Bảng 4: Vốn đầu tư thực hiện vào ngành bán buôn, bán lẻ giai đoạn 2011-2020...	24
Bảng 5: Một số chỉ tiêu về doanh nghiệp ngành bán buôn, bán lẻ giai đoạn 2010-2020.....	26
Bảng 6: Kim ngạch xuất nhập khẩu của Điện Biên qua các năm.....	27
Bảng 7: Phân bố mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh Điện Biên	30
Bảng 8: Phân bố cửa hàng xăng dầu trên địa bàn tỉnh Điện Biên	33
Bảng 9: So sánh thực hiện và mục tiêu Quy hoạch ngành thương mại tỉnh Điện Biên đến năm 2020	37
Bảng 10 : Các chỉ tiêu phát triển thương mại tỉnh Điện Biên phương án cơ sở.....	69
Bảng 11: Các chỉ tiêu phát triển thương mại tỉnh Điện Biên phương án cơ sở.....	71
Bảng 12: Phương án phát triển mạng lưới chợ đến năm 2030.....	87
Bảng 13: Phương án phát triển hạ tầng thương mại đến năm 2030.....	88

DANH MỤC HÌNH

Hình 1: GRDP dịch vụ tỉnh Điện Biên 2011 – 2020	15
Hình 2: Quy mô GRDP theo ngành dịch vụ Điện Biên năm 2020 (nghìn tỷ đồng) 16	
Hình 3: So sánh vị thế ngành dịch vụ tỉnh Điện Biên và một số tỉnh trong vùng ... 16	
Hình 3: Tăng trưởng bình quân ngành bán buôn, bán lẻ giai đoạn 2011-2020 (%) 18	
Hình 4: Đóng góp của ngành dịch vụ, bán buôn, bán lẻ vào GRDP giai đoạn 2010-2020 (%).	18
Hình 5: So sánh tốc độ tăng trưởng và đóng góp của ngành bán buôn, bán lẻ đến tăng trưởng GRDP các tỉnh vùng Trung du và miền núi phía Bắc.....	18
Hình 6: So sánh quy mô TMBLHH&DV các tỉnh vùng TDMNPB.....	19
Hình 7: So sánh quy mô và tăng trưởng TMBLHH&DV các tỉnh vùng TDMNPB20	
Hình 8: Tỷ trọng kim ngạch XNK của các tỉnh vùng Trung du và miền núi phía Bắc.....	28
Hình 10: Sơ đồ cấu trúc không gian phát triển tỉnh Điện Biên.....	48

PHẦN MỞ ĐẦU

I. Mục đích và yêu cầu phối hợp triển khai thực hiện nội dung đề xuất tích hợp quy hoạch tỉnh

Tỉnh Điện Biên là cửa ngõ phía Tây Bắc của vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ và Việt Nam. Điện Biên nằm trên các trục giao thông quan trọng về đường bộ theo hướng Đông - Tây (Quốc lộ 6, Quốc lộ 279); vòng cung Tây Bắc (Quốc lộ 6, Quốc lộ 12, Quốc lộ 4D, Quốc lộ 4H,...); đường hàng không nối với thủ đô Hà Nội. Từ Điện Biên có thể đi lại thuận tiện đến với các tỉnh đồng bằng sông Hồng, vùng núi phía Bắc Việt Nam, các tỉnh Thượng Lào và cầu nối đến các nước ASEAN. Tỉnh Điện Biên có phía Tây giáp CHDCND Lào và phía Bắc giáp CHND Trung Hoa, với nhiều cửa khẩu đường bộ như Tây Trang, Huổi Puốc - Na Son, A Pa Chải... Điện Biên nằm không gian hợp tác Tiểu vùng sông Mê Kông mở rộng (GMS), vì vậy giữ vị trí quan trọng đặc biệt đối với vùng Trung du miền núi Bắc Bộ và của cả nước về nhiều lĩnh vực kinh tế, văn hóa, chính trị, quốc phòng và an ninh.

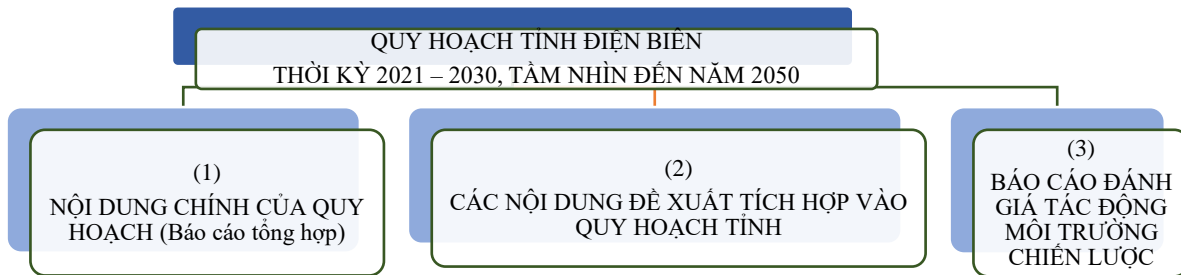
Mục đích triển khai thực hiện

Nội dung đề xuất là một trong những nhiệm vụ được thực hiện trong quá trình lập quy hoạch tỉnh. Nội dung đề xuất được xác định trong Nhiệm vụ lập quy hoạch sẽ được phân công đến các cơ quan, tổ chức liên quan để lập và tích hợp vào quy hoạch tỉnh. Quá trình triển khai cần thực hiện, rà soát, đồng nhất số liệu, đánh giá thực trạng phát triển các vấn đề liên quan trong Nội dung đề xuất nghiên cứu tích hợp của liên quan đến góc độ quản lý của các Sở, ngành và địa phương trong thời gian qua để xây dựng phương án phát triển cho thời kỳ 2021 – 2030, tầm nhìn đến 2050.

Việc sử dụng kết quả nghiên cứu đầu ra của các Nội dung đề xuất để tích hợp vào quy hoạch tỉnh nhằm bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ, không mâu thuẫn lẫn nhau trong hoạt động quy hoạch.

Phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành quá trình phát triển chung của tỉnh.

+ Yêu cầu chung về triển khai và phối hợp thực hiện:



Nội dung đề xuất tích hợp trong thành phần hồ sơ Quy hoạch tỉnh

Yêu cầu về triển khai và phối hợp thực hiện: căn cứ các quy định của pháp luật về quy trình lập Quy hoạch tỉnh tại Điểm c, Khoản 4, Điều 16 Luật Quy hoạch và Khoản 1, 2, Điều 13, Nghị định 37/2019/NĐ-CP ngày 07/5/2019, các sở, ban, ngành, địa phương thuộc tỉnh có trách nhiệm “Đề xuất nội dung đưa vào quy hoạch thuộc lĩnh vực phụ trách và gửi cơ quan lập quy hoạch”.

II. Phạm vi, đối tượng nghiên cứu

Phạm vi nghiên cứu:

Về thời gian: Đánh giá thực trạng giai đoạn 2011-2020, phương án phát triển dịch vụ thương mại tỉnh Điện Biên thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050.

Về đối tượng: Các ngành kinh tế được coi là dịch vụ thương mại là dịch vụ Bán buôn và bán lẻ, sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác (theo 21 ngành kinh tế cấp 1), tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng và hoạt động xuất nhập khẩu.

Về không gian:

- Đánh giá so sánh thực trạng phát triển dịch vụ thương mại tỉnh Điện Biên đặt trong mối quan hệ với các tỉnh trong vùng trung du và miền núi phía Bắc và trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

- Phương án phát triển thương mại tỉnh Điện Biên tập trung vào các kết cấu hạ tầng thương mại chủ yếu đảm bảo cho các hoạt động xuất - nhập khẩu, bán buôn, bán lẻ và xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh.

Đối tượng nghiên cứu:

- Đánh giá thực trạng phát triển của dịch vụ thương mại tỉnh Điện Biên giai đoạn 2011-2020, trên cơ sở đó đánh giá tiềm năng, lợi thế phát triển của ngành dịch vụ thương mại trên địa bàn.

- Xây dựng phương án phát triển dịch vụ thương mại nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế của tỉnh Điện Biên
- Xây dựng phương án phát triển kết cấu hạ tầng thương mại của tỉnh Điện Biên thời kỳ 2021-2030 với tầm nhìn đến năm 2050.
- Đề xuất các giải pháp phát triển thương mại tỉnh đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

III. Phương pháp nghiên cứu

Sử dụng tổng hợp các phương pháp:

- Phương pháp kế thừa và tích hợp;
- Phương pháp điều tra tổng hợp;
- Phương pháp khảo sát kỹ thuật;
- Phương pháp phân tích kinh tế;
- Phương pháp chuyên gia;
- Phương pháp phân tích GIS;
- Và một số các phương pháp khác có liên quan.

IV. Căn cứ pháp lý

- Luật Đầu tư công số 39/2019/QH14 ban hành ngày 13 tháng 06 năm 2019;
- Luật Ngân sách nhà nước số 83/2015/QH13 ban hành ngày 25 tháng 6 năm 2015;
- Luật Đất đai số 45/2003/QH13 ban hành ngày 29 tháng 11 năm 2013;
- Thông tư số 50/2015/TT-BCT ngày 28 tháng 12 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định về nội dung, trình tự, thủ tục, thẩm định, phê duyệt quy hoạch phát triển ngành thương mại;
- Quyết định số 3098/QĐ-BCT ngày 24/06/2011 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2011-2020 và định hướng đến 2030;
- Quyết định số 6184/QĐ-BCT ngày 19/10/2012 của Bộ trưởng Bộ Công thương về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại cả nước đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030;

- Quyết định số 6481/QĐ-BCT ngày 26/06/2015 của Bộ Công Thương về phê duyệt duy hoạch tổng thể phát triển mạng lưới chợ toàn quốc đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035;

- Quyết định số 708/QĐ-UBND ngày 22 tháng 7 năm 2020 về việc ban hành Kế hoạch Phát triển thương mại điện tử tỉnh Điện Biên giai đoạn 2021-2025;

- Quyết định số 6299/QĐ-BCT ngày 15/7/2014 về việc phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển công nghiệp, thương mại trên tuyến biên giới Việt Nam – Lào đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030;

- Quyết định số 531/QĐ-TTg ngày 1/4/2021 về việc phê duyệt Chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050;

- Thông tư số 01/2021/TT-BXD ngày 19/5/2021 của Bộ Xây dựng về việc Ban hành QCVN 01:2021/BXD quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về quy hoạch xây dựng;

- Quyết định số 1012/QĐ-TTg ngày 3/7/2015 về việc quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm logistics trên địa bàn cả nước đến năm 2020, định hướng đến năm 2030;

- Nghị quyết số 17-NQ/TU của tỉnh ủy Điện Biên ngày 10/12/2021 về phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, gắn với thực hiện mục tiêu giảm nghèo;

- Quyết định số 608/QĐ-UBND ngày 05/4/2022, của UBND tỉnh Điện Biên về việc ban hành Chương trình hành động phát triển công nghiệp và thương mại trên địa bàn tỉnh Điện Biên giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045;

- Nguồn số liệu thống kê của Tổng cục thống kê, Sở Kế hoạch và Đầu tư, Cục Thống kê tỉnh, các Sở ngành và các huyện, thị, thành phố thuộc tỉnh.

CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ HIỆN TRẠNG VÀ PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI TỈNH ĐIỆN BIÊN

I. Điều kiện tự nhiên

1. Diện tích, vị trí địa lý

Điện Biên là tỉnh biên giới thuộc vùng Tây Bắc của Tổ quốc, phía Đông và Đông Bắc giáp tỉnh Sơn La, phía Bắc giáp tỉnh Lai Châu, phía Tây Bắc giáp tỉnh Vân Nam (Trung Quốc), phía Tây và Tây Nam giáp hai tỉnh Bắc Lào là Phongsavan và Luang Prabang của nước CHDCND Lào. Điện Biên có đường giao thông đi các tỉnh Bắc Lào và tỉnh Vân Nam của Trung Quốc, có đường hàng không từ Điện Biên Phủ đi Hà Nội, Hải Phòng và TP Hồ Chí Minh. Điện Biên có tổng diện tích tự nhiên là 9.541,25 km² với dân số bình quân là 613,5 nghìn người, mật độ dân 64 người/km², thuộc nhóm tỉnh có mật độ dân số thấp nhất cả nước. Trung tâm tỉnh là thành phố Điện Biên Phủ, nằm cách Thủ đô Hà Nội 504 km về phía Tây. Điện Biên là tỉnh duy nhất có chung đường biên giới với 2 quốc gia Lào và Trung Quốc với tổng chiều dài 455,573 km, trong đó: đường biên giới Việt Nam - Lào là 414,712 km; đường biên giới Việt Nam - Trung Quốc là 40,861 km. Đây là điều kiện và cơ hội rất lớn để tỉnh Điện Biên đẩy mạnh thương mại quốc tế, tiến tới xây dựng khu vực này thành địa bàn trung chuyển chính trên tuyến đường xuyên Á phía Bắc, nối liền vùng Tây Bắc Việt Nam với khu vực Bắc Lào - Tây Nam Trung Quốc và Đông Bắc Myanmar.

Tỉnh Điện Biên có 10 đơn vị hành chính, gồm: Thành phố Điện Biên Phủ (Trung tâm tỉnh lỵ), thị xã Mường Lay, huyện Mường Nhé, huyện Mường Chà, huyện Tủa Chùa, huyện Tuần Giáo, huyện Mường Ảng, huyện Điện Biên, huyện Điện Biên Đông và huyện Nậm Pồ. Toàn tỉnh có 29 xã biên giới, 19 dân tộc sinh sống với nền văn hóa rất đa dạng, mang những nét đặc trưng của đồng bào khu vực Tây bắc. Những năm gần đây, nhiều lễ hội và phong tục truyền thống tốt đẹp của đồng bào dân tộc đang được phục hồi và phát triển theo hướng tiến bộ và trở thành một trong những nguồn lực phát triển quan trọng của tỉnh, nhất là phát triển du lịch.

Điện Biên có địa hình rất phức tạp, được cấu tạo bởi những dãy núi chạy dài theo hướng Tây Bắc - Đông Nam. Cao độ biến đổi từ 200-1.800m. Trên 70% diện tích tự nhiên của tỉnh có độ dốc lớn hơn 25%. Địa hình có hướng thấp dần từ Bắc xuống Nam và nghiêng dần từ Tây sang Đông. Phía biên giới Việt Lào có đỉnh Pu Đen Đinh 1.886m và Phu Can Ke 1.589m. Xen kẽ giữa núi cao là những thung lũng sâu và hẹp, trong đó đáng kể là thung lũng Mường Thanh có diện tích 15.000 ha. Do

chịu ảnh hưởng của những hoạt động kiến tạo nên địa hình của Điện Biên rất phức tạp. Cấu trúc địa hình núi cao là phổ biến và chiếm phần lớn diện tích đất tự nhiên toàn tỉnh. Núi ở đây bị bào mòn mạnh tạo thành những bán bình nguyên rộng lớn như A Pa Chải (H. Mường Nhé), Tả Phình (H. Tủa Chùa). Ngoài ra còn có dạng địa hình thung lũng, sông, suối, thềm bãi bồi, nón phóng vật, sườn tích, hang động Castor, mô sụt võng... phân bố rộng khắp trên địa bàn tỉnh với diện tích nhỏ hẹp.

2. Các nguồn tài nguyên

- Tài nguyên nước: Điện Biên có nguồn nước phong phú với ba hệ thống sông lớn đi qua tỉnh là sông Đà, sông Mã và sông Mê Kông. Sông ngòi trong tỉnh thường có độ dốc lớn, nhiều thác ghềnh – đặc biệt là các sông thuộc hệ thống sông Đà và sông Nậm Rốn – nên có tiềm năng phát triển thủy điện. Toàn tỉnh có hơn 10 hồ và hơn 1.000 sông, suối lớn nhỏ phân bố tương đối đồng đều. Đáng chú ý là hồ Pá Khoang, suối khoáng nóng Hua Pe và suối khoáng nóng Uva. Nguồn nước ngầm của tỉnh tập trung chủ yếu ở các thung lũng lớn như huyện Điện Biên, Tuần Giáo, Tủa Chùa.

- Tài nguyên đất: Điện Biên có các nhóm đất chính là phù sa, đất đen, đất mùn vàng đỏ trên núi, phù hợp để phát triển các loại cây lương thực, cây hoa màu và cây công nghiệp ngắn ngày, trồng và khoanh nuôi tái sinh rừng. Tổng diện tích đất nông nghiệp toàn tỉnh là 108.158 ha, chiếm 11,32% diện tích đất tự nhiên; trong đó diện tích đất lâm nghiệp có rừng là 309.765 ha (chiếm 32,42%), diện tích đất chuyên dùng 6.053 ha (chiếm 0,68%). Ngoài ra, Điện Biên còn có 528.370 ha đất chưa sử dụng, chiếm 55,3% tổng diện tích đất tự nhiên, trong đó chủ yếu là đất đồi núi (96,9%).

- Tài nguyên rừng: Hiện nay, toàn tỉnh có 350.854,79 ha rừng, đạt tỷ lệ che phủ hơn 37%. Trong rừng có nhiều loại gỗ quý hiếm, giá trị kinh tế cao như lát, chò chỉ, nghiến, táu, pơ mu... Ngoài ra, còn có các loại cây đặc sản khác như cánh kiến đỏ, song mây...

- Tài nguyên khoáng sản: Điện Biên không có nhiều loại khoáng sản, tuy nhiên, điều tra sơ bộ cho thấy trên địa bàn tỉnh vẫn có một số loại khoáng sản chính như than đá, đá đen, vàng, cát, sỏi, và các loại vật liệu xây dựng khác... Hiện, mỏ than mỡ Thanh An có trữ lượng khoảng 156.000 tấn; mỏ cao lanh ở Huổi Phạ trữ lượng khoảng 51.000 tấn; mỏ đá xây dựng ở Tây Trang; vàng sa khoáng ở thượng nguồn sông Đà, nước khoáng Mường Luân...

3. Các lợi thế tự nhiên

- Tiềm năng kinh tế cửa khẩu: Điện Biên ở ngã ba biên giới giáp 2 nước Lào và Trung Quốc; trên tuyến biên giới Việt – Lào đã mở cửa khẩu quốc tế Tây Trang – Xốp Hùn và cửa khẩu chính Huổi Puốc – Na Son; trên tuyến biên giới Trung Quốc có lối mở A Pa Chải – Long Phú, hiện đang hoàn tất thủ tục để khai thông cửa khẩu với quy mô là cửa khẩu quốc gia. Khu kinh tế Tây Trang đã được đầu tư xây dựng một số hạng mục, chính là điều kiện thuận lợi để các nhà đầu tư tìm kiếm cơ hội đầu tư cơ sở sản xuất kinh doanh thương mại, xuất nhập khẩu với các tỉnh Bắc Lào và Tây Nam Trung Quốc.

- Tiềm năng du lịch: Điện Biên là tỉnh có tiềm năng, lợi thế lớn để phát triển du lịch với nhiều loại hình đa dạng: du lịch lịch sử, văn hóa, sinh thái. Cụm di tích Chiến thắng lịch sử Điện Biên Phủ là điều kiện thuận lợi để Điện Biên khai thác, phát triển du lịch nhóm các di tích lịch sử - cách mạng. Bên cạnh đó, Điện Biên còn nhiều điểm du lịch hấp dẫn như Hồ Pa Khoang, suối nóng Hua Pe, hồ U Va, thác Mường Luân, khu bảo tồn thiên nhiên Mường Nhé... Ngoài ra, trên địa bàn tỉnh còn có 19 dân tộc anh em sinh sống với những nét văn hóa đặc trưng riêng, gồm cả văn hóa vật thể và văn hóa phi vật thể, rất thích hợp để phát triển du lịch văn hóa.

II. Điều kiện xã hội

1. Về dân số

Về dân cư, năm 2020, quy mô dân số của tỉnh Điện Biên là 613 nghìn người, chiếm 4,4% dân số toàn vùng Trung du và miền núi phía Bắc, đứng thứ 58 và chiếm 0,6% dân số cả nước. Địa bàn tỉnh là nơi sinh sống của nhiều dân tộc thiểu số gồm: Thái, Mông, Kinh, Dao, Khơ Mú, Hà Nhì, Giáy, La Hủ, Lự, Hoa, Kháng, Mảng, Tày, Nùng, Mường... Mật độ dân số bình quân của tỉnh Điện Biên là 64 người/km², trong đó, dân số tập trung với mật độ đông tại thành phố Điện Biên Phủ, huyện Điện Biên, huyện Mường Nhé, huyện Điện Biên Đông, huyện Mường Chà và Tủa Chùa. Dân số tại các huyện Tuần Giáo, Thị xã Mường Lay, huyện Mường Ảng và huyện Nậm Pồ đều có mật độ dân số thấp so với bình quân của tỉnh.

Bảng 1: Bảng dân số tỉnh Điện Biên theo địa giới hành chính năm 2020

Tổng	Diện tích (km ²)	Dân số (Nghìn người)	Mật độ dân số (Người/km ²)
	9.539,93	613.480	64,31

1. Thành phố Điện Biên Phủ	306,58	81.690	266,46
2. Thị Xã Mường Lay	112,67	11.525	102,29
3. Huyện Mường Nhé	1.569,08	47.394	30,20
4. Huyện Mường Chà	1.189,90	49.616	41,70
5. Huyện Tủa Chùa	684,15	59.033	86,29
6. Huyện Tuần Giáo	1.135,42	89.625	78,94
7. Huyện Điện Biên	1.396,27	100.052	71,66
8. Huyện Điện Biên Đông	1.206,86	68.392	56,67
9. Huyện Mường Ảng	443,41	49.427	111,47
10. Huyện Nậm Pồ	1.495,59	56.726	37,93

Nguồn: NGTK tỉnh Điện Biên năm 2020

Tỷ lệ đô thị hóa của tỉnh Điện Biên còn rất thấp. Tỷ lệ dân số đô thị tỉnh gần như không tăng, đến năm 2020 đạt 14,88%, thấp hơn trung bình vùng là 20% và thấp hơn tỷ lệ đô thị hóa trung bình cả nước là 37%.

2. Về lao động

Năm 2020, lực lượng lao động (LLLĐ) trong độ tuổi lao động của tỉnh là 360 ngàn người (chiếm 58,7% tổng dân số), trong đó có 52,6 ngàn người ở thành thị (chiếm tỷ lệ 14,6%) và 307,9 ngàn người ở nông thôn (chiếm tỷ lệ 85,39%). Lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc hàng năm là 359 ngàn người (năm 2020), chiếm 58,5% tổng dân số toàn tỉnh (vùng TDMNPB 61,5%; cả nước 57,8%). So với mức bình quân của cả nước thì Điện Biên đang có lợi thế hơn về nguồn nhân lực. Giai đoạn 2011-2020 LLLĐ khu vực nông thôn chiếm tỷ trọng lớn từ 84,94% đến 86,19%, và có xu hướng giảm dần theo các năm, LLLĐ khu vực thành thị chiếm tỷ trọng 13,5% đến 15% qua các năm và có xu hướng tăng dần, sự dịch chuyển gia tăng LLLĐ khu vực đô thị cho thấy nhu cầu lao động tại các thành thị đang tăng nhanh.

Chất lượng nguồn nhân lực của tỉnh trong những năm qua đã được nâng lên nhanh, từng bước đáp ứng yêu cầu nâng cao chất lượng phát triển kinh tế xã hội. Tỷ

lệ lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc trong nền kinh tế đã qua đào tạo năm 2020 đạt 27,42% (Vùng TDMNPB 19%, cả nước 23,5%), tăng 10,32% so với năm 2011 (Vùng tăng 5,7%; cả nước tăng 7%). Tốc độ tăng tỷ lệ lao động qua đào tạo của tỉnh giai đoạn 2011-2020 đạt 6,08%/năm, cao hơn mức tăng bình quân của vùng TDMNPB (3,6%/năm) và cả nước (3,6%/năm).

Lao động chủ yếu tập trung trong ngành NLTS, đến năm 2020 là 258.271 người, chiếm 71,94% tổng số lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc trong nền kinh tế, đáng chú ý là số lao động trong lĩnh vực này có xu hướng tăng lên qua các năm với tốc độ tăng bình quân là 1,06%/năm giai đoạn 2011-2020, ngược lại với xu hướng giảm do chuyển dịch lao động sang các ngành có năng suất lao động cao hơn của cả nước. Lao động làm việc trong các ngành công nghiệp – xây dựng chỉ là 35,97 nghìn người, chiếm 10,02% và lao động trong ngành dịch vụ là 64,76 nghìn người, chiếm 18,04% tổng số lao động đang làm việc. Tuy nhiên, lao động trong ngành công nghiệp – xây dựng có tốc độ tăng trưởng rất cao, đạt 20,14%/năm trong khi dịch vụ chỉ tăng 6,26%.

III. Điều kiện kinh tế

1. Thực trạng phát triển kinh tế tỉnh Điện Biên

Kinh tế tỉnh Điện Biên tiếp tục duy trì tăng trưởng và phát triển. Tính đến năm 2020, quy mô kinh tế của tỉnh đạt 20.360 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng GRDP của tỉnh giai đoạn 2011-2020 đạt 5,56%/năm; GRDP bình quân đầu người năm 2020 đạt 33,2 triệu đồng/người/năm. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng tích cực, tăng dần tỷ trọng các ngành công nghiệp - xây dựng và dịch vụ, giảm dần tỷ trọng ngành nông, lâm thủy sản, đến năm 2020, cơ cấu 3 ngành NLTS/CN-XD/DV lần lượt là 19,2%/19,7%/61,1% (không bao gồm thuế sản phẩm trừ trợ cấp), trong đó đóng góp của ngành dịch vụ là chủ yếu. Thu nhập bình quân đầu người của tỉnh Điện Biên đến năm 2020 đạt 1.737 nghìn đồng/người/tháng, tăng trưởng bình quân đạt 11%/năm giai đoạn 2011-2020, đây là mức thu nhập thấp nhất trong vùng Trung du và miền núi phía bắc.

2. Hiện trạng ngành nông – lâm nghiệp và thủy sản

Từ năm 2011 – 2020, GRDP nông nghiệp tỉnh Điện Biên nhìn chung có xu hướng tăng lên, tuy nhiên tốc độ tăng biến động lớn qua các năm và có xu hướng giảm dần. Năm 2011, GRDP NLTS Điện Biên đạt 1,63 nghìn tỷ, đến năm 2020, GRDP của ngành tăng thêm khoảng 500 tỷ đồng lên thành 2,12 nghìn tỷ với tốc độ tăng trưởng bình quân mỗi năm vào khoảng 2,6%/năm. Trong đó, cao nhất là năm

2012 với tốc độ tăng trưởng là 6,6% và thấp nhất là năm 2018 với tốc độ tăng chỉ là 0,1%. Hạn chế lớn nhất của ngành NLTS Điện Biên là phần lớn hoạt động sản xuất nông nghiệp trên địa bàn tỉnh là tự cung tự cấp. Sản xuất nông sản hàng hóa tập trung vào một số loại cây trồng nhất định là cà phê, cao su, gạo, ngô, dong riềng, ...

3. Hiện trạng ngành công nghiệp

Quy mô ngành của tỉnh Điện Biên ngày càng được mở rộng và đóng góp nhiều hơn vào quy mô kinh tế của tỉnh. Năm 2020, VA của ngành công nghiệp đạt 1,4 nghìn tỷ, tăng 3,4 lần so với năm 2011; làm tỷ trọng của ngành trong cơ cấu kinh tế của tỉnh tăng từ 4,6% năm 2011 lên 7,3% năm 2020 (tăng 2,7 điểm %). Mặc dù vậy, công nghiệp vẫn là ngành chiếm tỷ trọng nhỏ nhất, đóng góp của ngành trong quy mô kinh tế của tỉnh luôn dưới 10%. Cơ cấu sản phẩm chủ yếu của Điện Biên thời gian qua chuyển dịch tích cực theo hướng giảm tỷ trọng ngành công nghiệp khai thác khoáng sản hay sản phẩm gỗ, tăng sản phẩm chế biến nông sản thực phẩm và hàng tiêu dùng. Trong đó, ngành chế biến nông sản, thực phẩm là ngành công nghiệp trọng điểm của tỉnh Điện Biên.

IV. Điều kiện về cơ sở hạ tầng

1. Mạng lưới giao thông:

Hệ thống giao thông của Điện Biên có đủ ba loại hình giao thông và đường bộ, đường thủy và đường hàng không. Nhiều tuyến đường giao thông tỉnh lộ được Trung ương nâng cấp thành quốc lộ với tổng mức đầu tư hàng nghìn tỷ đồng và từng bước được đầu tư đồng bộ như:

- Đường bộ: Hiện nay trên địa bàn tỉnh Điện Biên hệ thống giao thông đường bộ có tổng chiều dài 9.568,22 km. Trong đó, hệ thống giao thông do trung ương quản lý bao gồm 6 tuyến đường quốc lộ với tổng chiều dài 745,43 km, bao gồm:

+ Quốc lộ 6: nối Điện Biên với các tỉnh Sơn La – Hòa Bình – Hà Nội, đoạn tuyến đi qua địa bàn tỉnh có chiều dài 111,9km, từ đèo Pha Đin đến Tuần Giáo đến Mường Lay.

+ Quốc lộ 12: tuyến đường liên tỉnh nối Lai Châu với Điện Biên, đoạn tuyến trên địa bàn tỉnh dài 188,63km; với 2 đoạn tuyến (đoạn tuyến 1 từ cầu Hang Tôm thị xã Mường Lay đến đồi A1 thành phố Điện Biên Phủ, đoạn tuyến 2 là tuyến quốc lộ 12 kéo dài từ đồi A1 đến ngã 3 bản Phủ).

+ Quốc lộ 279: tuyến đường huyết mạch liên tỉnh nối các tỉnh Quảng Ninh, Bắc Giang, Lạng Sơn, Bắc Kạn, Tuyên Quang, Hà Giang, Lào Cai, Lai Châu, Sơn La và

Điện Biên với nhau. Đoạn tuyến trên địa bàn tỉnh Điện Biên có chiều dài 130,1 km được phân làm 2 đoạn (đoạn 1 đèo Chiến Thắng - Minh Thắng; đoạn 2 Pha Đin - Tây Trang).

+ Quốc lộ 279B: Chiều dài 11,5km từ xã Nà Tấu đến khu di tích Sở chỉ huy chiến dịch Điện Biên Phủ.

+ Quốc lộ 279C: chiều dài 68.2km, được chuyển từ đường hành lang biên giới Pom Lót – Ta Lét – Mường Nhà – Mường Lói – cửa khẩu Huổi Puốc thành quốc lộ.

+ Quốc lộ 4H: là trục giao thông quan trọng nối Điện Biên và Lai Châu. Đoạn tuyến qua địa bàn tỉnh có tuyến chính với chiều dài 234,9km.

Bên cạnh đó, trên địa bàn tỉnh có 20 tuyến đường tỉnh với chiều dài 604,7 km; đường huyện với tổng chiều dài 1.161 km, đường đô thị với tổng chiều dài 216,4km, đường xã 2.859,8km, 4 tuyến đường tuần tra biên giới dài 74,2km, đường thôn xóm dài 2.395,7km và 1.511km đường trục chính nội đồng; có một vị trí và vai trò rất quan trọng trong kết nối các khu vực kinh tế của tỉnh với nhau và với mạng lưới giao thông quốc gia.

- Đường thủy nội địa: Hiện nay các tuyến vận tải thủy trên địa bàn tỉnh dài 112km, trong đó tuyến đang khai thác thuộc địa phận tỉnh Điện Biên từ thị xã Mường Lay đến huyện Tủa Chùa dài 77km.

- Đường hàng không: Cảng hàng không Điện Biên được xây dựng từ kỳ Pháp thuộc và trải qua nhiều lần cải tạo, sửa chữa, nâng cấp; gần đây nhất là vào năm 2004. Hiện tại, Cảng có 1 đường cất, hạ cánh với chiều dài 1830 m, rộng 30 m; sân đỗ có diện tích rộng 24.000m² với 4 vị trí đỗ máy bay; nhà ga hành khách rộng 2.500m² có trang thiết bị tương đối đảm bảo. Tuy vậy, Cảng chưa được đầu tư hệ thống đèn đêm và các trang thiết bị dẫn đường hiện đại, nên hoạt động bay gặp nhiều khó khăn (chỉ khai thác được vào ban ngày, phụ thuộc nhiều vào điều kiện thời tiết, khí tượng...).

2. Thủy lợi

Trên địa bàn tỉnh Điện Biên có 13 hồ chứa đã đưa vào khai thác sử dụng với tổng dung tích hữu ích 75,9 triệu m³, trong đó: Số hồ có dung tích thiết kế trên 10 triệu m³ là: 01 hồ; Số hồ chứa có dung tích thiết kế 3-10 triệu m³ là: 01hồ; Số hồ chứa có dung tích thiết kế 1-<3 triệu m³ là: 06 hồ; Số hồ chứa có dung tích thiết kế từ 0,2-<1 triệu m³ là: 05 hồ. Ngoài chức năng cung cấp nước phục vụ cho sản xuất nông nghiệp và sinh hoạt hàng ngày của nhân dân, hệ thống hồ, đập, kênh, mương

thủy lợi còn đóng vai trò quan trọng trong việc giảm nhẹ các hiện tượng thiên tai: lũ lụt, sạt, trượt lở đất ... Đến nay, toàn tỉnh hiện có 793 công trình thủy lợi, trong có 522 công trình kiên cố, 271 công trình tạm, 1.370km kênh mương các loại trong đó có 949,7km kênh đã được kiên cố hóa, 420,4km kênh đất. Đảm bảo nước tưới cho trên 17.118ha lúa mùa tăng 2.501ha so với năm 2005, và tưới cho 9.638ha lúa chiêm xuân, tăng 719ha so với năm 2010. Hệ thống hồ, đập, kênh dẫn nước tưới được đầu tư đã tạo điều kiện thuận lợi cho nông dân khai hoang, tăng diện tích gieo trồng, thâm canh, tăng vụ, nâng cao năng suất và sản lượng các loại cây trồng, góp phần đảm bảo an ninh lương thực, chuyển đổi cơ cấu cây trồng.

3. Cấp điện

Nguồn điện cấp cho vùng tỉnh Điện Biên là lưới điện quốc gia khu vực miền Bắc và nguồn thủy điện vừa và nhỏ. Lưới điện Quốc gia cấp điện cho tỉnh thông qua 02 tuyến đường dây chính gồm: Đường dây 110kV Sơn La – Thuận Châu – Tuần Giáo – Điện Biên và tuyến mạch kép Thủy điện Lai Châu – Tuần Giáo. Với đặc điểm địa hình chủ yếu là đồi núi dốc, hiểm trở và chi cắt mạnh; hệ thống sông ngòi tương đối thuận lợi với 03 con sông lớn Sông Đà, sông Mã và sông Mê Công gồm các nhánh chính là sông Nậm Rốn, Nậm Núa. Điện Biên có rất nhiều tiềm năng phát triển thủy điện, đặc biệt là thủy điện vừa và nhỏ. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có 13 nhà máy thủy điện đang vận hành khai thác phát vào lưới điện 110kV và lưới điện trung áp của tỉnh với tổng công suất 188,8MW.

4. Bưu chính viễn thông

Mạng lưới bưu chính được mở rộng và hoạt động ổn định, đảm bảo cung cấp các dịch vụ và đáp ứng kịp thời nhu cầu về chuyển phát thư, báo, các loại công văn giấy tờ, bưu phẩm, bưu kiện cho các cơ quan, đơn vị, tổ chức và nhân dân. Đồng thời, bưu chính có những bước chuyển biến, đổi mới, mở rộng các loại hình dịch vụ, từng bước tạo nền tảng phát triển thương mại điện tử và hỗ trợ các dịch vụ công của tỉnh. Toàn tỉnh hiện có 05 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ bưu chính; Mạng lưới bưu chính công cộng hiện nay có 167 điểm phục vụ; có 89 tuyến đường thư, 90 xã có báo đến trong ngày.

Về mạng lưới viễn thông, trên địa bàn tỉnh chỉ có hệ thống các tuyến truyền dẫn viễn thông dùng riêng mạng truyền số liệu chuyên dụng của các cơ quan Đảng và Nhà nước được xếp vào các công trình viễn thông quan trọng liên quan đến quốc phòng an ninh. Mạng truyền số liệu chuyên dùng các cơ quan Đảng và Nhà nước của tỉnh đã đưa vào sử dụng giai đoạn 3, kết nối các sở, ban, ngành và một số huyện, thị

xã, thành phố trong tỉnh. Thiết bị định tuyến đặt tại Viễn thông Điện Biên, sau đó kéo cáp quang đến trụ sở các sở, ban, ngành và Ủy ban nhân dân cấp huyện. Đến hết năm 2020 đã kết nối đến 106/129 xã, phường, thị trấn đạt 82,2%). Việc đưa mạng truyền số liệu chuyên dùng vào hoạt động là cơ sở để triển khai các ứng dụng công nghệ thông tin đồng bộ cho tất cả các cơ quan hành chính của tỉnh, quyết định cho việc hình thành Chính phủ điện tử. Ngoài ra mạng truyền số liệu chuyên dùng còn giúp đội ngũ cán bộ công chức truy nhập Internet tốc độ cao, ổn định đáp ứng nhu cầu tìm kiếm thông tin phục vụ công tác quản lý, trao đổi thư điện tử, văn bản điện tử... trên môi trường mạng.

Đến năm 2020, trên địa bàn tỉnh có 05 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông với tổng số 770 vị trí trạm thu phát sóng thông tin di động BTS, tăng 162 vị trí trạm so với năm 2016; 632 vị trí có phủ sóng 3G; 489 vị trí có phủ sóng 4G và tiếp tục tăng mạnh. 129/129 xã, phường, thị trấn được phủ sóng thông tin di động 3G và 4G, tăng 55 xã so với năm 2016. Số thuê bao điện thoại đến năm 2020 đạt hơn 420.000 thuê bao; mật độ thuê bao điện thoại đạt 67 thuê bao/100 dân (đạt 85% so với mục tiêu Kế hoạch Phát triển KT-XH tỉnh Điện Biên giai đoạn 2016 -2020, 80 thuê bao/100 dân).

V. Vị thế của tỉnh Điện Biên trong vùng Trung du và miền núi phía Bắc

Tỉnh Điện Biên là tỉnh miền núi thuộc vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ gồm 14 tỉnh là khu vực kinh tế rộng lớn bao gồm các tỉnh (Hà Giang, Cao Bằng, Bắc Kạn, Tuyên Quang, Lào Cai, Yên Bái, Thái Nguyên, Lạng Sơn, Bắc Giang, Phú Thọ, Điện Biên, Lai Châu, Sơn La, Hòa Bình) với diện tích lên tới hơn 95 nghìn km², dân số hơn 11 triệu người, giàu tiềm năng khoáng sản, nông - lâm nghiệp, du lịch nhưng có dân cư thưa thớt và phân tán, khí hậu tương đối khắc nghiệt, nhiều khu vực còn có nền kinh tế chậm phát triển. Tỉnh Điện Biên nằm về phía Tây Bắc của vùng Trung du và Miền núi Bắc Bộ, giáp các tỉnh Sơn La và Lai Châu là tỉnh có quy mô kinh tế xếp ở nhóm dưới trong vùng.

Tỉnh Điện Biên là cửa ngõ phía Tây Bắc của du lịch vùng Trung du miền núi Bắc Bộ và du lịch Việt Nam. Điện Biên nằm trên các trục giao thông quan trọng về đường bộ theo hướng Đông – Tây (QL6, 279); vòng cung Tây Bắc (QL6, QL12, QL4D, 4H...); đường hàng không nối với thủ đô Hà Nội và các tỉnh thành. Từ Điện Biên có thể đi lại thuận tiện đến với các tỉnh đồng bằng sông Hồng, vùng núi phía Bắc Việt Nam, các tỉnh Thượng Lào và cầu nối đến các nước ASEAN.

Điện Biên được mệnh danh là “địa đầu” của Tổ quốc. Lãnh thổ tỉnh có phía Tây giáp CHDCND Lào và phía Bắc giáp CHND Trung Hoa, với nhiều cửa khẩu đường bộ như Tây Trang, Huổi Puốc – Na Son, A Pa Chải..., tạo thành cửa ngõ phía Tây của vùng và của Việt Nam với các nước ASEAN. Điện Biên nằm không gian hợp tác Tiểu vùng sông Mê Kông mở rộng (GMS), vì vậy giữ vị trí quan trọng đặc biệt đối với vùng Trung du, miền núi Bắc Bộ và của cả nước về nhiều lĩnh vực kinh tế, văn hoá, chính trị, quốc phòng và an ninh.

Về du lịch, nhờ vị trí địa kinh tế chiến lược, du lịch Điện Biên nằm trên các hành lang du lịch quan trọng mang tầm quốc gia:

- Vòng cung phía Bắc: Hà Nội – Hòa Bình – Sơn La – Điện Biên – Lai Châu – Lào Cai – qua các tỉnh vùng Đông Bắc.

- Hành lang Đông – Tây: Dọc quốc lộ 279: Điện Biên – Lào Cai – Yên Bái – Tuyên Quang – Bắc Cạn – Thái Nguyên – Bắc Giang – Quảng Ninh.

- Hành lang trung tâm: Hà Nội – Điện Biên – Viên Chăn (CHDCND Lào) dọc quốc lộ 6 và quốc lộ 279 (AH 13).

- Hành lang Bắc – Nam: Điện Biên Phủ – Mường Lay – Vân Nam (Trung Quốc) theo quốc lộ 12 có dự kiến đường sắt đi Côn Minh, Lệ Giang (Trung Quốc).

- Hành lang Tây – Bắc: Phong Sa Lý, U Đôm Say – Luông Pha Băng (CHDCND Lào) – Điện Biên Phủ – Mường Chà – Mường Nhé – Vân Nam (Trung Quốc).

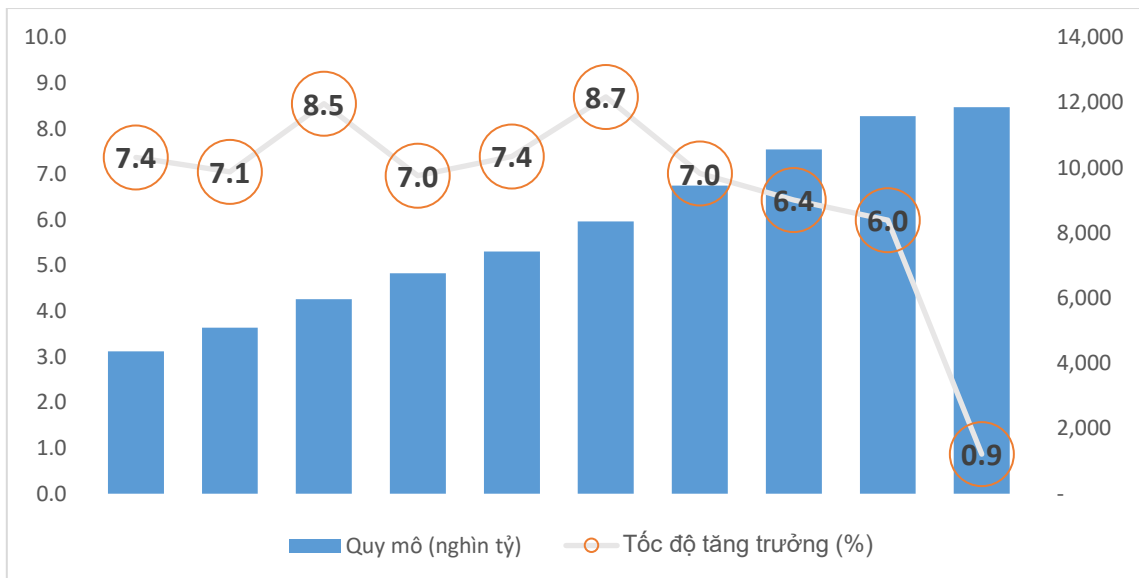
Đây cũng là khu vực có nhiều tiềm năng nổi bật về du lịch sinh thái, du lịch văn hoá, văn hóa – lịch sử và du lịch biên giới. Vì vậy, Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam định hướng Điện Biên là một trong những trọng điểm phát triển du lịch của vùng Trung du, miền núi Bắc Bộ nói riêng và cả nước nói chung. Điện Biên tham gia và đóng vai trò quan trọng chương trình hợp tác du lịch 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng, Điện Biên dần khẳng định được vị thế của mình trong mô hình liên kết phát triển du lịch xuyên suốt các tỉnh: Hòa Bình, Sơn La, Điện Biên, Lai Châu, Lào Cai, Yên Bái, Phú Thọ và Hà Giang.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI, DỊCH VỤ

I. Thực trạng phát triển ngành dịch vụ

Trong giai đoạn 2011-2020, quy mô giá trị gia tăng ngành dịch vụ tỉnh Điện Biên tăng đều nhưng có xu hướng chậm lại. Giá trị gia tăng ngành dịch vụ tỉnh Điện Biên tăng từ 4.362 tỷ đồng năm 2011 lên 11.860 tỷ đồng vào năm 2020. Tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011-2015 đạt 7,5%/năm và có xu hướng chậm lại trong giai đoạn 2016-2020 còn 5,8%/năm. Tính chung cho cả giai đoạn 2011-2020, tốc độ tăng trưởng bình quân ngành dịch vụ tỉnh Điện Biên đạt 6,6%/năm. Đặc biệt, năm 2020, tốc độ tăng trưởng ngành dịch vụ tỉnh Điện Biên chỉ đạt 0,9% so với năm trước chủ yếu do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến các ngành nghề dịch vụ.

Hình 1: GRDP dịch vụ tỉnh Điện Biên 2011 – 2020

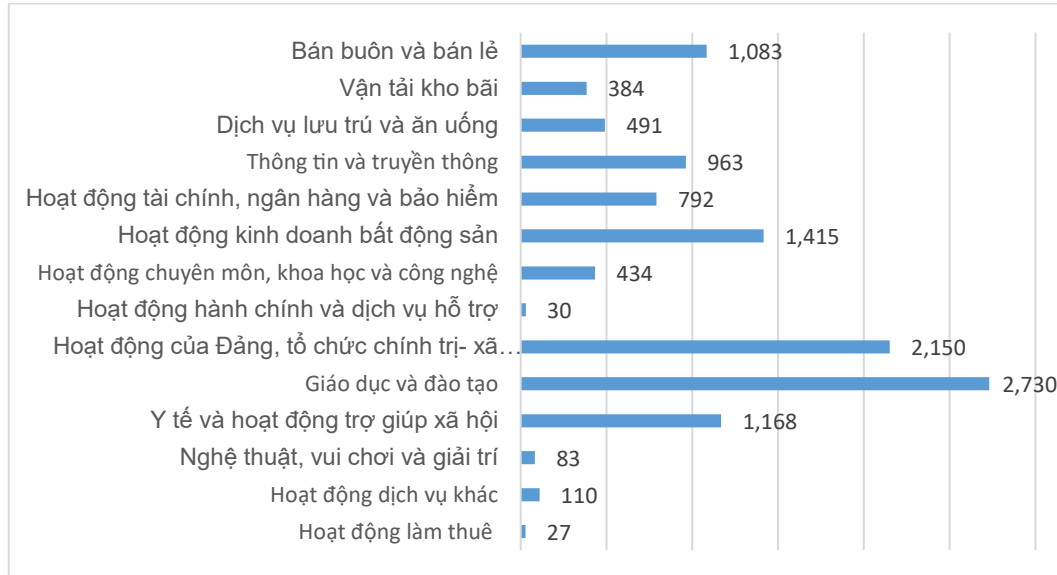


Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Điện Biên

Đóng góp chính vào ngành dịch vụ tỉnh Điện Biên năm 2020 là các hoạt động dịch vụ giáo dục và đào tạo, kinh doanh bất động sản, y tế và bán buôn, bán lẻ. Trong đó, hoạt động giáo dục, đào tạo chiếm 23,02% tổng giá trị gia tăng ngành dịch vụ, kinh doanh bất động sản chiếm 11,9%, y tế và hoạt động trợ giúp xã hội chiếm 9,85% và bán buôn bán lẻ chiếm 9,13%. Hoạt động làm thuê trong các hộ gia đình, sản xuất vật chất tự tiêu dùng mặc dù chiếm tỷ trọng còn khá thấp nhưng có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất trong số các ngành dịch vụ (đạt 9,4%/năm giai đoạn 2011-2020). Tiếp đó là ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống tăng trưởng nhanh với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 7%/năm. Các hoạt động vận tải, kho bãi đạt tốc độ tăng trưởng 7,4%/năm.

Trong khi đó, các ngành có quy mô lớn như hoạt động kinh doanh bất động sản tăng trưởng chậm nhất trong các ngành dịch vụ (4,2%/năm), các hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ cũng tăng trưởng chậm so với các ngành dịch vụ khác (6,1%/năm).

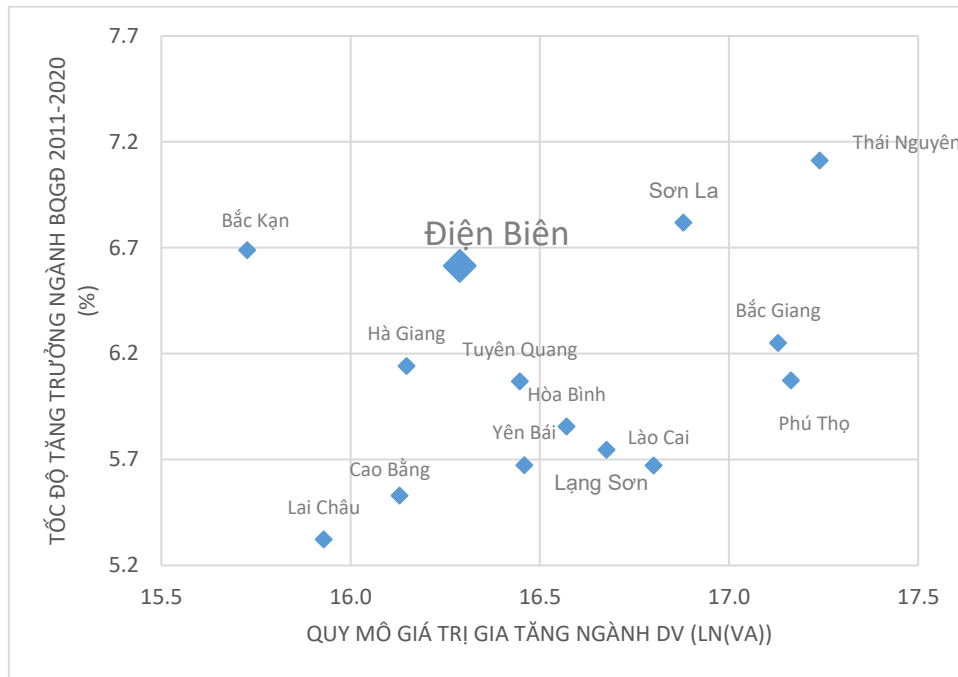
Hình 2: Quy mô GRDP theo ngành dịch vụ Điện Biên năm 2020 (nghìn tỷ đồng)



Nguồn: Cục Thống kê Điện Biên.

So sánh với các tỉnh trong vùng, tỉnh Điện Biên có quy mô tương đối thấp, đứng thứ 10/14 tỉnh. Quy mô ngành dịch vụ lớn nhất trong vùng là Thái Nguyên, cao gấp 2,6 lần quy mô của ngành Điện Biên. Tuy nhiên, do quy mô còn thấp nên tăng trưởng của ngành dịch vụ trên địa bàn tương đối nhanh, tốc độ tăng trưởng bình quân ngành dịch vụ đạt 6,6%/năm giai đoạn 2011-2020, đây là tốc độ tăng trưởng nhanh so với hầu hết các tỉnh trong vùng, chỉ thấp hơn Thái Nguyên, Sơn La và Bắc Kạn.

Hình 3: So sánh vị thế ngành dịch vụ tỉnh Điện Biên và một số tỉnh trong vùng



Nguồn: NGTK các tỉnh năm 2020

II. Thực trạng phát triển thương mại nội địa

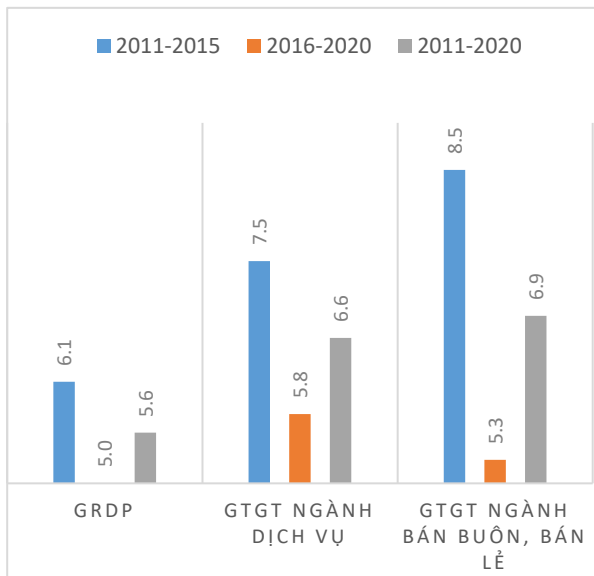
1. Quy mô thương mại

Quy mô giá trị gia tăng ngành thương mại có xu hướng tăng trưởng khá, tuy nhiên đóng góp vào giá trị gia tăng của tỉnh vẫn còn hạn chế. Tính đến năm 2020, quy mô giá trị gia tăng ngành bán buôn, bán lẻ đạt 1.083,3 tỷ đồng và đứng thứ 7 trong số 21 ngành kinh tế của tỉnh Điện Biên. Trong giai đoạn 2011-2015, tốc độ tăng trưởng giá trị gia tăng của ngành bán buôn, bán lẻ đạt 8,5%/năm, cao so với mức tăng trưởng GRDP bình quân của tỉnh cùng giai đoạn là 6,13%/năm và cao hơn ngành dịch vụ là 7,5%/năm. Đến giai đoạn 2016-2020, tăng trưởng ngành bán buôn, bán lẻ chậm lại so với giai đoạn trước, đạt 5,26%/năm, chủ yếu do tác động mạnh của dịch Covid-19 diễn ra trong năm 2020 khiến tăng trưởng của cả ngành dịch vụ giảm 6,6%. Nếu không tính năm 2020, tăng trưởng bình quân của ngành bán buôn, bán lẻ đạt 8,5%/năm. Mặc dù mức tăng trưởng ngành bán buôn, bán lẻ trong giai đoạn 2016-2020 thấp hơn nhưng ngành vẫn tiếp tục duy trì mức tăng trưởng cao so với bình quân chung toàn tỉnh (5%/năm). Bình quân giai đoạn 2011-2020, tăng trưởng giá trị gia tăng ngành bán buôn, bán lẻ đạt 6,86%/năm, cao so với mức bình quân chung của GRDP toàn tỉnh là 5,56%/năm và ngành dịch vụ là 6,61%/năm.

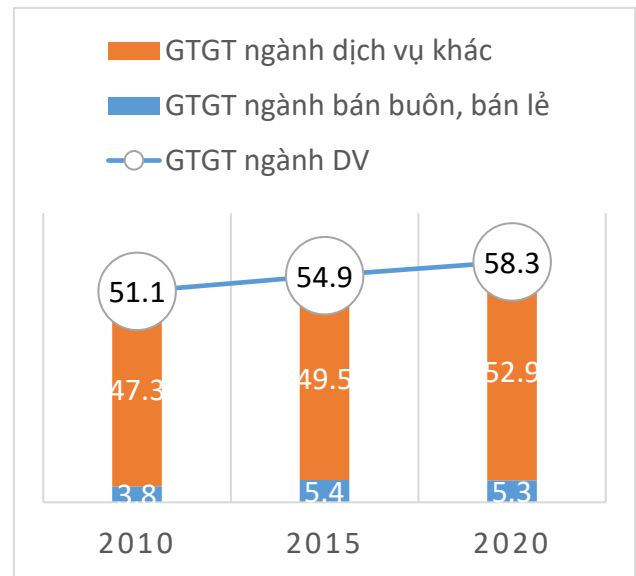
Do tốc độ tăng trưởng giá trị gia tăng ngành bán buôn, bán lẻ giai đoạn 2016-2020 thấp hơn so với giai đoạn 2011-2015, tỷ trọng giá trị gia tăng của ngành bán buôn, bán lẻ trong tổng giá trị gia tăng ngành dịch vụ của tỉnh cũng giảm nhẹ từ mức

9,9% năm 2015 xuống còn 9,1% năm 2020, kết quả này vẫn là mức tăng lên so với 7,5% của năm 2010. Tỷ trọng của ngành bán buôn, bán lẻ vào tổng GRDP của tỉnh tăng từ 3,8% năm 2010 lên 5,3% 2020.

Hình 4: Tăng trưởng bình quân ngành bán buôn, bán lẻ giai đoạn 2011-2020 (%)



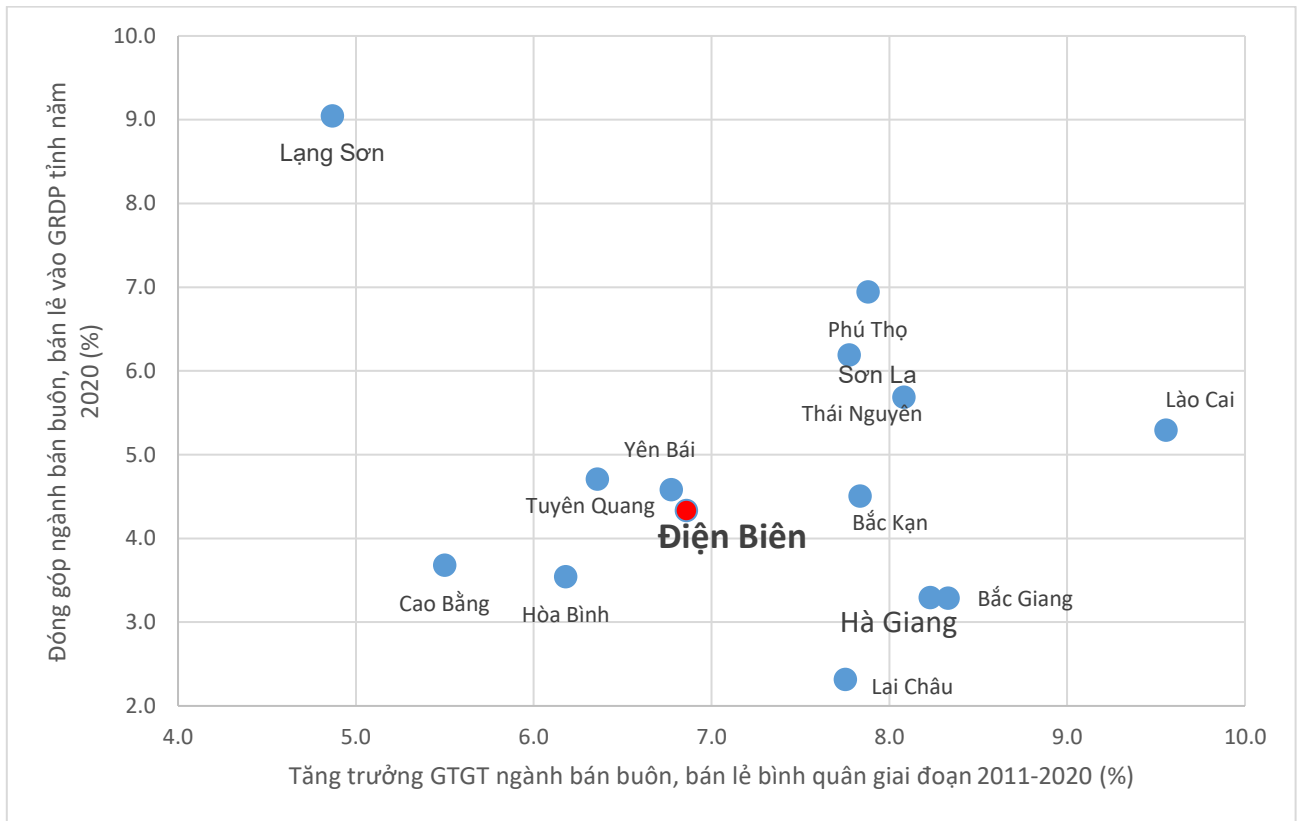
Hình 5: Đóng góp của ngành dịch vụ, bán buôn, bán lẻ vào GRDP giai đoạn 2010-2020 (%)



Nguồn: Tính toán từ số liệu NGTK

Tốc độ tăng trưởng giá trị gia tăng ngành bán buôn, bán lẻ tỉnh Điện Biên khá thấp so với các tỉnh trong vùng và cả nước. Nguyên nhân chủ yếu là do tốc độ tăng thu nhập của tỉnh cũng như của vùng thấp hơn so với cả nước, cùng với các khó khăn về mặt địa lý (địa bàn bị chia cắt mạnh, địa hình nghiêng và dốc chiếm phần lớn diện tích...) khiến hàng hóa lưu thông phải qua nhiều khâu trung gian, chi phí vận chuyển hàng hóa tăng, hạn chế sự phát triển của ngành thương mại. Xét trong nội vùng, tốc độ tăng trưởng ngành bán buôn, bán lẻ của tỉnh Điện Biên thuộc nhóm thấp nhất (đứng thứ 9/14 tỉnh trong vùng) và thấp hơn so với mức tăng trưởng trung bình của cả vùng (7,5%/năm) và cả nước là 8,5%/năm. Mức đóng góp của ngành bán buôn, bán lẻ đến GRDP của tỉnh Điện Biên chỉ đạt 5,3%, thấp hơn mức bình quân toàn vùng (5,7%) và cả nước (11,7%). Xem xét trong nội bộ ngành dịch vụ, tỷ trọng đóng góp của ngành bán buôn, bán lẻ tỉnh Điện Biên đạt 9,1%, thấp hơn mức bình quân của cả vùng (16,4%) và thấp so với mức bình quân cả nước (28%).

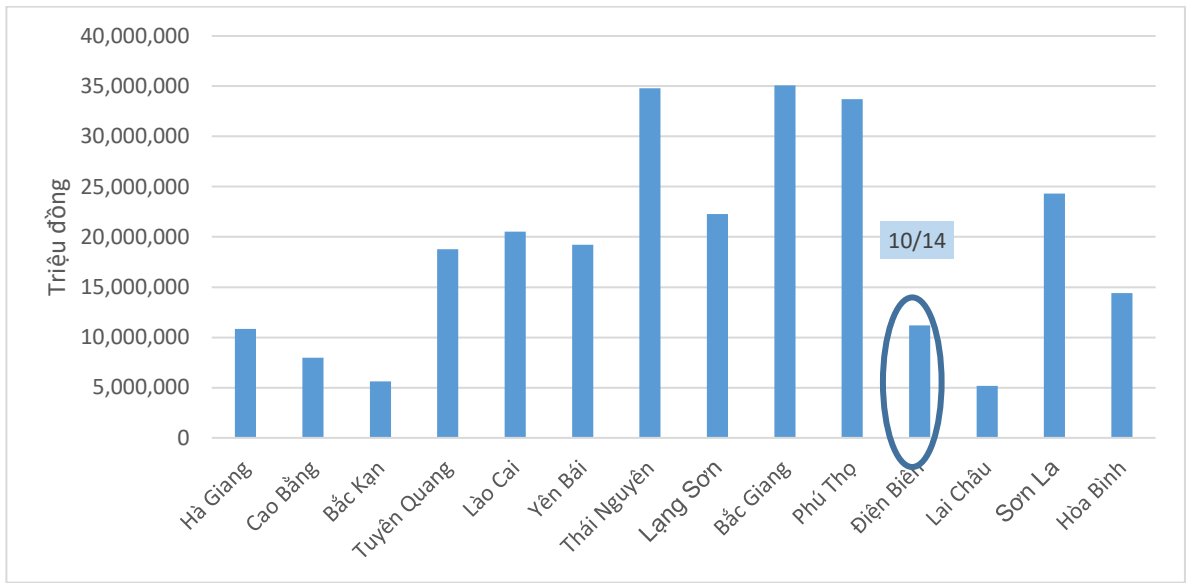
Hình 6: So sánh tốc độ tăng trưởng và đóng góp của ngành bán buôn, bán lẻ đến tăng trưởng GRDP các tỉnh vùng Trung du và miền núi phía Bắc



Nguồn: NGTK cả nước và NGTK các tỉnh

Quy mô bán lẻ của tỉnh Điện Biên có xu hướng mở rộng trong giai đoạn 2011-2020 nhưng vẫn ở mức trung bình thấp so với các tỉnh trong vùng. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng (TMBLHH&DV) của tỉnh Điện Biên tính đến năm 2020 đạt 11,6 nghìn tỷ đồng, tăng gấp 3,6 lần quy mô tổng mức năm 2010. Mặc dù có xu hướng tăng nhưng quy mô tổng mức vẫn còn thấp, tỉnh Điện Biên đứng vị trí thứ 10/14 tỉnh thuộc vùng Trung du và miền núi phía Bắc. Sức mua bình quân đầu người năm 2020 chỉ là 18,8 triệu đồng/người, đứng vị trí thứ 9/14 tỉnh thuộc vùng, thấp hơn so với mức bình quân của toàn vùng Trung du và miền núi phía Bắc là 20,6 triệu đồng/người và chỉ bằng 35% mức trung bình của cả nước là 51 triệu đồng/người. Nguyên nhân chủ yếu là do mức thu nhập bình quân đầu người của Điện Biên chỉ đạt 20,8 triệu đồng/người, rất thấp so với mức bình quân thu nhập của vùng TBMNPB (32,9 triệu đồng/người) và cả nước (51 triệu đồng/người).

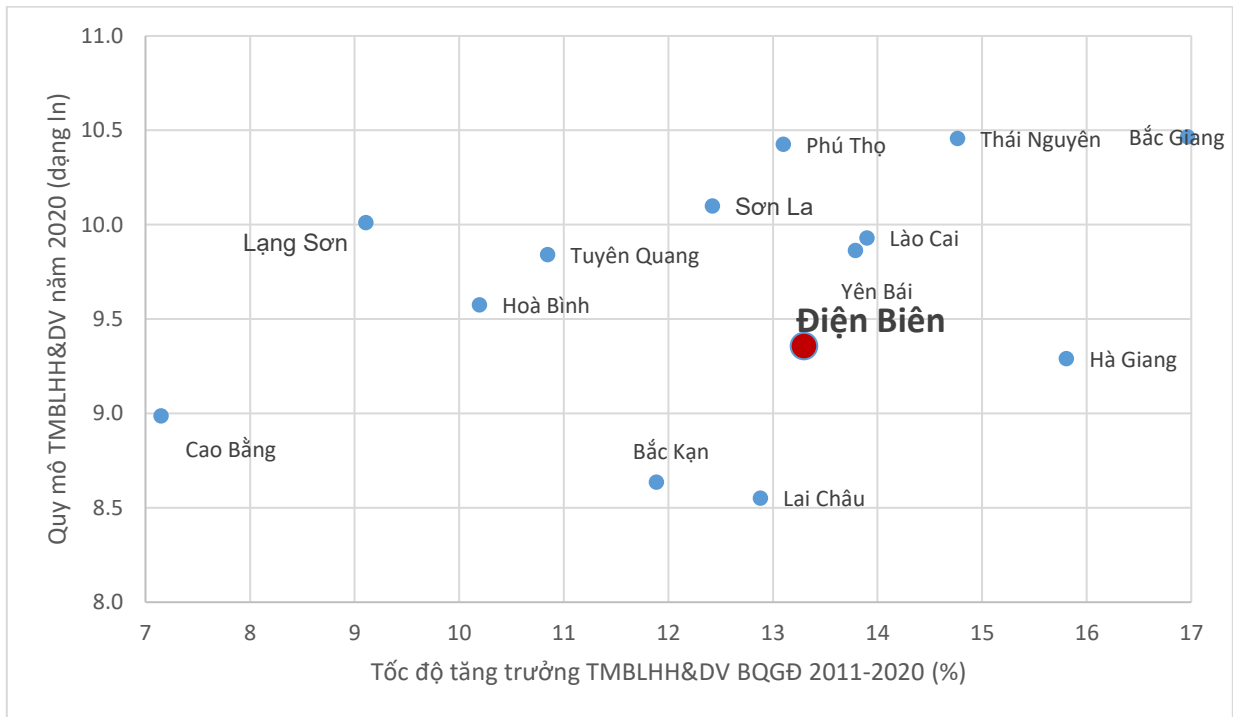
Hình 7: So sánh quy mô TMBLHH&DV các tỉnh vùng TDMNPB



Nguồn: TCTK

Tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của Điện Biên khá nhanh so với mặt bằng chung nhưng có xu hướng chậm lại. TMBLHH&DV bình quân đạt tốc độ tăng 13,3%/năm giai đoạn 2011-2020. Mức tăng trưởng TMBLHH&DV của tỉnh Điện Biên giai đoạn này cao hơn so với mặt bằng chung của vùng TDMNPB (12,8%/năm) và cao hơn mức trung bình của cả nước (11,49%/năm). Tốc độ tăng trưởng tổng mức của tỉnh Điện Biên đứng thứ 6 trên 14 tỉnh thuộc vùng Trung du và miền núi phía Bắc. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng của tổng mức có xu hướng chậm lại. Trong giai đoạn 2011-2015, tăng trưởng bình quân đạt 19,2%/năm, đến giai đoạn 2016-2020 chỉ đạt 7,7%/năm.

Hình 8: So sánh quy mô và tăng trưởng TMBLHH&DV các tỉnh vùng TDMNPB



Nguồn: TCTK

Đóng góp chủ yếu vào TMBLHH&DV là doanh thu bán lẻ hàng hóa. Doanh thu bán lẻ hàng hóa (BLHH) đến năm 2020 đạt trên 8,8 nghìn tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 76,4% TMBLHH&DV với tốc độ tăng trưởng tăng bình quân 8%/năm trong giai đoạn 2011-2020. Trong khi đó, doanh thu từ dịch vụ đạt 2,76 nghìn tỷ đồng, chiếm 23,6% TMBLHH&DV. Trong nhóm ngành dịch vụ, dịch vụ lưu trú, ăn uống chiếm 3,6% tổng mức trong khi các dịch vụ khác chiếm 20,1%. Tỷ trọng của dịch vụ du lịch và lữ hành trong TMBLHH&DV tỉnh Điện Biên là rất thấp (chiếm khoảng 0,01% tổng mức).

Bảng 2: Cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tỉnh Điện Biên theo ngành hoạt động

	Tổng số	Chia ra			
		Bán lẻ hàng hóa	Dịch vụ lưu trú, ăn uống	Dịch vụ du lịch, lữ hành	Dịch vụ khác
Giá trị (Triệu đồng)					
Năm 2010	3.325.224	2.800.754	133.585	37	390.848
Năm 2011	4.352.424	3.812.266	178.004	776	361.378
Năm 2012	4.761.642	4.075.572	253.365	873	431.832
Năm 2013	5.704.605	4.922.930	294.384	988	486.303
Năm 2014	6.849.908	5.845.973	437.052	1.105	565.778
Năm 2015	7.995.458	5.749.364	306.005		1.940.089

Năm 2016	8.424.814	6.131.578	313.717		1.979.519
Năm 2017	9.465.580	7.053.504	343.234		2.068.842
Năm 2018	11.014.283	8.230.655	392.274	1.091	2.390.263
Năm 2019	11.896.670	9.121.318	451.547	2.228	2.321.577
Sơ bộ 2020	11.560.489	8.825.957	411.302	1.637	2.321.594
Cơ cấu (%)					
Năm 2010	100	84,23	4,02	0,00	11,75
Năm 2011	100	87,59	4,09	0,02	8,3
Năm 2012	100	85,6	5,3	0,02	9,1
Năm 2013	100	86,3	5,2	0,02	8,5
Năm 2014	100	85,3	6,4	0,02	8,3
Năm 2015	100	71,9	3,8		24,3
Năm 2016	100	72,8	3,7		23,5
Năm 2017	100	74,5	3,6		21,8
Năm 2018	100	74,7	3,6	0,01	21,7
Năm 2019	100	76,7	3,8	0,02	19,5
Sơ bộ 2020	100	76,4	3,6	0,01	20,1

Nguồn: NGTK tỉnh Điện Biên

Doanh thu BLHH tập trung tại khu vực tư nhân với nhóm hàng thiết yếu phục vụ đời sống của người dân. Doanh thu bán lẻ hàng hóa chủ yếu từ hoạt động tiêu dùng của người dân thông qua các hệ thống bán lẻ như chợ, siêu thị, cửa hàng tiện lợi... Một số mặt hàng khác có tỷ trọng lớn là lương thực thực phẩm (35,8%), gỗ và vật liệu xây dựng (16,1%) và đồ dùng, dụng cụ, trang thiết bị gia đình (14,5%). Đây là các hàng hóa thiết yếu phục vụ đời sống của người dân. Các hoạt động bán lẻ hàng hóa chủ yếu là khu vực tư nhân đầu tư, do đó, doanh thu của khu vực này chiếm tới 93% tổng giá trị TMBLHH, tăng thêm 17,8 điểm % so với năm 2010, duy trì tốc độ tăng trưởng bình quân ở mức 14,6%/năm. Trong khi khu vực Nhà nước có xu hướng giảm nhẹ, 1,2%/năm. Hoạt động bán lẻ chưa có sự tham gia của các doanh nghiệp bán lẻ nước ngoài.

Bảng 3: Tổng mức bán lẻ hàng hóa tỉnh Điện Biên theo loại hình kinh tế và nhóm hàng giai đoạn 2010-2020

	2010	2015	2020	Tốc độ BQGD 2011-2020 (%)
TỔNG SỐ (tỷ đồng)	2.785.096	5.749.364	8.825.957	12,2%
<i>Phân theo loại hình kinh tế</i>				
Nhà nước	691.033	523.319	613.930,3	-1,2%
Ngoài Nhà nước	2.094.063	522.6044,9	8.212.026,5	14,6%
Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài				

<i>Phân theo nhóm hàng</i>				
Lương thực, thực phẩm	290.705	1.670.791,7	3.163.294,8	27,0%
Hàng may mặc	124.360	293.137,8	481.471	14,5%
Đồ dùng, dụng cụ, trang thiết bị gia đình	124.774	568.656,3	1.278.644,49	26,2%
Vật phẩm, văn hóa, giáo dục	71.894	89.696,49	120.392,2	5,3%
Gỗ và vật liệu xây dựng	265.488	1.246.429,9	1.417.262,1	18,2%
Ô tô các loại và phương tiện đi lại	884.202	576.810,6	683.743,7	-2,5%
Xăng dầu các loại và nhiên liệu khác	639.506	766.332	1.002.014	4,6%
Sửa chữa ô tô, xe máy và xe có động cơ khác	194.474	281.143	356.655	6,3%
Hàng hóa khác	189.695	256.366	322.480	5,4%
<i>Cơ cấu (%)</i>				
<i>Phân theo loại hình kinh tế</i>				
Nhà nước	24,8	9,1	7,0	
Ngoài Nhà nước	75,2	90,9	93,0	
Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài	0,0	0,0	0,0	
<i>Phân theo nhóm hàng</i>				
Lương thực, thực phẩm	10,4	29,1	35,8	
Hàng may mặc	4,5	5,1	5,5	
Đồ dùng, dụng cụ, trang thiết bị gia đình	4,5	9,9	14,5	
Vật phẩm, văn hóa, giáo dục	2,6	1,6	1,4	
Gỗ và vật liệu xây dựng	9,5	21,7	16,1	
Ô tô các loại và phương tiện đi lại	31,7	10,0	7,7	
Xăng dầu các loại và nhiên liệu khác	23,0	13,3	11,4	
Sửa chữa ô tô, xe máy và xe có động cơ khác	7,0	4,9	4,0	
Hàng hóa khác	6,8	4,5	3,7	

Nguồn: NGTK tỉnh Điện Biên

2. Lao động trong ngành thương mại

Lao động trong ngành bán buôn, bán lẻ tăng nhanh với mức năng suất lao động cao so với mặt bằng chung của tỉnh. Tính đến năm 2020, ước tính lao động làm việc trong ngành này của tỉnh Điện Biên là 13,7 nghìn người, chiếm 3,8% tổng lao động đang có việc làm của tỉnh. Tốc độ tăng của lao động ngành bán buôn, bán lẻ ước tính đạt 7,8% trong giai đoạn 2011-2020, cao hơn so với mức bình quân 6,3%

của cả ngành dịch vụ. NSLĐ của ngành bán buôn, bán lẻ tỉnh Điện Biên năm 2020 đạt 79,2 triệu đồng/lao động, gần gấp đôi mức 43,4 triệu đồng/lao động của ngành dịch vụ và gấp 4 lần mức bình quân của toàn tỉnh là 20,17 triệu đồng/lao động.

3. *Vốn đầu tư ngành bán buôn, bán lẻ*

Vốn đầu tư vào ngành bán buôn, bán lẻ khá thấp và có xu hướng tăng chậm lại nhưng hiệu quả cao hơn ngành dịch vụ chung. Tổng vốn đầu tư thực hiện ngành bán buôn, bán lẻ (giá thực tế) trong giai đoạn 2011-2020 đạt 3,1 nghìn tỷ đồng, tăng trưởng nhanh trong giai đoạn 2011-2015 với mức tăng trưởng đạt 15,34%/năm giai đoạn 2011-2015¹ nhưng tăng trưởng chậm lại trong giai đoạn 2016-2020, mức tăng trưởng giảm xuống chỉ đạt 0,56%/năm. Nhìn chung, giai đoạn 2011-2020, tăng trưởng vốn ngành bán buôn, bán lẻ đạt 7,7%/năm, cao hơn mức bình quân tăng trưởng vốn của cả tỉnh là 3,88%/năm. Tỷ trọng vốn vào ngành bán buôn, bán lẻ trong tổng số vốn vào ngành dịch vụ giảm từ mức 7,6% giai đoạn 2011-2015 còn 5% giai đoạn 2016-2020. Tương tự, so với tổng vốn toàn tỉnh, vốn vào ngành bán buôn, bán lẻ giảm từ 4,6% giai đoạn 2011-2015 xuống còn 3,2% giai đoạn 2016-2020.

Bảng 4: Vốn đầu tư thực hiện vào ngành bán buôn, bán lẻ giai đoạn 2011-2020

	2011-2015	2016-2020	2011-2020
Tổng vốn đầu tư thực hiện trên địa bàn (tổng GD, tỷ đồng)	33.237,24	48.356,42	81.593,66
Vốn ngành dịch vụ	20.978,42	29.031,06	50.009,48
Vốn ngành bán buôn, bán lẻ	1.251,85	1.828,76	3.080,61
Tốc độ tăng trưởng (BQGD, %)			
Tổng vốn đầu tư thực hiện trên địa bàn	-0,3	8,3	3,9
Vốn ngành dịch vụ	-3,4	9,1	2,7
Vốn ngành bán buôn, bán lẻ	15,3	0,6	7,7
Cơ cấu vốn (BQGD, %)			
So với ngành dịch vụ	5,9	6,7	6,3
So với vốn toàn tỉnh	3,7	3,9	3,8
Tỷ lệ vốn đầu tư so với GRDP (BQGD, %)			
Tổng vốn	60,4	53,9	57,17
Vốn ngành dịch vụ	73,0	55,4	64,23

¹ Nhanh gấp 1,7 lần ngành dịch vụ

Vốn ngành bán buôn, bán lẻ	45,4	38,0	41,66
Hệ số ICOR			
Tổng vốn	9,87	10,78	10,28
Vốn ngành dịch vụ	9,78	9,60	9,71
Vốn ngành bán buôn, bán lẻ	5,35	7,21	6,07

Nguồn: Tính toán theo NGTK tỉnh Điện Biên các năm

Tỷ lệ vốn đầu tư ngành bán buôn, bán lẻ so với giá trị gia tăng của ngành bán buôn, bán lẻ đạt 41,7% bình quân giai đoạn 2011-2020, với sự sụt giảm nhẹ trong giai đoạn 2016-2020 (38%) so với giai đoạn 2011-2015 (45,4%) và ở mức thấp so với tỷ lệ vốn đầu tư toàn ngành dịch vụ trên tổng giá trị gia tăng ngành dịch vụ lên tới 64,23% và tỷ lệ vốn đầu tư thực hiện toàn tỉnh trên GRDP tỉnh là 57,1%. Với tỷ lệ đầu tư thấp, tốc độ tăng trưởng GTGT khá cao trong giai đoạn 2011-2020, hệ số sử dụng vốn ước tính của ngành ở mức trung bình là 6,07, có nghĩa là với việc tạo ra 1 đơn vị đầu ra của ngành bán buôn, bán lẻ, vốn đầu tư trung bình là 6,07 đơn vị, thấp hơn so với bình quân toàn tỉnh là 10,28 và của ngành dịch vụ chung là 9,71. Như vậy, hiệu quả sử dụng vốn trong ngành bán buôn, bán lẻ cao hơn so với toàn tỉnh Điện Biên và so với ngành dịch vụ.

III. Thực trạng phát triển hệ thống doanh nghiệp, cơ sở kinh tế ngành bán buôn, bán lẻ

Số lượng doanh nghiệp ngành bán buôn, bán lẻ tỉnh Điện Biên chiếm tỷ trọng chủ yếu và tăng nhanh. Tính đến năm 2020, tổng số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bán buôn, bán lẻ của tỉnh Điện Biên là 352 doanh nghiệp, chiếm 33% trong tổng số hơn một nghìn doanh nghiệp của tỉnh. Số lượng doanh nghiệp trong ngành tăng bình quân 9,1%/năm giai đoạn 2011-2020, cao hơn mức tăng bình quân của tỉnh là 7,3%/năm.

Doanh nghiệp trong ngành bán buôn, bán lẻ chủ yếu là doanh nghiệp siêu nhỏ. Số lao động đang làm việc tại các doanh nghiệp này đạt trên 2,7 nghìn người, chiếm tỷ trọng 7,3% tổng số lao động làm việc trong doanh nghiệp của tỉnh Điện Biên, tăng bình quân 2,8%/năm giai đoạn 2011-2020, thấp hơn so với mức tăng lao động trung bình làm việc trong doanh nghiệp của toàn tỉnh là 3,4%/năm trong cùng giai đoạn. Theo đó, quy mô lao động bình quân doanh nghiệp của ngành bán buôn, bán lẻ chỉ là 7,8 lao động/doanh nghiệp, có xu hướng giảm xuống so với năm 2015 là 12,3 lao động/doanh nghiệp và năm 2010 là 14,2 lao động/doanh nghiệp. Quy mô này chỉ bằng 1/5 quy mô lao động bình quân doanh nghiệp của toàn tỉnh.

Số vốn đầu tư sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp ngành bán buôn, bán lẻ đạt 4 nghìn tỷ đồng năm 2020, tăng bình quân 16,4%/năm giai đoạn 2011-2020 thấp hơn mức tăng bình quân của toàn tỉnh là 17%/năm trong cùng giai đoạn. Tỷ trọng vốn sản xuất kinh doanh của ngành bán buôn, bán lẻ trong tổng vốn doanh nghiệp toàn tỉnh đã giảm từ 9,3% năm 2010 xuống còn 8,8% năm 2020.

Bảng 5: Một số chỉ tiêu về doanh nghiệp ngành bán buôn, bán lẻ giai đoạn 2010-2020

	Đơn vị	2010	2015	2020	Tăng BQ 2011-2020 (%)
1. Tổng số DN của tỉnh	DN	529	859	1.068	7,3
- DN ngành bán buôn, bán lẻ	”	147	267	352	9,1
- Tỷ trọng DN ngành bán buôn, bán lẻ so tổng số DN	%	27,8	31,1	33,0	
2. Tổng số LĐ trong DN	Người	26.808	38.356	37.445	3,4
- Riêng ngành bán buôn, bán lẻ	”	2091	3.275	2.745	2,8
- Tỷ trọng LĐ ngành bán buôn, bán lẻ	%	7,8	8,5	7,3	
3. Quy mô lao động bình quân (lao động/doanh nghiệp)					
- Toàn tỉnh	Người/dn	50,68	44,7	35,1	
- Ngành bán buôn, bán lẻ	Người/dn	14,2	12,3	7,8	
4. Tổng vốn DN của tỉnh	Tỷ đồng	9.425	35.163	45.434	17,0
- Riêng ngành bán buôn, bán lẻ	”	878	2.803	4.008	16,4
- Tỷ trọng ngành bán buôn, bán lẻ	%	9,3	8,0	8,8	
5. Quy mô vốn bình quân doanh nghiệp (tỷ đồng/doanh nghiệp)					
- Toàn tỉnh	Tỷ đồng/dn	17,8	40,9	42,5	
- Ngành bán buôn, bán lẻ	Tỷ đồng/dn	6,0	10,5	11,4	

Nguồn: Tính toán từ số liệu NGTK tỉnh Điện Biên

IV. Thực trạng thương mại quốc tế

Tỉnh Điện Biên có quan hệ thương mại biên giới và xuất nhập khẩu với các tỉnh Bắc Lào, tỉnh Vân Nam (Trung Quốc) và các tỉnh Đông Bắc Thái Lan. Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của tỉnh chủ yếu thực hiện qua Cửa khẩu quốc tế Tây Trang, bao gồm các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa với Lào; hoạt động quá cảnh

hàng hóa vào Lào để xuất nhập khẩu hàng hóa với Trung Quốc, Thái Lan; hoạt động tạm nhập tái xuất hàng hóa, hoạt động trao đổi cư dân biên giới...

Giai đoạn 2011-2015, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 148,19 triệu USD, trong đó, kim ngạch xuất khẩu đạt 93,45 triệu USD, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân đạt 13,69%/năm. Giai đoạn 2016-2020, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa tiếp tục xu hướng tăng, đạt 331,35 triệu USD, trong đó, kim ngạch xuất khẩu đạt 244,64 triệu USD, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 15,14%/năm. Mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Điện Biên là xi măng Điện Biên (đạt 329 nghìn tấn giai đoạn 2011-2015 và tăng lên 570 nghìn tấn giai đoạn 2016-2020), vật liệu xây dựng các loại (tăng từ 58,8 triệu USD lên 68,1 triệu USD), hàng hóa nông sản (tăng từ 6,23 triệu USD lên 18,1 triệu USD) và một số hàng hóa khác (tăng từ 14,4 triệu USD lên 58,2 triệu USD). Sản phẩm nhập khẩu tập trung vào các sản phẩm như thiết bị dây truyền sản xuất khai thác (tăng từ 23,82 triệu USD lên 30,5 triệu USD), nông lâm sản (đạt 38,2 triệu USD) và các hàng hóa khác.

Bảng 6: Kim ngạch xuất nhập khẩu của Điện Biên qua các năm

Đơn vị: Triệu USD

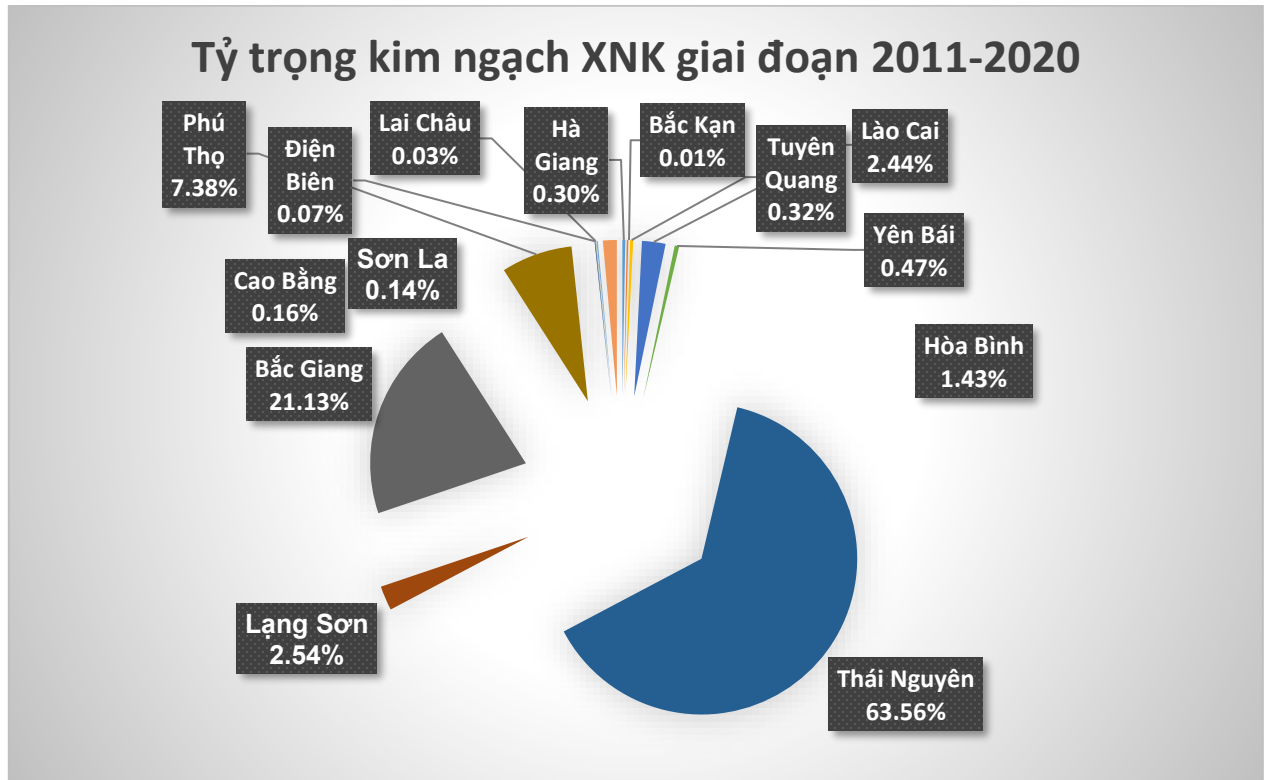
Chỉ tiêu	Thực hiện 2011-2015	2016	2017	2018	2019	2020	Giai đoạn 2016- 2020
Tổng kim ngạch XNK	148,19	45	55	67	102,5	61,85	331,35
Kim ngạch XK	93,45	32	39	44	86,3	43,34	244,64
Kim ngạch NK	54,74	13	16	23	16,2	18,51	86,71

Nguồn: Báo cáo số 592/SCT-KHTC ngày 17/5/2021 và Quyết định số 1326/QĐ-UBND tỉnh Điện Biên ngày 9/12/2020 về việc phê duyệt kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm giai đoạn 2021-2025, tỉnh Điện Biên

Xét chung cho cả vùng Trung du và miền núi phía Bắc, kim ngạch xuất nhập khẩu của tỉnh Điện Biên rất thấp, chỉ chiếm 0,07% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của cả vùng và chỉ đứng trên Lai Châu (0,03%) và Bắc Kạn (0,01%). Nhìn chung,

hoạt động thương mại quốc tế của tỉnh Điện Biên còn rất hạn chế, quy mô nhỏ, mặt hàng còn thiếu tính đa dạng, thị trường tiêu thụ chưa được mở rộng. Nguyên nhân chủ yếu là do hoạt động sản xuất còn nhỏ lẻ, manh mún, sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu còn hạn chế.

Hình 9: Tỷ trọng kim ngạch XNK của các tỉnh vùng Trung du và miền núi phía Bắc



Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu NGTK

V. Thực trạng một số ngành dịch vụ hỗ trợ thương mại

Các ngành dịch vụ hỗ trợ thương mại có thể kể đến là các ngành tài chính, ngân hàng và bảo hiểm và các ngành vận tải kho bãi. Hoạt động của các ngành dịch vụ này đã có nhiều thành tựu đáng kể và góp phần cho hoạt động thương mại trong và ngoài tỉnh thuận lợi hơn.

- *Dịch vụ tài chính ngân hàng:* Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm là một trong những ngành dịch vụ phát triển khá trên địa bàn. Các dịch vụ ngân hàng ngày càng đa dạng, kết hợp với hạ tầng công nghệ thông tin được mở rộng, người tiêu dùng có thể thanh toán không sử dụng tiền mặt. Các hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng phổ biến và diễn ra thuận tiện hơn trong các hoạt động bán lẻ. Tăng trưởng của ngành tài chính, ngân hàng và bảo hiểm có xu hướng ngày càng tăng cao trong giai đoạn 2011-2020, bình quân giai đoạn này tốc độ tăng trưởng của

ngành đạt 6,4%/năm, đến năm 2020, đạt 792 nghìn tỷ đồng, chiếm 3,89% tổng sản phẩm trên địa bàn của tỉnh.

- *Dịch vụ vận tải kho bãi*: Giao thông vận tải của tỉnh Điện Biên tương đối thuận lợi với các loại hình vận tải đa dạng gồm đường bộ, đường thủy và đường hàng không, đây là lợi thế của tỉnh so với các tỉnh khác trong vùng. Tăng trưởng GRDP dịch vụ vận tải đến năm 2020 đạt 384 tỷ đồng, tăng trưởng bình quân 7,4%/năm giai đoạn 2011-2020, đây là mức tăng trưởng khá cao so với các ngành dịch vụ khác, đáng chú ý là tốc độ tăng trưởng của ngành có xu hướng tăng mạnh trong giai đoạn 2016-2020, đạt tới 9,6%/năm. Tăng trưởng của ngành trong giai đoạn này chủ yếu đến từ khối lượng hàng hóa vận chuyển và luân chuyển tăng nhanh, khối lượng hàng hóa vận chuyển trên địa bàn đã tăng từ 3,9%/năm giai đoạn 2011-2015 lên 9,64%/năm giai đoạn 2016-2020. Tuy nhiên, vận chuyển hành khách lại có xu hướng giảm chậm, từ mức 8,8%/năm giai đoạn 2011-2015 còn 4,5%/năm giai đoạn 2016-2020. Mức tăng trưởng hàng hóa và hành khách vận chuyển, luân chuyển trên địa bàn tỉnh đều thấp tương đối so với mức bình quân vùng cho thấy hoạt động vận tải, kho bãi của tỉnh còn hạn chế. Kết quả này xuất phát từ nhu cầu vận chuyển còn thấp, quy mô hàng hóa sản xuất còn hạn chế, bên cạnh đó là hệ thống hạ tầng giao thông, bến bãi còn ít thuận lợi.

VI. Thực trạng phát triển hạ tầng ngành bán buôn, bán lẻ tỉnh Điện Biên

1. Mạng lưới chợ

Tính đến thời điểm năm 2021, tỉnh Điện Biên hiện có 34 chợ đang hoạt động, số xã, phường, thị trấn có chợ là 30/129. Trong đó:

- Có 16 chợ thành thị và 18 chợ nông thôn;
- Có 01 chợ hạng I, 08 chợ hạng II và 25 chợ hạng III

Trong giai đoạn từ năm 2011-2020, đã triển khai xây dựng mới 11 chợ, cải tạo nâng cấp 01 chợ với tổng diện tích đất dành cho xây dựng là 35.113m². Có thể thấy, với diện tích và mật độ dân cư hiện có của tỉnh Điện Biên, mạng lưới chợ hiện nay còn mỏng, thiếu về số lượng, phân bố chưa hợp lý nhất là khu vực nông thôn. Do đó, chưa tạo điều kiện thuận lợi thúc đẩy phát triển thị trường, đẩy mạnh giao lưu hàng hóa, tiêu thụ nông sản cho nông dân.

Bảng 7: Phân bố mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh Điện Biên

STT	Huyện	Số lượng chợ	Diện tích (km ²)	Dân số (người)	Mật độ dân số (người/km ²)	Bán kính phục vụ 1 chợ (km)	Số dân số phục vụ 1 chợ (người)
1	Thành phố Điện Biên Phủ	10	306,6	81.690,0	266,5	3,1	8.169,0
2	Huyện Điện Biên	7	1.396,3	100.052,0	71,7	8,0	14.293,1
3	Huyện Tuần Giáo	1	1.135,4	89.625,0	78,9	19,0	89.625,0
4	TX Mường Lay	4	112,7	11.525,0	102,3	3,0	2.881,3
5	Huyện Điện Biên Đông	3	1.206,9	68.392,0	56,7	11,3	22.797,3
6	Huyện Mường Chà	1	1.189,9	49.616,0	41,7	19,5	49.616,0
7	Huyện Tủa Chùa	3	684,1	59.033,0	86,3	8,5	19.677,7
8	Huyện Mường Ảng	1	443,4	49.427,0	111,5	11,9	49.427,0
9	Huyện Mường Nhé	2	1.569,1	47.394,0	30,2	15,8	23.697,0
10	Huyện Nậm Pồ	2	1.495,6	56.726,0	37,9	15,4	28.363,0

	Tổng cộng	34	9.539,9	613.480,0	64,3	9,5	18.043,5
--	------------------	-----------	----------------	------------------	-------------	------------	-----------------

Nguồn: Tổng hợp theo số liệu Sở Công thương và tính toán của nhóm tư vấn

Với tổng số chợ hiện có, bán kính phục vụ 1 chợ bình quân của tỉnh Điện Biên là 9,2km/1 chợ, bình quân dân số phục vụ 1 chợ lên tới trên 17 nghìn người, mật độ chợ khá thưa thớt do mật độ dân số bình quân thấp và mạng lưới chợ mỏng. Tại một số địa bàn có mật độ dân số cao hơn so với bình quân tỉnh như thành phố Điện Biên Phủ, thị xã Mường Lay có mật độ chợ khá dày, bán kính phục vụ một chợ trong khoảng 3-3,5km, chỉ bằng 1/3 so với mức bình quân chung của tỉnh trong khi số dân số phục vụ 1 chợ bình quân ở mức khá thấp. Các huyện còn lại có số lượng chợ ở mức thưa thớt với bán kính phục vụ rất rộng như huyện Mường Chà (19,5km/chợ), huyện Mường Nhé (15,8 km/1 chợ), huyện Tuần Giáo (13,4km/1 chợ), huyện Điện Biên Đông (11,3km/chợ), huyện Mường Ảng (11,9 km/chợ)... Số lượng chợ ít, bán kính phục vụ quá lớn trong khi số dân phải phục vụ trên một chợ rất lớn khiến cho hoạt động giao thương chậm phát triển, khó khăn trong khuyến khích sản xuất và chưa đáp ứng được nhu cầu buôn bán, trao đổi hàng hóa của người dân.

2. Trung tâm thương mại, siêu thị

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Điện Biên có 02 trung tâm thương mại hạng III (Trung tâm thương mại Him Lam plaza, phường Tân Thanh, thành phố Điện Biên Phủ với diện tích 12.200 m², vốn đầu tư 185 tỷ đồng và Trung tâm thương mại Mường Lay với diện tích 5.500 m² và vốn đầu tư 32,47 tỷ đồng), 03 siêu thị đạt tiêu chuẩn hạng III (siêu thị Hoa Ba, siêu thị Tâm Đỏ và siêu thị Thanh Oánh) đều tại TP Điện Biên Phủ và 16 cửa hàng hoạt động theo mô hình siêu thị, đáp ứng yêu cầu về tổ chức, bố trí hàng hóa theo ngành hàng, nhóm hàng, niêm yết giá để khách hàng lựa chọn, có hệ thống thanh toán thuận tiện, giao hàng tại nhà. Hệ thống thương mại và siêu thị tập trung chủ yếu ở thành phố Điện Biên Phủ.

Những năm qua, thương mại bán buôn, bán lẻ thông qua hệ thống chợ, siêu thị, trung tâm thương mại trên địa bàn tỉnh Điện Biên đã góp phần tăng tổng mức bán lẻ của tỉnh, phục vụ hàng hóa ngày càng đa dạng và phong phú, thoả mãn được nhu cầu của người dân. Việc đầu tư, phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại trên địa bàn tỉnh Điện Biên được thực hiện theo quy hoạch. Nguồn vốn đầu tư của địa phương và các thành phần kinh tế được xác định có cơ sở, đến nay, một số chỉ tiêu trong quy hoạch đã đạt được kết quả nhất định. Tuy nhiên việc đầu tư phát triển mạng lưới thương mại hiện đại còn rất hạn chế, đặc biệt ở khu vực nông thôn.

3. Hạ tầng thương mại quốc tế

Tỉnh Điện Biên có 3 cửa khẩu và 02 lối mở được hình thành gồm: Cửa khẩu quốc tế Tây Trang, cửa khẩu quốc gia Huổi Puốc, cửa khẩu phụ Si Pa Phìn, lối mở Nậm Địch (giáp Lào) và lối mở A Pa Chải (giáp Trung Quốc). Trong đó, Cửa khẩu quốc tế Tây Trang và Cửa khẩu quốc gia Huổi Puốc có đủ lực lượng chức năng kiểm soát hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa.

- Cửa khẩu quốc tế Tây Trang: được áp dụng chính sách Khu kinh tế cửa khẩu biên giới tại Quyết định số 187/2001/QĐ-TTg ngày 07/12/2001 của Thủ tướng Chính phủ về việc cho phép Cửa khẩu Tây Trang được áp dụng chính sách Khu kinh tế cửa khẩu biên giới. Các hạng mục hạ tầng khu đầu mối cửa khẩu được đầu tư xây dựng gồm các hạng mục: San đắp mặt bằng và kè chắn đất, trạm kiểm soát liên hợp, đường giao thông nội bộ, hệ thống cấp điện, hệ thống cấp nước, Cơ sở hạ tầng nhà làm việc cho lực lượng quản lý nhà nước tại cửa khẩu, đảm bảo tốt cho năng lực thông quan hàng hóa xuất khẩu. Đã hoàn thành đầu tư, nâng cấp các tuyến đường nối trung tâm thành phố Điện Biên Phủ và trung tâm huyện Điện Biên với cửa khẩu Tây Trang, tuyến đường vào các trung tâm xã biên giới Na U và xã Pa Thom, tuyến đường vành đai biên giới từ cửa khẩu Tây Trang – Bản Pa Thom.

- Hiện tỉnh Điện Biên chưa có Ban quản lý Khu kinh tế cửa khẩu, chưa được Chính phủ phê duyệt quy chế quản lý Khu kinh tế cửa khẩu; chưa có Ban quản lý cửa khẩu. Chưa hình thành được bến bãi, nhà xưởng, nhà kho, cửa hàng miễn thuế, khu phi thuế quan và các dịch vụ phụ trợ khác. Tại cửa khẩu quốc tế Tây Trang đã bố trí đầy đủ lực lượng chức năng quản lý nhà nước làm nhiệm vụ

- Cửa khẩu quốc gia Huổi Puốc được nâng cấp và thành lập vào tháng 10/2007. Hạ tầng cửa khẩu đã được đầu tư, tuy nhiên vẫn chưa đáp ứng tốt nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hóa qua cửa khẩu.

- Chợ biên giới: Tỉnh Điện Biên có 1 chợ biên giới tại lối mở ngã ba A Pa Chải tiếp giáp với Lào và Trung Quốc, chợ được tổ chức theo mô hình chợ phiên biên giới, họp vào các ngày 03, 13, 23 hàng tháng, phục vụ nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hóa của cư dân biên giới. Kim ngạch mua bán, trao đổi hàng hóa của cư dân biên giới. Kim ngạch mua bán, trao đổi hàng hóa của cư dân biên giới tại chợ A Pa Chải trong 5 năm 2016-2020 đạt gần 1 triệu USD. Hàng hóa trao đổi chủ yếu là các mặt hàng tiêu dùng, vật phẩm, nông lâm sản do nhân dân hai bên biên giới nuôi trồng, thu hái, sản xuất ra.

4. Hạ tầng dự trữ, cung ứng xăng dầu

Đến nay, hệ thống cửa hàng xăng dầu của tỉnh Điện Biên là 74 cửa hàng, phân bố tại đều khắp các huyện/thành phố của tỉnh, tăng thêm 9 cửa hàng so với năm 2010. Tổng diện tích bố trí cho các cửa hàng xăng dầu đạt trên 68,8 nghìn m² với 6.365m³ bể chứa. Mạng lưới cửa hàng xăng dầu đã bám sát quy hoạch mạng lưới giai đoạn 2011-2020. Ngoại trừ thành phố Điện Biên Phủ, thị xã Mường Lay và huyện Mường Ảng có mật độ cửa hàng xăng dầu khá dày, đây là các huyện/thành/thị có mật độ dân số tập trung đông. Ngược lại, với các huyện khác có mật độ dân cư thưa thớt hơn thì mật độ cửa hàng xăng dầu thấp, đáng chú ý như huyện Mường Nhé có diện tích khá rộng trong khi số cửa hàng ít nhất. Khoảng cách giữa các cửa hàng xăng dầu khá lớn gây khó khăn cho hoạt động kinh tế, dịch vụ sử dụng nhiên liệu này.

Bảng 8: Phân bố cửa hàng xăng dầu trên địa bàn tỉnh Điện Biên

Huyện/thành/thị	Số cửa hàng	Diện tích (km²)	Dân số (người)	Mật độ dân số (người/km²)	Bán kính phục vụ 1 cửa hàng (km)
Thành phố Điện Biên Phủ	15	306,58	81.690	266,46	2,5
Huyện Điện Biên	16	1.396,27	100.052	71,66	5,3
Huyện Tuần Giáo	9	1.135,42	89.625	78,94	6,3
TX Mường Lay	3	112,67	11.525	102,29	3,0
Huyện Điện Biên Đông	5	1.206,86	68.392	56,67	8,8
Huyện Mường Chà	7	1.189,90	49.616	41,70	7,4
Huyện Tủa Chùa	4	684,15	59.033	86,29	7,4
Huyện Mường Ảng	5	443,41	49.427	111,47	5,3
Huyện Mường Nhé	4	1.569,08	47.394	30,20	11,2
Huyện Nậm Pồ	6	1.495,59	56.726	37,93	8,9
Tổng số	74	9.539,93	613.480	64,31	6,3

Nguồn: Sở Công thương và tính toán của nhóm tư vấn

VII. Thực trạng phát triển thương mại điện tử

Thương mại điện tử hiện đang là một xu hướng kinh doanh hỗ trợ cho các hình thức thương mại truyền thống với nhiều lợi thế như nhanh, rẻ, thuận tiện và không bị giới hạn về không gian và quy mô khách hàng. Phương thức này đang được nhiều doanh nghiệp cùng cá nhân tham gia kinh doanh sử dụng và càng cho thấy những lợi thế tại các tỉnh có địa hình phức tạp như Điện Biên. Cùng với sự phát triển của thương mại điện tử, số đơn vị có giao dịch thương mại điện tử tại Điện Biên những năm gần đây tăng mạnh, các giao dịch như mua bán, giao nhận, thanh toán giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, doanh nghiệp với người tiêu dùng hầu hết đều thông qua các doanh nghiệp kinh doanh giao nhận hàng hóa. Tính đến năm 2020, số đơn vị có giao dịch thương mại điện tử là 850 đơn vị, trong đó:

- Nhà nước: 250 đơn vị;
- Ngoài nhà nước: 200 đơn vị;
- Loại hình khác: 400 đơn vị.

Thực trạng hạ tầng thương mại điện tử của tỉnh Điện Biên đến năm 2020 như sau:

- Trên địa bàn tỉnh có 406,4 nghìn thuê bao điện thoại, trong đó thuê bao di động là 399,26 nghìn thuê bao, số thuê bao điện thoại trên 100 dân của toàn tỉnh đạt 66,2 thuê bao/100 dân. Số thuê bao Internet băng thông rộng/100 dân đạt 7,2 thuê bao, có xu hướng tăng nhanh trong giai đoạn 2016-2020 từ mức 2,8 thuê bao/100 dân giai đoạn 2011-2015.

- Hoạt động bưu chính được đảm bảo, đáp ứng kịp thời nhu cầu về chuyển phát thư, báo, các loại công văn, giấy tờ, bưu phẩm, bưu kiện cho các cơ quan, đơn vị, tổ chức và nhân dân trên địa bàn tỉnh. Hiện có 2 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực viễn thông, chưa có doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bưu chính và chuyển phát.

- Các doanh nghiệp và cá nhân tham gia kinh doanh thương mại điện tử xây dựng các website giao dịch điện tử, các loại hình cung cấp sản phẩm, dịch vụ sôi động và đa dạng; từ việc thiết lập các website riêng, tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử đến việc tạo lập các tài khoản trên mạng xã hội như Facebook, Zalo, Viber... tuy nhiên, chưa có trang web thương mại điện tử chính thức của riêng tỉnh Điện Biên.

- Các siêu thị, trung tâm mua sắm và cửa hàng tiện lợi trên địa bàn có thể cho phép người dân mua sắm không dùng tiền mặt.

Thực hiện Quyết định số 637/QĐ-UBND ngày 12 tháng 05 năm 2016 về việc phê duyệt Kế hoạch phát triển thương mại điện tử tỉnh Điện Biên giai đoạn 2016 - 2020, trong đó giao nhiệm vụ cho các cấp các ngành và các doanh nghiệp lồng ghép nội dung hoạt động của Kế hoạch với các chương trình, đề án khác trên địa bàn tỉnh để huy động tối đa nguồn lực thực hiện TMĐT, tỉnh Điện Biên bước đầu có các hoạt động thúc đẩy hoạt động thương mại điện tử trên địa bàn. Các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh được hỗ trợ tham gia ứng dụng TMĐT như: hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng website thương mại điện tử theo quy chuẩn bằng tiếng Anh và tiếng Việt; hỗ trợ doanh nghiệp tham gia vào cổng thương mại điện tử quốc gia (ECVN), đăng tải thông tin trên cổng thông tin thị trường xuất nhập khẩu nước ngoài Vietnamexport, tham gia các Sàn giao dịch thương mại điện tử. Xây dựng hệ thống phần mềm chuyên dụng gồm: sử dụng phần mềm quản lý doanh nghiệp; sử dụng thiết bị đọc mã vạch; phần mềm bán hàng chuyên dụng, áp dụng chữ ký số, giải pháp thẻ thanh toán thương mại điện tử tích hợp để tăng cường ứng dụng thương mại điện tử vào sản xuất kinh doanh... Tổ chức đào tạo nguồn nhân lực cho thương mại điện tử bao gồm cán bộ, công chức, viên chức trong cơ quan hành chính, đơn vị sự nghiệp công lập; doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh. Công tác tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức về TMĐT được triển khai trên các phương tiện thông tin đại chúng với các hình thức: báo in, báo điện tử, truyền thanh - truyền hình và các sự kiện thương mại được đẩy mạnh. Các hoạt động phát triển sản phẩm, giải pháp TMĐT với công tác phổ biến lợi ích của chữ ký số, ứng dụng chuẩn trao đổi điện tử trong kinh doanh, công nghệ bảo mật, phần mềm thanh toán trực tuyến...

Tuy vậy, mức độ ứng dụng TMĐT trong các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh còn nhiều hạn chế, trong đó doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh chưa quan tâm trong việc ứng dụng thương mại điện tử vào sản xuất kinh doanh, một số ít các doanh nghiệp kinh doanh các sản phẩm viễn thông và sản phẩm nội dung số đã xây dựng website thương mại điện tử phục vụ cho hoạt động kinh doanh nhưng chỉ ở mức công bố giá bán sản phẩm, dịch vụ, thông tin so sánh sản phẩm, phương thức giao nhận hàng. Tuy nhiên về chức năng thanh toán trực tuyến phần lớn doanh nghiệp chưa thực hiện được vẫn áp dụng phương thức thanh toán truyền thống là tiền mặt hoặc chuyển khoản qua ngân hàng. Bên cạnh đó, các dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử tại địa phương chưa phát triển như chưa có doanh nghiệp bưu chính trên địa bàn, còn thiếu các doanh nghiệp sản xuất lắp ráp máy tính, phát triển phần mềm và công nghiệp nội dung số...

VIII. Công tác quản lý nhà nước về thương mại

Công tác xúc tiến thương mại của tỉnh trong thời gian qua được quan tâm và đẩy mạnh:

- Tăng cường quản lý nhà nước đối với các hoạt động khuyến mại của doanh nghiệp, tổ chức các cuộc hội chợ thương mại hằng năm nhằm cung cấp thông tin thị trường, khuyến khích giao thương. Các sản phẩm được trưng bày tại hội chợ là các sản phẩm hàng tiêu dùng, may mặc, điện tử... với sự tham gia của nhiều doanh nghiệp.

- Bước đầu có sự thông thương với thị trường một số nước như Lào, Thái Lan, Trung quốc. Đây là cơ sở quan trọng để xây dựng, phát triển thị trường hàng hóa của tỉnh trong thời gian tới. Sở Công thương tỉnh tổ chức nhiều đoàn doanh nghiệp của tỉnh tham gia các cuộc hội chợ, triển lãm tổ chức tại Lào, Trung Quốc. Tổ chức các hội chợ quốc tế mời doanh nghiệp tỉnh Bắc Lào, Thái Lan, tỉnh Vân Nam tham dự với hơn 170 doanh nghiệp trong và ngoài nước tham gia và trên 200 gian hàng tiêu chuẩn; tổ chức xúc tiến thương mại, du lịch giữa tỉnh Điện Biên với các tỉnh bắc Lào... Thông qua hội chợ, doanh nghiệp và thương nhân có dịp trao đổi thông tin hàng hóa, tìm kiếm thị trường, định hướng đầu tư, mở rộng thị trường xuất nhập khẩu và liên kết sản xuất hàng xuất khẩu qua biên giới. Hằng năm tổ chức chương trình đưa hàng Việt về giới thiệu và bán tại khu vực biên giới với các mặt hàng như thủ công mỹ nghệ, cà phê, hàng tiêu dùng...

- Tổ chức các hoạt động xúc tiến các sản phẩm OCOP tỉnh Điện Biên, tổ chức tham gia các hoạt động hỗ trợ, kết nối tiêu thụ các sản phẩm an toàn ngành Công thương do Bộ Công thương tổ chức.

IX. Đánh giá chung về thực trạng phát triển ngành bán buôn, bán lẻ tỉnh Điện Biên và các vấn đề đặt ra

1. Đánh giá thực hiện Quy hoạch phát triển thương mại đến năm 2020

Kết quả thực hiện các mục tiêu cụ thể trong Quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Điện Biên giai đoạn đến năm 2020 tại Quyết định số 1392/QĐ-UBND tỉnh Điện Biên ngày 10/8/2009. Nhìn chung, các chỉ tiêu đặt ra trong QH chưa thực hiện được do tăng trưởng của ngành thương mại tương đối chậm so với kỳ vọng. Tăng trưởng bình quân giá trị gia tăng ngành TM chỉ đạt 5,3%/năm giai đoạn 2016-2020, do ảnh hưởng nghiêm trọng từ dịch bệnh trong năm 2020. Cơ cấu VA của ngành TM đến năm 2020 chỉ đạt 5,3% tổng sản phẩm trên địa bàn, thấp so với mục tiêu đặt ra là 9,25%. Tương tự, đối với hoạt động thương mại quốc tế, năm 2020 là năm chịu ảnh hưởng nghiêm trọng do đó kim ngạch xuất khẩu đạt thấp, chỉ đạt 43,3 triệu USD,

chưa đạt mục tiêu là 100 triệu USD. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân của tỉnh đạt 14,4%/năm giai đoạn 2011-2020, thấp so với mục tiêu đặt ra là 18-19%/năm. Quy mô tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 11,56 nghìn tỷ đồng, thấp so với mục tiêu đặt ra là trên 13 nghìn tỷ đồng, do tăng trưởng giai đoạn 2016-2020 chỉ đạt 7,7%/năm, rất thấp so với mục tiêu là 18,1%/năm.

Bảng 9: So sánh thực hiện và mục tiêu Quy hoạch ngành thương mại tỉnh Điện Biên đến năm 2020

Chỉ tiêu	2011-2015		2016-2020		Đánh giá
	QH	TH	QH	TH	
1. Tăng trưởng giá trị tăng thêm ngành TM (%/năm)	15	8,5	14,1	5,3	Không đạt
2. Cơ cấu VA ngành TM (% năm cuối giai đoạn)	8,5	5,4	9,25	5,3	Không đạt
3. Mục tiêu phát triển xuất khẩu					
- Kim ngạch xuất khẩu (triệu USD, năm cuối giai đoạn)			100	43,34	Không đạt
- Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân (%/năm)	18-19	13,69	18-19	15,14	Không đạt
4. Mục tiêu phát triển thương mại nội địa					
- Tốc độ tăng TMBLHH&DV (%/năm)	20	19,2	18,1	7,7	Không đạt
- TMBLHH&DV (tỷ đồng, năm cuối giai đoạn)	5.694	7.995	13.030	11.560	Không đạt

Nguồn: Tư vấn tổng hợp

Về hạ tầng ngành thương mại:

(1) Tổng số chợ trong kỳ quy hoạch 2011-2020 là 112 chợ, trong đó có 4 chợ đầu mối, 1 chợ hạng I, 6 chợ hạng II và 81 chợ hạng III. Tuy nhiên, số chợ của tỉnh

đến năm 2020 không đạt mục tiêu, số chợ đến năm 2020 chỉ là 34 chợ, trong đó có nhiều hơn 2 chợ hạng II so với quy hoạch 2020, số chợ hạng III là 25 chợ, 02 chợ đầu mối. Diện tích đất chợ đạt 15,91ha, chỉ bằng 39% so với quy hoạch đất chợ giai đoạn 2011-2020. Chỉ có Thành phố Điện Biên Phủ có số chợ vượt so với quy hoạch 2020, còn lại các huyện đều có rất ít chợ so với quy hoạch đề ra, đáng chú ý như huyện Mường Ảng, huyện Tuần Giáo, huyện Mường Chà, huyện Mường Nhé chỉ có từ 1-2 chợ trên 13-15 xã.

(2) Tổng số cửa hàng xăng dầu trong kỳ quy hoạch 2011-2020 là 74 cửa hàng và đến năm 2020, tỉnh đạt mục tiêu. Tuy vậy, trong khi thành phố Điện Biên, huyện Điện Biên có số cửa hàng vượt so với mục tiêu quy hoạch thì các huyện như thị xã Mường Lay, huyện Điện Biên Đông, huyện Mường Ảng, huyện Mường Nhé lại có số cửa hàng thấp so với mục tiêu đề ra.

(3) Mục tiêu kỳ quy hoạch 2011-2020 là 01 trung tâm Hội chợ triển lãm thương mại quốc tế tỉnh Điện Biên tại thành phố Điện Biên Phủ, 01 tổng kho tập trung tại cửa khẩu Tây Trang, 01 tổng kho tại cửa khẩu A Pa Chải, nhưng đến năm 2020, các mục tiêu này chưa thực hiện được.

2. Các kết quả đạt được

Hoạt động bán buôn, bán lẻ trên địa bàn tỉnh phát triển nhanh và khá toàn diện trên tất cả các lĩnh vực. Bảo đảm cân đối cung cầu hàng hóa, bình ổn thị trường, giá cả các mặt hàng thiết yếu ổn định, hàng hóa đáp ứng đủ cho nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của nhân dân.

Với sự tham gia tích cực của các thành phần kinh tế, hoạt động đầu tư phát triển hạ tầng cơ sở thương mại được quan tâm, nhiều dự án cửa hàng xăng dầu, trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tổng hợp... được chú trọng đầu tư, phát triển đa dạng ngành hàng đã góp phần thúc đẩy hoạt động bán buôn, bán lẻ phát triển. Mạng lưới thương mại tại các địa bàn vùng sâu, vùng xa đã được quan tâm phát triển, nhiều cửa hàng nhỏ lẻ được mở đã góp phần cung cấp hàng hóa chất lượng đến nhân dân các dân tộc trong tỉnh.

Hoạt động xuất nhập khẩu và thương mại biên giới trên địa bàn tỉnh tại các cửa khẩu, lối mở và các khu vực biên giới tương đối ổn định và có mức tăng trưởng khá, bước đầu đã khai thác và phát huy được các tiềm năng lợi thế của một tỉnh biên giới. Các doanh nghiệp hoạt động xuất nhập khẩu có bước phát triển hơn, kim ngạch xuất nhập khẩu tăng dần qua hàng năm. Mặt hàng xi măng do tỉnh Điện Biên sản xuất đã trở thành mặt hàng xuất khẩu chủ lực của tỉnh sang thị trường các tỉnh Bắc Lào.

Ngoài ra, hoạt động biên mậu, trao đổi buôn bán hàng hóa qua biên giới phát triển thông qua việc dân cư hai bên biên giới thường xuyên qua lại thăm thân, trao đổi, mua bán hàng hóa qua các cặp cửa khẩu phụ, cửa khẩu tiểu mạch, lối mòn biên giới đã từng bước thúc đẩy quan hệ mậu dịch hai bên.

3. Một số tồn tại trong phát triển thương mại tỉnh Điện Biên

Thị trường hàng hóa sôi động, số lượng các cơ sở kinh doanh bán buôn, bán lẻ tăng nhanh nhưng chủ yếu là nhỏ lẻ mang tính tự phát, chất lượng thị trường và hiệu quả kinh doanh chưa cao, thị trường vùng sâu vùng xa kém phát triển, chưa gắn sản xuất với các cơ sở kinh doanh thương mại; chất lượng nguồn nhân lực thương mại nói chung còn thấp; hoạt động kinh doanh của nhiều doanh nghiệp chưa chuyên nghiệp, phương thức kinh doanh, phong cách phục vụ chậm được đổi mới, năng lực tài chính hạn chế.

Hiện nay hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh, chưa đáp ứng được nhu cầu mua bán và tiêu thụ sản phẩm sản xuất tại địa phương. Nhất là chợ nông thôn, hiện nay một số xã thuộc vùng nông thôn miền núi biên giới chưa có chợ. Phân bố hệ thống hạ tầng thương mại còn chưa hợp lý và hài hòa, mới chỉ tập trung phát triển tại khu vực trung tâm, thị tứ, thị trấn... Tiến độ xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại, đặc biệt là chợ nông thôn còn chậm do chủ yếu phụ thuộc vào nguồn vốn ngân sách.

Chưa huy động được nguồn lực xã hội để đầu tư xây dựng hạ tầng thương mại theo phương thức xã hội hóa. Các loại hình kinh doanh hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại còn ít và đa phần không đạt tiêu chuẩn, cơ sở vật chất kỹ thuật một số cơ sở trong hệ thống hạ tầng thương mại chưa đáp ứng yêu cầu.

Tuyến biên giới của tỉnh Điện Biên giáp với tỉnh Vân Nam (Trung Quốc) và các tỉnh Luông – Pha – Bang , Phong – Sa - Ly (Lào) đều là các tỉnh miền núi nghèo, dân cư thưa thớt, thu nhập thấp, kinh tế hàng hóa chưa phát triển; nguồn lực đầu tư cho hạ tầng thương mại biên giới – dịch vụ còn hạn chế, cơ sở hạ tầng thương mại biên giới và đường giao thông ra các cặp cửa khẩu của cả hai bên còn khó khăn. Hoạt động thương mại biên giới tại cửa khẩu phụ, lối mở phụ thuộc vào chính sách, hoạt động kinh tế của nước bạn. Khu vực biên giới cửa khẩu giáp Lào không thu hút được nhiều đầu tư do kinh tế nước bạn chưa phát triển. Các tỉnh Bắc Lào giáp biên giới phần lớn còn khó khăn về kinh tế vì vậy chưa tạo được liên kết vùng mạnh để thu hút thương mại đầu tư.

Nguồn lực để đầu tư hạ tầng thương mại biên giới theo quy hoạch còn thấp. Chưa xây dựng được các cặp chợ biên giới đã được phê duyệt, chưa hình thành được

trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, trung tâm Logistics và các loại hạ tầng thương mại biên giới khác tại khu vực biên giới. Hoạt động thương mại biên giới đã có bước phát triển nhưng quy mô còn nhỏ. Chưa tác động lớn đến sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh.

4. Nguyên nhân

a) Nguyên nhân khách quan

- Điều kiện tự nhiên, xã hội của tỉnh không tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển ngành thương mại, dịch vụ. Địa hình chủ yếu là đồi núi, dốc và chia nhỏ khiến chi phí trung gian của ngành thương mại dịch vụ tăng cao và việc đầu tư cho hạ tầng thương mại dịch vụ khó khăn hơn. Trong khi đó, nguồn lực của địa phương còn hạn chế, chưa có nguồn lực đầu tư cho cơ sở hạ tầng phục vụ hoạt động thương mại, dịch vụ.

- Do tình hình thời tiết, thiên tai, dịch bệnh, đặc biệt là đại dịch Covid-19 khiến hoạt động sản xuất gặp nhiều khó khăn, nhu cầu tiêu dùng nói chung giảm mạnh.

- Quy mô dân số và quy mô thị trường của Điện Biên khá nhỏ. Trong khi đó, thu nhập của người dân Điện Biên còn thấp so với mặt bằng chung của cả nước và của vùng Trung du miền núi phía Bắc, do đó, hạn chế sức tiêu dùng của người dân.

- Nguồn vốn từ ngân sách cho xây dựng cơ sở hạ tầng thương mại, dịch vụ còn nhiều hạn chế, khó khăn. Việc huy động nguồn vốn nước ngoài và vốn xã hội hóa cho các hạ tầng thương mại còn thấp.

b) Nguyên nhân chủ quan

- Công tác quy hoạch hạ tầng cơ sở, định hướng phát triển thương mại, dịch vụ trên địa bàn tỉnh còn nhiều hạn chế; một mặt chưa phát huy tối đa thế mạnh của người dân địa phương, còn để lĩnh vực thương mại, dịch vụ phát triển tự phát; mặt khác, công tác quy hoạch chưa hiệu quả và sát với thực tế dẫn đến tình trạng lãng phí nguồn lực.

- Quản lý nhà nước về thương mại đã được đổi mới nhưng còn nhiều mặt chưa theo kịp với thực tiễn hoạt động thương mại, dẫn đến sức cạnh tranh của tỉnh về môi trường đầu tư còn hạn chế so với nhiều địa phương trong vùng cũng như so với cả nước. Công tác cải cách hành chính chưa đồng bộ nên việc xử lý, tháo gỡ các vướng mắc còn chưa kịp thời.

CHƯƠNG III: PHÂN TÍCH, DỰ BÁO CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI TỈNH ĐIỆN BIÊN

I. Bối cảnh phát triển ngành thương mại tỉnh Điện Biên đến năm 2030

1. Bối cảnh quốc tế

- Kinh tế thế giới trong giai đoạn tới được dự báo diễn ra trong bối cảnh nhiều cơ hội và thách thức. Tăng trưởng kinh tế thế giới dự kiến phục hồi trở lại sau khi dịch Covid-19 được kiểm soát và trở thành một căn bệnh thông thường khi tỷ lệ tiêm chủng được bao phủ rộng và thuốc điều trị trở nên phổ biến. Các quốc gia đi đầu trong các nỗ lực phòng chống dịch bệnh như Mỹ, EU, Trung Quốc được dự kiến là những quốc gia sẽ thoát khỏi dịch bệnh đầu tiên và trở thành lực đẩy tăng trưởng cho toàn thế giới. Thương mại và đầu tư tiếp tục phục hồi. Đây là cơ hội cho các quốc gia xuất khẩu mở rộng thị trường khi nhu cầu sản xuất và tiêu dùng tăng.

- Hội nhập kinh tế quốc tế vẫn là xu hướng chủ đạo bất chấp những xu hướng gia tăng bảo hộ thương mại do ảnh hưởng của chiến tranh thương mại Mỹ - Trung và các giải pháp đóng cửa, phong tỏa do dịch bệnh. Các hiệp định song phương sẽ thay thế cho các phương thức đa phương kém hiệu quả, hiệp định thương mại theo khu vực nổi lên với các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

- Khoa học công nghệ phát triển nhanh với sự bùng nổ của CMCN 4.0 làm thay đổi phương thức sản xuất và cách thức quản trị. Những tiến bộ vượt bậc của khoa học công nghệ sẽ làm thay đổi căn bản phương thức sản xuất, thương mại và đầu tư toàn cầu.

2. Bối cảnh phát triển kinh tế cả nước và vùng Trung du miền núi phía Bắc

Kinh tế Việt Nam, trong đó có TDMNPB bước vào giai đoạn 2021-2030 với nhiều yếu tố thuận lợi đan xen những khó khăn.

- Với nền tảng chính trị - xã hội ổn định, Việt Nam có nhiều lợi thế trong cạnh tranh quốc tế, uy tín và vị thế đất nước ngày càng được củng cố. Đây là một trong những điều kiện quan trọng để thu hút đầu tư cho phát triển.

- Việt Nam được đánh giá là một trong những điểm đến hấp dẫn của dòng FDI, tuy nhiên việc thu hút nguồn tài chính này ngày càng trở nên cạnh tranh hơn, đòi hỏi Việt Nam và TDMNPB phải tiếp tục cải thiện mạnh mẽ hơn nữa môi trường đầu tư và phát huy hơn nữa tiềm năng, lợi thế so sánh. Mặt khác, những biến động khó lường và căng thẳng trong tranh chấp chủ quyền lãnh thổ ở khu vực Đông Á và biển

Đông sẽ tác động bất lợi đến thu hút các nguồn vốn FDI, phát triển du lịch và các hoạt động xuất, của TDMNPB và cả nước.

- Đối với nguồn vốn ODA, tính chất, quy mô và các điều kiện cung cấp ODA cho Việt Nam sẽ có những thay đổi nhất định trong thời gian tới; các khoản viện trợ không hoàn lại sẽ giảm và chủ yếu tập trung vào hỗ trợ kỹ thuật, chuyển giao công nghệ, tăng cường năng lực, các kênh tín dụng mới sẽ kém ưu đãi hơn, các điều kiện vay vốn khó khăn hơn. Ngoài ra, Việt Nam đã gia nhập nhóm nước có thu nhập trung bình, nên nguồn vốn ODA sẽ giảm dần. Các dự án ODA cho vùng sâu, xa sẽ ngày càng thu hẹp.

- Tận dụng CMCN 4.0, Việt Nam nói chung, TDMNPB nói riêng có cơ hội thay đổi mô hình tăng trưởng và tăng tốc phát triển trong giai đoạn mới, song cũng đặt ra không ít khó khăn, thách thức trong quá trình thích ứng. Đối với vùng TDMNPB, CMCN 4.0 cùng với các thành tựu về phát triển khoa học công nghệ là cơ hội để vùng chuyển đổi mô hình tăng trưởng, đặc biệt đối với ngành nông nghiệp và công nghiệp chế biến, chế tạo theo hướng đổi mới mô hình và phương thức tổ chức sản xuất để nâng cao năng suất, hiệu quả và giá trị trong các giai đoạn của quá trình sản xuất, chế biến, tiếp cận thị trường. Đồng thời, quá trình này cũng có thể dẫn đến nguy cơ tụt lại phía sau ngày càng xa nếu không có sự chuẩn bị và tích lũy về năng lực khoa học – công nghệ.

- Hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng giúp Việt Nam và vùng TDMNPB có cơ hội mở rộng thị trường cho xuất khẩu. Việc Việt Nam tham gia các hiệp định thương mại là cơ hội cho Việt Nam khi tham gia ngày càng sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu. Đáng chú ý là trong khi vai trò của Trung Quốc ngày càng giảm trong chuỗi giá trị toàn cầu do sự đứt gãy, gián đoạn chuỗi cung ứng do ảnh hưởng của dịch Covid-19, nhiều quốc gia lớn đang tìm cách giảm bớt sự phụ thuộc vào Trung Quốc và việc dịch chuyển đầu tư, sản xuất đến các quốc gia khác trong đó có Việt Nam sẽ tạo cơ hội nhiều hơn cho các địa phương tận dụng được cơ hội này để tăng cường thu hút đầu tư và xuất khẩu. Điện Biên có 3 cửa khẩu giao thương với Lào, Thái Lan và Trung Quốc. Hoạt động sản xuất ít, các hoạt động xuất khẩu ghi nhận chủ yếu là từ các địa phương khác xuất khẩu qua cửa khẩu của tỉnh. Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam dự báo tiếp tục ghi nhận những kỷ lục mới do tác động từ tích cực từ các Hiệp định thương mại tự do, do đó, đây cũng là cơ hội cho Điện Biên tăng cường xuất khẩu qua các cửa khẩu lợi thế của tỉnh, vấn đề đặt ra là cơ sở hạ tầng của tỉnh cần tiếp tục được cải thiện, để tận dụng rất tốt cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu khi Việt Nam tham gia ngày càng sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu.

- Bên cạnh những cơ hội, thách thức từ áp lực cạnh tranh ngày càng lớn. Việc tham gia vào các hiệp định thương mại tự do khiến cho Việt Nam phải thực hiện nhiều cam kết, trong đó có mở cửa hoàn toàn thị trường, nhà đầu tư nước ngoài từ chỗ chỉ được kinh doanh những lĩnh vực được phép giờ đây được kinh doanh tất cả những lĩnh vực không bị hạn chế theo hiệp định. Tuy vậy, vấn đề cạnh tranh trong xuất khẩu tại Điện Biên ít hơn so với các tỉnh khác khi không có doanh nghiệp nước ngoài hoạt động xuất khẩu trên địa bàn nhưng việc thay đổi chuỗi giá trị đối với Trung Quốc và chính sách “zero covid” một cách triệt để của nước này sẽ gây khó khăn cho hàng hóa Việt Nam thông quan tại các cửa khẩu biên giới, trong đó có Điện Biên.

Đối với Vùng Trung du và Miền núi phía Bắc, đây là vùng kinh tế - xã hội rộng lớn với 14 tỉnh Hà Giang, Cao Bằng, Bắc Kạn, Tuyên Quang, Lào Cai, Yên Bái, Thái Nguyên, Lạng Sơn, Bắc Giang, Phú Thọ, Điện Biên, Lai Châu, Sơn La, Hòa Bình, chiếm diện tích lớn trên 95 nghìn km², dân số khoảng 11 triệu người, giàu tiềm năng về khoáng sản, nông – lâm nghiệp, du lịch nhưng dân cư thưa thớt, phân tán, khí hậu tương đối khắc nghiệt, nhiều khu vực còn chậm phát triển. Tuy nhiên, sau 17 năm thực hiện Nghị quyết số 37-NQ/TW ngày 01/7/2004 của Bộ chính trị về phương hướng phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo quốc phòng an ninh vùng Trung du và Miền núi Bắc Bộ đến năm 2020, kinh tế của Vùng đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể. Tăng trưởng GRDP của vùng trong giai đoạn 2011-2020 không ngừng được cải thiện, giai đoạn 2011-2015 và giai đoạn 2016-2020 đều đạt mức tăng trưởng cao nhất cả nước lần lượt là 7,9% và 8,41%. Bình quân năm trong giai đoạn 2011-2020 vùng TD&MNBB tăng 8,15%/năm. Tổ chức không gian lãnh thổ vùng và phát triển kinh tế xã hội của vùng Trung du và miền núi Bắc bộ chia ra thành 3 vùng: i) vùng biên giới Việt – Trung, gồm các tỉnh Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang, Lào Cai và Lai Châu; ii) Vùng Biên giới Việt – Lào gồm Điện Biên, Sơn La và các huyện phía Tây tỉnh Thanh Hóa, Nghệ An; iii) Vùng trung du gò đồi gồm các tỉnh Bắc Giang, Thái Nguyên, Bắc Kạn, Tuyên Quang, Yên Bái, Phú Thọ và Hòa Bình. Trong đó vùng biên giới Việt – Trung và vùng biên giới Việt – Lào là những vùng có vai trò bảo vệ hệ sinh thái tự nhiên, đa dạng sinh học, nguồn nước, rừng đặc dụng, rừng đầu nguồn và biên cương của tổ quốc, Vùng trung du gò đồi là vùng có vai trò trung tâm thúc đẩy, hỗ trợ và kết nối vùng biên giới với các tỉnh phát triển vùng Đồng bằng sông Hồng, nhất là với thủ đô Hà Nội và các tỉnh duyên hải Đông Bắc Bộ. Trong giai đoạn tới, vùng TBMNPB được kỳ vọng tiếp tục có những bước phát triển mới nhưng đồng thời vẫn phải đối mặt với vấn đề nhân khẩu học và xuất cư rỗng, điểm nghẽn “vùng trũng” cơ sở hạ tầng, về giáo dục, y tế cũng sẽ một thách thức đối với vùng trong quá

trình phát triển, bắt kịp các khu vực phát triển khác, vấn đề nghèo đói tiếp tục là thách thức, các vấn đề về ô nhiễm môi trường, BĐKH, thiên tai (lũ cuốn, sạt lở đất,...) diễn ra ngày càng nghiêm trọng, tiếp tục là mối đe dọa, ảnh hưởng không nhỏ tới phát triển kinh tế và đời sống nhân dân vùng TDMNPB.

3. Bối cảnh tỉnh Điện Biên

a) Định hướng phát triển kinh tế - xã hội

Giai đoạn 2021-2030, định hướng phát triển tỉnh Điện Biên với tư tưởng phát triển: “Phát triển nhanh, vững chắc với bản sắc và giá trị lịch sử”. Từ đó, xác định 8 quan điểm phát triển, bao gồm:

(1) Quy hoạch phát triển tỉnh bám sát Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII; phù hợp với các Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của cả nước; quy hoạch tổng thể quốc gia; quy hoạch ngành quốc gia; quy hoạch vùng trung du và miền núi Bắc Bộ và các định hướng phát triển theo Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Điện Biên lần thứ XIV nhiệm kỳ 2020 - 2025;

(2) Phát huy tối đa tiềm năng, thế mạnh và huy động có hiệu quả mọi nguồn lực nhằm phát triển kinh tế nhanh, bền vững. Nâng cao chất lượng, năng suất, sức cạnh tranh nền kinh tế của tỉnh; đổi mới sáng tạo, ứng dụng khoa học - công nghệ, phát triển nền kinh tế số và tăng cường năng lực tiếp cận Cách mạng công nghiệp lần thứ tư trong sản xuất;

(3) Tập trung phát triển có trọng điểm vào các ngành, lĩnh vực có thế mạnh của tỉnh với du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, dựa trên 3 trụ cột chính là du lịch lịch sử - tâm linh; du lịch bản sắc văn hoá dân tộc, khám phá cảnh quan thiên nhiên và du lịch nghỉ dưỡng, giải trí, chăm sóc sức khỏe. Phát triển nông, lâm nghiệp theo hướng sản xuất hàng hoá tập trung gắn với công nghiệp chế biến sau thu hoạch. Ứng dụng công nghệ cao, nâng cao chất lượng sản phẩm hàng hoá chủ lực của tỉnh theo chuỗi giá trị. Xây dựng, phát triển thương hiệu sản phẩm du lịch, nông nghiệp gắn với chuyển đổi số. Phát triển kinh tế cửa khẩu, tăng nhanh các ngành công nghiệp và dịch vụ thị trường;

(4) Phát huy tiềm năng, lợi thế so sánh của tỉnh để phát triển, phát huy nội lực đồng thời tăng cường thu hút mọi nguồn lực từ bên ngoài; tập trung đầu tư đồng bộ, hiện đại kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội, đặc biệt là kết cấu hạ tầng giao thông; cải thiện môi trường đầu tư, xây dựng và hoàn thiện các cơ chế chính sách thông thoáng thu hút đầu tư;

(5). Tăng cường các mối quan hệ hợp tác đối ngoại, chủ động hội nhập quốc tế. Liên kết chặt chẽ giữa các địa phương trong tỉnh, tạo dựng các liên kết phát triển giữa Điện Biên và các tỉnh trong vùng Trung du và Miền núi Bắc Bộ, vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc và cả nước; tận dụng các lợi thế về giao thương quốc tế thông qua các cửa khẩu quốc tế với các tỉnh Bắc Lào, Vân Nam Trung Quốc và các nước ASEAN;

(6) Phát huy tối đa yếu tố con người; coi trọng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao để đáp ứng cho yêu cầu phát triển trong giai đoạn mới; gắn giáo dục, đào tạo đội ngũ khoa học kỹ thuật, cán bộ quản lý, công nhân kỹ thuật, coi trọng giáo dục phổ cập để nâng cao trình độ dân trí của dân cư, đặc biệt là dân cư vùng nông thôn, miền núi;

(7) Bảo đảm hài hòa giữa lợi ích kinh tế với lợi ích môi trường sinh thái trên cơ sở phát triển sản xuất gắn với bảo vệ và phát triển rừng, đặc biệt trong việc bảo vệ và phát triển rừng đầu nguồn; bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống các dân tộc trong tỉnh; sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên; chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu và bảo vệ môi trường;

(8). Kết hợp chặt chẽ giữa phát triển kinh tế với củng cố quốc phòng - an ninh và trật tự an toàn xã hội, bảo vệ vững chắc chủ quyền biên giới quốc gia.

Theo đó, mục tiêu tổng quát giai đoạn 2021-2030 là:

- Đến năm 2025, tỉnh phát triển năng động, sáng tạo, nhanh và bền vững. Đẩy mạnh đổi mới toàn diện, tạo đột phá trong phát triển kinh tế - xã hội, tập trung huy động nguồn lực xây dựng kết cấu hạ tầng và đô thị đồng bộ theo hướng hiện đại, khai thác hiệu quả tài nguyên, bảo vệ môi trường, bảo tồn, phát huy giá trị bản sắc văn hóa các dân tộc và di tích lịch sử để phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Đẩy mạnh xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững; giữ vững ổn định chính trị, quốc phòng và an ninh.

- Đến năm 2030, Điện Biên trở thành tỉnh có điều kiện kinh tế phát triển khá trong khu vực Trung du và miền núi phía Bắc; là trung tâm du lịch, dịch vụ của vùng Trung du và Miền núi Bắc Bộ. Phát triển nông nghiệp, lâm nghiệp ứng dụng khoa học công nghệ hiện đại, có năng suất và chất lượng cao kết hợp với công nghiệp chế biến, du lịch; kinh tế số đóng vai trò quan trọng trong phát triển tỉnh; phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội đồng bộ, hiện đại. Ổn định chính trị, bảo đảm quốc phòng - an ninh, giữ vững chủ quyền biên giới.

Tăng trưởng kinh tế của tỉnh Điện Biên được xác định với kịch bản tăng trưởng cao. Ở kịch bản này thì tốc độ tăng trưởng GRDP của tỉnh trong giai đoạn 2021-2025 sẽ là 9,84%, đạt 9,99% trong giai đoạn 2020 - 2030 và 8,13% trong giai đoạn 2031-2050.

Giai đoạn 2021-2025 là giai đoạn tăng trưởng nóng của ngành kinh tế của tỉnh. Trong giai đoạn này, GRDP của ngành NLTS và ngành CN-XD đều tăng rất nhanh do có nhiều dự án được triển khai cùng lúc. Đến giai đoạn 2026- 2030, động lực tăng trưởng của tỉnh dịch chuyển dần sang khu vực công nghiệp do thu hút được nhiều dự án đầu tư và nhiều nhà máy chế biến được xây dựng, nhiều dự án lớn cũng sẽ được triển khai trong giai đoạn này nên tốc độ tăng trưởng của tỉnh tiếp tục duy trì ở mức cao. Xu hướng tăng trưởng của ngành dịch vụ trong kịch bản này cũng tương tự như kịch bản cơ sở. Theo đó, giai đoạn 2021-2025 vẫn là giai đoạn kiến thiết và giai đoạn 2026-2030 mới là giai đoạn phát triển mạnh.

Trong kịch bản này thì vai trò của ngành dịch vụ sẽ ngày càng quan trọng, đến năm 2050, ngành dịch vụ sẽ chiếm tới 59,78% trên tổng GDRP của tỉnh. Nếu tốc độ tăng trưởng GRDP được duy trì ổn định thì đến năm 2025, thu nhập bình quân đầu người của tỉnh theo giá hiện hành có thể đạt tới 70,6 triệu đồng/người/năm, cao hơn gần 2 lần so với năm 2020. Con số này đến năm 2030 sẽ là 157,8 triệu đồng/người/năm.

b) Phương hướng phát triển không gian

Quan điểm phát triển không gian: Điện Biên là tỉnh phát triển mạnh ngành nông nghiệp, ngành chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản, lâm nghiệp và cây công nghiệp. Sự phát triển chủ yếu của Điện Biên là tăng năng suất của những ngành này, đồng thời nâng cao số lượng và chất lượng của từng loại sản phẩm. Quy hoạch phát triển lần này là xác định các sản phẩm tiêu biểu của tỉnh, để tập trung nâng cao số lượng và chất lượng của những sản phẩm này, ổn định nền tảng phát triển kinh tế cho tỉnh. Xúc tiến các kế hoạch, chương trình mới về du lịch và du lịch sinh thái. Mở rộng, nâng cấp bảo tàng, tái cấu trúc xây dựng nhằm phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số, rà soát các tuyến và cơ sở du lịch... Đề xuất xây dựng các tuyến đường và các cơ sở phân phối sản phẩm sản xuất trên địa bàn tỉnh.

Theo đó, mục tiêu phát triển không gian của tỉnh Điện Biên là mỗi huyện, thành phố và thị xã được phân loại theo sản phẩm và được phân loại thành từng vùng kinh tế, tiêu chí cho sự phân loại này là các huyện sản xuất cùng một sản phẩm sẽ được bố trí vào cùng một vùng kinh tế. Việc phân loại vùng kinh tế nhằm hình thành

cơ sở phân phối lớn nhất tỉnh tại Mường Ảng và tập trung hàng hóa logistics trên địa bàn tỉnh. Vùng kinh tế I có trung tâm là Tp. Điện Biên Phủ (tiêu dùng, kinh tế, văn hóa) và sẽ được phát triển thành đô thị trung tâm của tỉnh Điện Biên. Tp. Điện Biên Phủ sẽ là một đô thị nén và được đẩy mạnh phát triển đô thị hơn nữa. Bố trí các cơ sở hậu cần (bến xe tải hạng trung và hạng nhẹ) tại các vùng kinh tế để xây dựng hệ thống logistics thông suốt. Phân loại các vùng kinh tế dựa trên loại sản phẩm, quan điểm về hệ thống logistics và các sản phẩm đặc trưng (cà phê, chè, v.v.). Về du lịch và du lịch sinh thái, các khu kinh tế được quyết định trên cơ sở rà soát các cơ sở và các tuyến du lịch, với trọng tâm là vùng kinh tế I.

Phương án phát triển không gian cụ thể như sau:

Gồm 03 vùng kinh tế và 01 tiểu vùng thuộc vùng kinh tế I:

- Vùng kinh tế I: Bao gồm Tp. Điện Biên Phủ, huyện Điện Biên và Điện Biên Đông, Mường Ảng.

+ Là vùng động lực phát triển

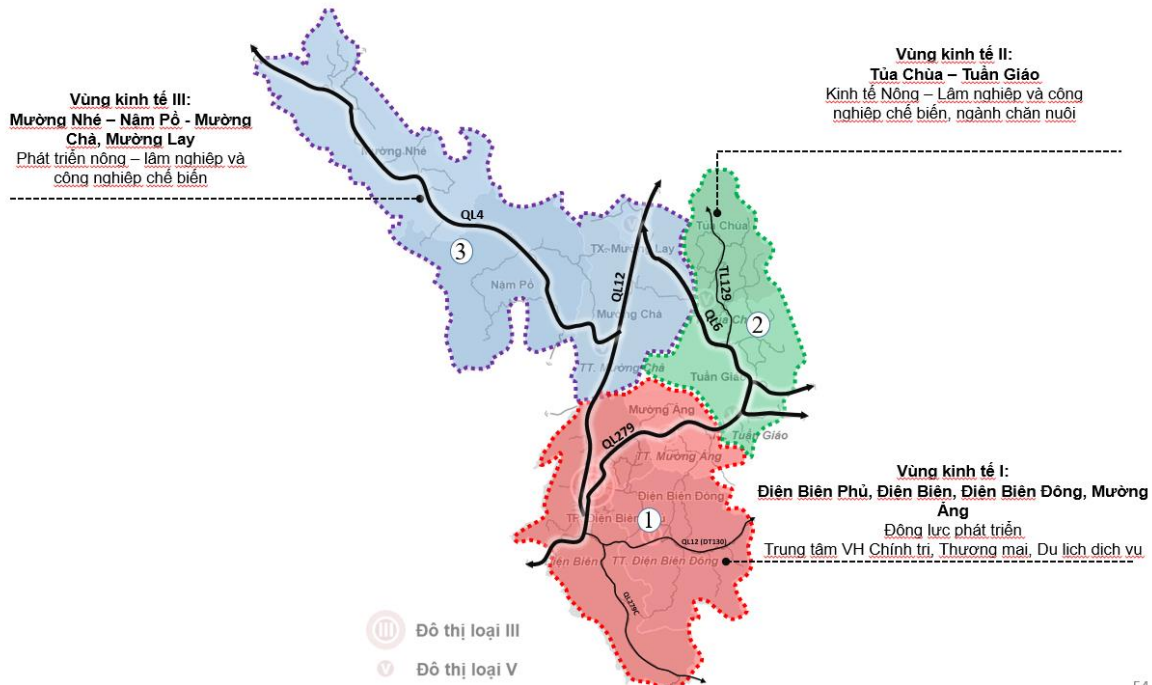
+ Trung tâm Văn hóa chính trị, Thương mại, Du lịch dịch vụ

+ Bao gồm hệ thống bến bãi, chợ, nhà máy chế biến...

+ Tiểu vùng I – Tp. Điện Biên Phủ: Thuộc Vùng kinh tế I. Là một đô thị nén và là đầu mối thương mại – dịch vụ.

- Vùng kinh tế II: bao gồm huyện Tủa Chùa và huyện Tuần Giáo. Là vùng tập trung phát triển Kinh tế Nông – Lâm nghiệp và công nghiệp chế biến, ngành chăn nuôi.

- Vùng kinh tế III: bao gồm huyện Mường Nhé, huyện Nậm Pồ, huyện Mường Chà, và thị xã Mường Lay. Là vùng tập trung Phát triển nông – lâm nghiệp và công nghiệp chế biến.



Hình 10: Sơ đồ cấu trúc không gian phát triển tỉnh Điện Biên

* Hình thành bốn trục phát triển kinh tế

1) *Trục kinh tế động lực* gắn với QL279 và đường Cao tốc Sơn La – Điện Biên: Là trục nối kết các trọng điểm đô thị, du lịch, dịch vụ, cửa khẩu, cảng hàng không của tỉnh với thủ đô Hà Nội và các tỉnh phía Đông và Đông Nam (Lai Châu – Yên Bái – Lạng Sơn – Quảng Ninh...).

2) *Trục kinh tế phát triển dọc theo QL12* là trục kết nối thành phố Điện Biên Phủ với các vùng kinh tế trong tỉnh như (huyện Mường Chà, thị xã Mường Lay) và với tỉnh Lai Châu đến cửa khẩu Mù Là Thàng.

3) *Trục kinh tế phát triển dọc theo QL6* Là trục kết nối thị xã Mường Lay với khu vực huyện Tuần Giáo và các tỉnh phía Đông Nam như: Sơn La – Hòa Bình – Hà Nội.

4) *Trục kinh tế phát triển dọc theo QL4H* là trục kết nối nội tỉnh nằm trong vùng kinh tế 3 kết nối cửa khẩu ApaChải (huyện Mường Nhé) với huyện Mường Chà.

* Hình thành 03 cực tăng trưởng chính:

- *Thành phố Điện Biên Phủ* và vùng phụ cận: là đô thị trung tâm tỉnh, trung tâm hành chính chính trị, kinh tế xã hội, thương mại dịch vụ, du lịch, khoa học kỹ thuật, giáo dục đào tạo, văn hóa nghệ thuật của Tỉnh Điện. Đô thị tổng hợp đa ngành,

đa lĩnh vực về Dịch vụ - Thương mại - Du lịch, Nông nghiệp công nghệ cao, Lâm nghiệp, đầu mối giao thông của tỉnh.

- *Thị xã Mường Lay*: Phát triển Mường Lay thành trung tâm du lịch sinh thái của vùng phía Bắc tỉnh. Xây dựng các cơ sở phục vụ du lịch, tạo các sản phẩm du lịch đa dạng gắn với văn hóa bản địa.

- *Thị trấn Tuần Giáo*: Phát triển Tuần Giáo thành trung tâm công nghiệp, dịch vụ thương mại của ngõ phía Đông của tỉnh. Phát triển, thu hút đầu tư xây dựng các CCN để thúc đẩy kinh tế của thị trấn cũng như vùng huyện Tuần Giáo.

Phát triển 03 cực tăng trưởng sẽ tạo thành tam giác tăng trưởng kinh tế, thu hút nguồn lực đầu tư kết cấu hạ tầng, tập trung phát triển đô thị, du lịch, công nghiệp chế biến (chế biến nông, lâm sản) và dịch vụ, tăng cường và tạo ra các liên kết phát triển mới với các tỉnh trong vùng cũng như với các tỉnh Bắc Lào và Tây Nam Trung Quốc nhằm đạt được tỷ lệ tăng trưởng cao.

II. Đánh giá chung về lợi thế, hạn chế, cơ hội, thách thức đối với phát triển ngành thương mại tỉnh Điện Biên

1. Về lợi thế và cơ hội

➤ Lợi thế phát triển ngành thương mại tỉnh Điện Biên

- Vị trí địa lý: Điện Biên là một tỉnh biên giới miền núi thuộc vùng Tây Bắc của Tổ quốc, là tỉnh duy nhất có chung đường biên giới với 2 quốc gia: Trung Quốc và Lào. Hiện tại, tỉnh Điện Biên đang có 03 cửa khẩu và 02 lối mở phục vụ hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa. Đặc biệt, cửa khẩu Tây Trang từ lâu đã là cửa khẩu quan trọng của vùng Tây Bắc và cả nước, được Chính phủ hai nước thỏa thuận nâng cấp thành cửa khẩu quốc tế và Khu kinh tế cửa khẩu đang được xây dựng. Đây là điều kiện và cơ hội rất lớn để Điện Biên đẩy mạnh thương mại quốc tế, tiến tới xây dựng khu vực này thành địa bàn trung chuyển chính trên tuyến đường xuyên Á phía Bắc, nối liền vùng Tây Bắc Việt Nam với khu vực Bắc Lào - Tây Nam Trung Quốc và Đông Bắc Myanmar. Vì vậy, tính có điều kiện thuận lợi để phát triển kinh tế cửa khẩu, mở rộng giao thương quốc tế, phát triển kinh tế đối ngoại, du lịch và dịch vụ vận tải quốc tế.

- Cơ sở hạ tầng thương mại: Về cơ bản đã hình thành một hệ thống hạ tầng thương mại truyền thống và hiện đại. Cơ sở hạ tầng về thương mại được đầu tư, ngày càng hiện đại và đáp ứng tốt hơn nhu cầu sử dụng người dân.

- Hệ thống doanh nghiệp bán buôn, bán lẻ chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh nghiệp của cả tỉnh và có đóng góp chủ yếu đến phát triển kinh tế của tỉnh. Hệ thống thương mại quốc tế dần hình thành, tỉnh Điện Biên có lợi thế trong xuất khẩu xi măng.

- Quy mô thị trường bán lẻ hàng hóa tăng trưởng nhanh: bình quân giai đoạn 2011-2020 đạt 16%/năm, cao so với mức bình quân cả nước là 11,5% trong cùng giai đoạn. Sự mở rộng của thị trường bán lẻ chủ yếu do mức thu nhập được cải thiện và quy mô dân số gia tăng, đặc biệt là khu vực thành thị.

- Các ngành dịch vụ hỗ trợ như tài chính, ngân hàng, bưu chính, viễn thông phát triển nhanh, tạo thuận lợi cho các dòng lưu chuyển hàng hóa.

- Chất lượng nguồn nhân lực ngày càng được nâng cao, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu phát triển các ngành dịch vụ.

➤ *Cơ hội phát triển ngành thương mại tỉnh Điện Biên*

- Các cơ hội từ phục hồi kinh tế trong nước: Các dự báo về tăng trưởng kinh tế thế giới của các tổ chức quốc tế đều cho thấy sự lạc quan về tăng trưởng kinh tế thế giới trong giai đoạn tới, đặc biệt là sự hồi phục sau khi dịch bệnh được kiểm soát. Tăng trưởng kinh tế trong nước dự báo sẽ được hưởng lợi từ sự phục hồi kinh tế thế giới và của các đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam. Đây là cơ hội để kinh tế Điện Biên phục hồi, mở rộng thị trường.

- Cơ hội từ các hiệp định thương mại của Việt nam với các nước: Việt Nam đã hội nhập kinh tế quốc tế ở mức rất cao với 16 Hiệp định thương mại tự do (FTA) đã được ký kết, mở ra nhiều cơ hội để Việt Nam tham gia vào chuỗi giá trị xuất khẩu hàng hoá, dịch vụ vào các thị trường toàn cầu.

- Cơ hội từ xu hướng chuyển dịch đầu tư quốc tế: Việt Nam được coi là điểm đến đầu tư nước ngoài hấp dẫn do đó, cơ hội thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài là rất lớn cho các địa phương trong đó có Điện Biên nếu như các điều kiện về hạ tầng và môi trường kinh doanh được cải thiện.

- Cơ hội từ xu hướng phát triển công nghệ mới: công nghệ không chỉ hỗ trợ sản xuất mà còn hỗ trợ sản phẩm đến với thị trường. Do đó, tận dụng các nền tảng số, kinh tế số trong CMCN 4.0 là cơ hội cho Điện Biên vượt khó mở ra nhiều phương thức tiếp cận thị trường, khách hàng mới.

- Sự thay đổi bối cảnh phát triển của tỉnh Điện Biên theo hướng tích cực với mục tiêu thoát khỏi những tỉnh kém phát triển, theo đó có sự quan tâm, định hướng và ưu tiên đầu tư của hệ thống chính quyền, các cấp quản lý.

2. Về hạn chế và thách thức

➤ Hạn chế đối với việc phát triển thương mại tỉnh Điện Biên

- Vị trí địa lý nằm cách xa trung tâm: Điện Biên là tỉnh biên giới cách thủ đô Hà Nội gần 500km, nằm xa các trung tâm, hành lang, vùng kinh tế trọng điểm trong khi hệ thống kết cấu giao thông chưa hoàn thiện nên gặp nhiều khó khăn trong việc kết nối, liên kết phát triển; bất lợi trong thu hút đầu tư, tiếp cận thị trường tiêu thụ sản phẩm.

- Điều kiện địa hình: Tỉnh Điện Biên có địa hình phức tạp, chủ yếu là đồi núi dốc, hiểm trở và chia cắt mạnh, trong khi đó mật độ dân số thuộc mức thấp trong vùng TDMNPB dẫn đến những khó khăn trong phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt là việc hoàn thiện kết cấu hạ tầng và thu hút đầu tư, gây nhiều khó khăn cho việc xây dựng hạ tầng thương mại.

- Nguồn lực phát triển thương mại còn hạn chế. Quy mô kinh tế của tỉnh còn thấp, việc thu hút đầu tư từ các thành phần kinh tế còn rất hạn chế, không có các nhà đầu tư có quy mô lớn, khả năng huy động nguồn lực xã hội cho hạ tầng thương mại thấp.

- Doanh nghiệp hoạt động trong ngành thương mại dịch vụ tăng nhanh và chiếm tỷ trọng lớn nhưng đa số là doanh nghiệp nhỏ lẻ, mang tính tự phát. Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp còn yếu, thiếu các sản phẩm mạnh có thương hiệu tham gia thị trường.

- Kết cấu hạ tầng kỹ thuật (đặc biệt là hạ tầng giao thông) làm hạn chế các liên kết trong phát triển sản xuất và tiêu thụ hàng hóa. Hệ thống hạ tầng chợ, thương mại trên địa bàn tỉnh còn thiếu, chưa đáp ứng được nhu cầu mua bán và tiêu thụ sản xuất ở địa phương.

- Thị trường của tỉnh Điện Biên có sức mua còn yếu do thu nhập của người dân của tỉnh Điện Biên ở mức thấp nhất cả nước, điều này làm hạn chế khả năng mở rộng hoạt động thương mại.

- Hoạt động thương mại biên giới thiếu tính ổn định, quy mô xuất nhập khẩu còn thấp và biến động lớn, chưa có sản phẩm xuất khẩu đặc thù và chưa có tác động lớn đến phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

- Thiếu lực lượng lao động có chất lượng, đáp ứng nhu cầu phát triển dịch vụ, ứng dụng công nghệ trong hoạt động thương mại.

➤ *Thách thức trong việc phát triển ngành thương mại tỉnh Điện Biên*

- Áp lực thay đổi chuỗi cung ứng hàng hoá dịch vụ và mô hình kinh doanh thương mại truyền thống hậu quả từ dịch Covid-19 vừa tạo cơ hội để cấu trúc lại ngành thương mại nhưng đồng thời trở thành thách thức nếu doanh nghiệp chưa sẵn sàng.

- Với chính sách hướng nội, Trung Quốc có thể sẽ giảm kim ngạch xuất khẩu với các quốc gia khác và thay đổi sự tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Điều này sẽ gây thách thức không nhỏ đến hoạt động thương mại quốc tế với Trung Quốc của Điện Biên.

- Tác động của dịch Covid-19 có thể sâu và rộng, thời gian khắc phục kéo dài, diễn biến dịch bệnh có thể tiếp tục phức tạp ảnh hưởng nghiêm trọng đến phát triển kinh tế - xã hội của nhiều địa phương trong đó có Điện Biên.

c) Các vấn đề đặt ra đối với ngành thương mại

Để tận dụng được những cơ hội, lợi thế cũng như hạn chế tác động tiêu cực của những thách thức, hạn chế nêu trên đối với ngành thương mại trong thời gian tới, một số vấn đề đặt ra cần giải quyết, đó là:

Thứ nhất, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng hàng hóa thương mại là mấu chốt để tận dụng được các cơ hội phát triển ngành thương mại.

Thứ hai, mở rộng và hoàn thiện hệ thống phân phối, kết cấu hạ tầng thương mại phù hợp với mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội là điều kiện để nâng cao vai trò của ngành đối với phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

Thứ ba, cần đào tạo nguồn nhân lực, doanh nhân, doanh nghiệp năng động, hiện đại cho ngành thương mại.

III. Các yếu tố tác động đến phát triển thương mại tỉnh Điện Biên

1. Định hướng phát triển thương mại của cả nước

Tại Quyết định 1163/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược “Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”, theo đó mục tiêu tổng quát là phát triển thương mại trong nước hiện đại, văn minh, tăng trưởng nhanh và bền vững, là bệ đỡ, điểm tựa vững chắc cho sản xuất trong nước ngày càng đổi mới, phát triển; xây dựng thương hiệu hàng hóa Việt Nam, bảo vệ lợi ích người tiêu dùng,

doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh trong nước và của nền kinh tế, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao về phát triển kinh tế - xã hội, tạo tiền đề vững chắc để tham gia hội nhập sâu hơn vào kinh tế khu vực và thế giới.

Chiến lược đặt mục tiêu cụ thể giai đoạn 2021-2030, giá trị tăng thêm thương mại trong nước đạt tốc độ tăng bình quân khoảng 9,0-9,5%/năm; đến năm 2030 đóng góp khoảng 15,0-15,5% vào GDP cả nước; tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng (TMBLHH&DTDVTD) (chưa loại trừ yếu tố giá) đạt tốc độ tăng bình quân 13,0-13,5%/năm. TMBLHH&DTDVTD trao đổi qua các cơ sở bán lẻ hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng hội viên dạng nhà kho chiếm từ 38-42% tổng mức của cả nền kinh tế.

Thương mại điện tử phát triển nhanh với hành lang pháp lý hoàn thiện, áp dụng công nghệ, hạ tầng kỹ thuật hiện đại cùng với phương tiện hỗ trợ đầy đủ, bảo đảm tính an toàn và thuận tiện cho doanh nghiệp và người tiêu dùng trong quá trình tham gia giao dịch. Đến năm 2030, doanh thu trao đổi qua thương mại điện tử chiếm khoảng 10,5-11% TMBLHH&DTDVTD cả nền kinh tế, đạt tốc độ tăng bình quân khoảng 20-21%/năm; phân đầu đạt trên 40-45% số doanh nghiệp nhỏ và vừa hoạt động trong lĩnh vực thương mại (bao gồm các doanh nghiệp thương mại nhỏ và vừa, các doanh nghiệp chuyển đổi từ cơ sở kinh tế cá thể thương mại và doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo) tham gia các sàn thương mại điện tử lớn trong và ngoài nước...

Hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại phát triển đồng bộ, đa dạng, kết hợp hài hòa giữa thương mại truyền thống với thương mại hiện đại, phù hợp với tính chất và trình độ phát triển của thị trường trên từng địa bàn (khu vực, vùng, miền và cả nước); hạ tầng thương mại khu vực thành thị được hiện đại hóa, áp dụng công nghệ số hóa trong quản lý, khai thác, vận hành; hạ tầng thương mại thiết yếu khu vực nông thôn được phát triển đầy đủ, phục vụ hiệu quả cho hoạt động kinh doanh và nhu cầu sinh hoạt của người dân.

2. Định hướng phát triển hạ tầng thương mại biên giới Việt Nam

Tại Quyết định số 259/QĐ-TTg ngày 25/02/2021 về việc phê duyệt Chương trình phát triển hạ tầng thương mại biên giới Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030, mục tiêu tổng quát nhằm thúc đẩy hợp tác phát triển và kết nối hạ tầng thương mại biên giới với các nước có chung đường biên giới nhằm khai thác tiềm năng, lợi thế của địa phương hai bên biên giới; thu hút các nhà đầu tư, khuyến khích xã hội hóa đầu tư xây dựng và phát triển hạ tầng thương mại biên giới; tạo điều kiện thuận lợi cho các tỉnh biên giới của Việt Nam xây dựng chương trình, kế hoạch hợp tác phát triển hạ tầng thương mại biên giới với các tỉnh có chung đường biên giới;

từng bước phát triển hạ tầng thương mại biên giới của các địa phương biên giới Việt Nam tương xứng với hệ thống hạ tầng thương mại biên giới của địa phương nước có chung đường biên giới; tăng cường mối quan hệ hợp tác chặt chẽ trong lĩnh vực kinh tế - thương mại, văn hóa - xã hội của các địa phương biên giới, góp phần nâng cao đời sống cư dân khu vực biên giới; đảm bảo quốc phòng - an ninh, trật tự an toàn xã hội khu vực biên giới.

Các mục tiêu cụ thể bao gồm:

- Hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách phát triển và quản lý hạ tầng thương mại biên giới: Nghiên cứu, đề xuất và hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách phát triển và quản lý hạ tầng thương mại biên giới theo hướng tạo điều kiện thuận lợi trong hoạt động mua bán, trao đổi, lưu thông hàng hóa ở khu vực biên giới.

- Xây mới, cải tạo, nâng cấp hạ tầng thương mại biên giới: Rà soát, xây dựng danh mục hạ tầng thương mại biên giới ưu tiên đầu tư phát triển phù hợp với điều kiện phát triển từng khu vực, từng địa phương biên giới, nhằm đẩy mạnh hoạt động mua bán trao đổi hàng hóa và cải thiện đời sống của cư dân khu vực biên giới.

- Xây dựng mới, cải tạo, nâng cấp chợ biên giới: Ưu tiên đầu tư xây dựng mới, cải tạo, nâng cấp chợ biên giới đáp ứng nhu cầu phát triển thương mại biên giới phù hợp với quy hoạch vùng, quy hoạch tỉnh.

- Phát triển hệ thống kho hàng hóa: Ưu tiên đầu tư xây dựng mới, cải tạo, nâng cấp kho hàng hóa đáp ứng nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới phù hợp với quy hoạch vùng, quy hoạch tỉnh.

- Phát triển hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại: Tiếp tục đầu tư phát triển hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại tại khu vực biên giới phù hợp với quy hoạch vùng, quy hoạch tỉnh.

- Phát triển các trung tâm logistics phục vụ xuất khẩu hàng hóa: Ưu tiên đầu tư phát triển các trung tâm logistics đáp ứng nhu cầu lưu thông hàng hóa, thúc đẩy hoạt động trung chuyển, xuất nhập khẩu hàng hóa; kết nối hàng hóa từ vùng sản xuất đến khu vực cửa khẩu xuất khẩu qua biên giới phù hợp với quy hoạch vùng, quy hoạch tỉnh.

- Đào tạo nguồn nhân lực, thương nhân phát triển và quản lý hạ tầng thương mại biên giới: Đào tạo, tập huấn, nâng cao năng lực cho đội ngũ nhân lực làm công tác quản lý hạ tầng thương mại biên giới; Đào tạo, tập huấn và phát triển đội ngũ thương nhân, hộ kinh doanh, đảm bảo các thương nhân và hộ kinh doanh khi tham gia hoạt động kinh doanh tại chợ biên giới, siêu thị, trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm... nắm được các quy định liên quan đến hạ tầng thương mại biên giới.

3. Dự báo khả năng cung ứng một số sản phẩm chủ yếu của tỉnh

a. Dự báo nguồn cung một số mặt hàng chủ yếu

Sản phẩm cung ứng cho thị trường của tỉnh Điện Biên trong giai đoạn 2021-2030 chủ yếu là các sản phẩm nông sản, lâm sản và một số sản phẩm công nghiệp. Cụ thể:

Nguồn cung hàng nông sản: Bố trí diện tích phát triển cây lương thực có hạt dự kiến mục tiêu đến năm 2025 đạt 280 nghìn tấn. Tập trung trồng rau, quả an toàn ở thành phố Điện Biên Phủ và các huyện Điện Biên, Mường Ảng, Tuần Giáo và các khu vực gần trung tâm các huyện, thị xã nhằm tăng nhanh sản lượng rau, quả đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Phát triển thêm ít nhất 1.000ha cây ăn quả phù hợp với lợi thế trên địa bàn, có giá trị kinh tế cao theo hướng hàng hóa như cây có múi, xoài, nhãn, chuối, dứa, chanh leo... Dự kiến hình thành 6 vùng sản xuất cây ăn quả tập trung, bền vững, gồm các huyện Tuần Giáo, Mường Ảng, Điện Biên, Mường Chà, Điện Biên Đông và TP. Điện Biên Phủ với tổng diện tích khoảng 3.500 - 4.000 ha, trong đó có khoảng 15% diện tích cây ăn quả tập trung được cấp giấy chứng nhận sản phẩm an toàn hoặc chứng nhận Vietgap, hữu cơ, có thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm

- Cà phê: Duy trì, đầu tư hỗ trợ tái canh để khai thác có hiệu quả diện tích cà phê hiện có tại địa bàn các huyện Mường Ảng, Tuần Giáo, Điện Biên... Xây dựng vùng ứng dụng công nghệ cao sản xuất cà phê huyện Mường Ảng, Tuần Giáo với diện tích 2.943 ha. Đối với vùng trồng cà phê còn lại của Mường Ảng, Tuần Giáo, Mường Nhé do nguồn nước và địa hình xây dựng công trình tương đối khó khăn nên giải pháp công trình tưới chủ yếu là cải tạo, nâng cấp các công trình hiện trạng như: Đập Tin Tộc, đập Lé Luông... Cà phê chè đặc sản phát triển tại các xã Ảng Cang, Ảng Nưa và Ảng Tở huyện Mường Ảng, với tổng diện tích khoảng 400 ha vào năm 2025 và 650 ha vào năm 2030. Sản lượng dự kiến khoảng 80 tấn vào năm 2025 và 180 tấn vào năm 2030.

- Cây chè: tiếp tục đầu tư khai thác, chế biến chè và bảo vệ tốt gần 10.000 cây chè cổ thụ. Đến năm 2030, diện tích chè toàn tỉnh khoảng 800 ha. Vùng sản xuất chè tập trung được quy hoạch là cao nguyên Tủa Chùa.

- Cây cao su: định hướng năm 2030, diện tích cao su toàn tỉnh khoảng 10.000 ha tạo vùng nguyên liệu cho Công nghiệp chế biến mủ cao su.

- Cây mắc ca: Định hướng giai đoạn 2021 - 2030, phát triển các vùng trồng mắc ca tập trung với quy mô 120.000 ha (giai đoạn 2021 - 2025: 70.000 ha; giai đoạn

2026 - 2030: 50.000 ha), toàn bộ diện tích được trồng tập trung theo các vùng có điều kiện phù hợp thuộc địa bàn các huyện, thành phố: huyện Điện Biên (24.660 ha), huyện Mường Nhé (9.400 ha), huyện Nậm Pồ (25.920 ha), huyện Tuần Giáo (10.350 ha), huyện Tủa Chùa (2.200 ha), huyện Điện Biên Đông (35.580 ha), huyện Mường Chà (5.000 ha) và thành phố Điện Biên Phủ (1.090 ha) trên các diện tích đất rừng phòng hộ, rừng sản xuất và đất sản xuất nông nghiệp theo các phương thức sau:

Để phát triển bền vững cây mắc ca, định hướng xây dựng 01 Nhà máy sơ chế, chế biến hạt mắc ca tại huyện Điện Biên, công suất chế biến khoảng 20.000 tấn hạt/năm. Đồng thời Phát triển sản phẩm OCOP (Chương trình mỗi xã một sản phẩm) cho sản phẩm mắc ca.

- Vùng cây dược liệu tập trung: khoảng 650 ha cây dược liệu thuộc xã Pú Nhi, huyện Điện Biên Đông.

Nguồn cung hàng công nghiệp: Giá trị sản xuất ngành công nghiệp đến năm 2025 có quy mô đạt khoảng 6,21-6,78 nghìn tỷ đồng (giá hiện hành), tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 5,38-7,25%; Giá trị gia tăng ngành công nghiệp đến năm 2025 có quy mô đạt khoảng 2,41-2,65 nghìn tỷ đồng (giá hiện hành), tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 8,06-9,98%. Giá trị sản xuất ngành công nghiệp đến năm 2030 có quy mô đạt khoảng 10,45-11,66 nghìn tỷ đồng (giá hiện hành), tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 7,03-7,47%. Giá trị gia tăng ngành công nghiệp đến năm 2030 có quy mô tương ứng khoảng 4,20-4,73 nghìn tỷ đồng (giá hiện hành), tốc độ tăng trưởng bình quân từ 8,17-8,62%/năm. Trong đó các ngành công nghiệp ưu tiên phát triển bao gồm các ngành công nghiệp cơ khí, luyện kim, chế biến nông, lâm sản, hàng thủ công mỹ nghệ, vật liệu xây dựng.

4. Dự báo nhu cầu phát triển hạ tầng ngành thương mại, dịch vụ

- Hệ thống chợ cần được xây mới, nâng cấp và cải tạo. Đối với chợ thành thị, nâng cấp, cải tạo một số chợ có quy mô lớn hiện có thành một số chợ trung tâm của tỉnh và huyện với quy mô chợ loại I, khang trang và hiện đại, phù hợp với quần thể kiến trúc xung quanh, cùng với các Siêu thị, Trung tâm thương mại, đường phố thương mại quanh khu vực chợ để hình thành nên các khu thương mại - dịch vụ tổng hợp của tỉnh, thị trấn huyện; Nâng cấp và cải tạo để hình thành các chợ bán lẻ nông sản, thực phẩm tươi sống hạng II ở các thị trấn, trung tâm cụm xã, liên xã phục vụ nhu cầu hàng ngày của dân cư. Đối với chợ nông thôn, mở rộng hệ thống chợ để làm nơi trao đổi, buôn bán hàng hóa thuận lợi cho người dân. Đối với vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn, tập trung đầu tư các chợ trung tâm cụm xã và xã, các điểm

dân cư tập trung, duy trì tốt chế độ chợ phiên đáp ứng nhu cầu trao đổi hàng hóa của đồng bào dân tộc; Cải tạo, nâng cấp hoặc xây mới các chợ thị trấn, thị tứ thành các chợ lớn hơn, có quy mô chợ hạng I, II để trở thành chợ trung tâm của huyện hoặc của một tiểu vùng gồm nhiều xã trong huyện, làm hạt nhân của mạng lưới chợ dân sinh ở các xã; Lấy chợ làm hạt nhân, tổ chức quanh khu vực ảnh hưởng của chợ các loại hình thương mại, dịch vụ khác để hình thành các Khu thương mại - dịch vụ tổng hợp ở các địa bàn; Nguồn vốn đầu tư để hoàn thiện mạng lưới chợ nông thôn được huy động từ các nguồn hỗ trợ của Ngân sách nhà nước, lồng ghép với các chương trình, dự án phát triển kinh tế - xã hội.

- Cần xây dựng các chợ đầu mối nông sản, thủy sản để đáp ứng nhu cầu lưu thông hàng hóa ở nông thôn và hướng đến xuất khẩu. Những chợ đầu mối này có quy mô lớn và tổ chức hoạt động theo hướng chuyên nghiệp, tiến đến phát triển thành một sàn giao dịch chuyên về nông sản, thủy sản và gia súc ở vùng Tây Bắc. Những điều kiện phục vụ kinh doanh của chợ đầu mối không chỉ bao gồm điều kiện về cơ sở vật chất - kỹ thuật, mà quan trọng hơn là những hoạt động hỗ trợ, tạo thuận lợi cho hoạt động mua bán như dịch vụ kiểm dịch vệ sinh an toàn thực phẩm, thông tin, giao dịch, đấu giá, thanh toán, vận chuyển, giao nhận hàng hoá, đóng gói, bảo quản, lưu giữ, xuất, nhập khẩu hàng hoá.

- Phát triển mạng lưới siêu thị về số lượng và quy mô không chỉ xuất phát từ nhu cầu tiêu dùng của cư dân trên địa bàn tỉnh, mà còn phải tính đến cả nhu cầu tiêu dùng, mua sắm của khách vãng lai, khách du lịch trong nước và quốc tế; Phát triển mạng lưới Siêu thị của tỉnh Điện Biên với sự đa dạng về loại hình, quy mô và phương thức kinh doanh (siêu thị vừa và nhỏ, siêu thị chuyên doanh hoặc tổng hợp,...); Phát triển mạng lưới Siêu thị phải đảm bảo sự cân đối, cấu trúc hài hoà với các loại hình thương mại bán lẻ hiện đại khác như trung tâm mua sắm, cửa hàng bách hoá, cửa hàng tiện lợi ở các khu dân cư, cửa hàng chuyên doanh; Phát triển mạng lưới Siêu thị phải đảm bảo tăng cường mức độ tập trung hoá, tiêu chuẩn hoá để mở rộng quy mô phân phối và giảm thiểu chi phí lưu thông, qua đó tạo giá trị gia tăng cao. Theo đó, cần phát triển theo dạng chuỗi Siêu thị trên địa bàn tỉnh; Phân bố mạng lưới Siêu thị phải đảm bảo bán kính và không gian phục vụ của từng quy mô siêu thị để vừa thu hút được khách hàng, vừa đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng của các đối tượng khách hàng, tránh cạnh tranh quá mức ở từng khu vực làm giảm hiệu quả kinh doanh của các Siêu thị; Đồng thời phải phù hợp với quy hoạch phát triển đô thị của tỉnh Điện Biên; Phát triển mạng lưới Siêu thị phải gắn liền với việc xây dựng môi trường

cạnh tranh lành mạnh, hình thành và phát triển đội ngũ quản lý chuyên nghiệp, chuẩn hoá các hành vi giao dịch.

- Phát triển các trung tâm mua sắm, trung tâm bán buôn chuyên doanh và tổng hợp căn cứ trên nhu cầu và xu hướng phát triển ngành thương mại. Trung tâm thương mại tập trung vào các hoạt động giao dịch, xúc tiến thương mại và đầu tư, cung cấp các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh cho các doanh nghiệp thương mại trong tỉnh, đặc biệt cần có các khu trưng bày, giới thiệu và bán buôn, bán lẻ các sản phẩm nổi trội của tỉnh. Trung tâm thương mại cần được phát triển đồng bộ các hoạt động thương mại và dịch vụ để trở thành hạt nhân thúc đẩy các liên kết kinh tế và thương mại không chỉ trong tỉnh mà còn với các tỉnh trong vùng Tây Bắc.

- Phát triển trung tâm hội chợ - triển lãm thương mại với quy mô lớn và chuyên nghiệp. Việc phát triển các trung tâm này là cần thiết để hỗ trợ cho các hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh Điện Biên nói riêng, của Vùng Tây Bắc và cả nước nói chung. Cấu trúc của Trung tâm hội chợ, triển lãm bao gồm: Khu trưng bày, giới thiệu hàng hoá (được phân khu theo các ngành hàng, nhóm hàng, bán lẻ và nhượng quyền); khu dịch vụ (trung tâm giao dịch, khu dành cho mua bán hàng hoá, thông tin, ăn uống, in ấn, quảng cáo, hội thảo, hội nghị khách hàng, sơ cứu và y tế, khu vui chơi cho trẻ em, khu văn phòng dành cho các đơn vị tổ chức, khu vực tín ngưỡng, trung tâm báo chí,...); khu quản lý của Trung tâm.

- Xây dựng trung tâm logistics nhằm phục vụ cho các hoạt động phân phối hàng hóa một cách chuyên nghiệp là cần thiết với quy mô thương mại ngày càng tăng trong giai đoạn tới, trong đó cung cấp các dịch vụ vận tải, phân loại và đóng gói hàng hoá, bảo quản, dự trữ, tập trung hàng hoá hoặc phân loại và trung chuyển hàng hoá, dịch vụ thông tin có liên quan đến phân phối và lưu thông hàng hoá, xếp dỡ hàng, thông quan. Các trung tâm logistics tập trung phục vụ cho các nhóm đối tượng khác nhau như Trung tâm logistics của các doanh nghiệp bán buôn; Trung tâm logistics phục vụ cho phân phối và lưu thông hàng hoá ở các thị trường giao dịch lớn (chợ bán buôn nông sản, trung tâm bán buôn tổng hợp hàng công nghiệp tiêu dùng, trung tâm bán buôn hàng vật tư sản xuất); Trung tâm logistic của các cửa hàng bách hoá tổng hợp; Trung tâm logistic của các doanh nghiệp kinh doanh chuỗi siêu thị, chuỗi cửa hàng tiện lợi; Trung tâm logistics phục vụ việc phân phối và lưu thông hàng hoá của các cửa hàng tiện lợi và cửa hàng tạp hoá.

- Việc định hướng phát triển khu kinh tế cửa khẩu đòi hỏi hoàn thiện cơ sở hạ tầng cửa khẩu, trong đó xây dựng Tổng kho tập trung tại khu vực phụ cận khu

kinh tế Cửa khẩu Tây Trang, cửa khẩu Huổi Puộc và cửa khẩu A Pa Chải nhằm tạo điều kiện mở rộng giao dịch xuất nhập khẩu sang các nước láng giềng.

CHƯƠNG IV: PHƯƠNG ÁN PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI TỈNH DIỆN BIÊN ĐẾN NĂM 2030

I. Quan điểm, mục tiêu phát triển ngành thương mại

1. Các quan điểm phát triển

(1) Phát triển thương mại, dịch vụ theo đúng định hướng nghị quyết đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XIV, phù hợp với các quy hoạch tổng thể và chiến lược các ngành nông nghiệp, công nghiệp của tỉnh.

(2) Phát triển thương mại, dịch vụ trở thành cầu nối vững chắc giữa sản xuất và tiêu dùng, đóng vai trò định hướng, dẫn dắt sản xuất trên địa bàn theo tín hiệu của thị trường, phát huy năng lực, lợi thế của tỉnh.

(3) Phát triển thương mại, dịch vụ theo hướng chuyên nghiệp hóa, hiện đại hóa, đa dạng hóa các loại hình tổ chức thương mại, các phương thức giao dịch và dịch vụ hỗ trợ vừa phát triển các loại hình thương mại hiện đại, vừa kế thừa, cải tạo các loại hình thương mại truyền thống.

(4) Phát triển ngành thương mại, dịch vụ gắn với phát triển đa dạng về chế độ sở hữu, loại hình tổ chức và phương thức hoạt động của các chủ thể thuộc mọi thành phần kinh tế. Quan tâm phát triển các doanh nghiệp nhỏ và vừa, tạo điều kiện thuận lợi cho các hộ kinh tế cá thể và hợp tác xã, tổ hợp tác của nông dân liên kết tham gia thị trường; khuyến khích, thúc đẩy phát triển lực lượng nòng cốt là các tập đoàn, doanh nghiệp phân phối trong nước có quy mô lớn, có hệ thống phân phối hiện đại với vai trò dẫn dắt thị trường để định hướng sản xuất và tiêu dùng.

(5) Phát triển thương mại, dịch vụ trên cơ sở thu hút các nguồn lực xã hội, đặc biệt là kinh tế tư nhân. Khuyến khích khả năng tích tụ và tập trung nguồn lực của doanh nghiệp thuộc mọi loại hình kinh tế để đầu tư, mở rộng mạng lưới kinh doanh; phát triển hài hòa, đồng bộ và từng bước hiện đại hóa cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ hiệu quả cho các hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh.

(6) Phát triển thương mại, dịch vụ trên cơ sở phát huy hiệu quả tiềm năng, lợi thế và sự sáng tạo, tận dụng hiệu quả thành tựu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư; khuyến khích phát triển các hình thức thương mại dựa trên nền tảng công nghệ mới, nền tảng số hóa; coi thương mại điện tử là công cụ quan trọng để hiện đại hóa lĩnh vực thương mại trong nước trong thời kỳ mới.

(7) Thúc đẩy phát triển thương mại, dịch vụ trên địa bàn đồng thời phải tăng cường quản lý nhà nước, bảo vệ hiệu quả thị trường trong nước, tạo động lực cho các

doanh nghiệp trên địa bàn tham gia ổn định giá cả thị trường; xây dựng nền thương mại văn minh hiện đại gắn với bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp, quyền lợi và sức khỏe người tiêu dùng, nhiệm vụ bảo vệ môi trường sinh thái và phát triển bền vững, ứng phó với biến đổi khí hậu và bảo đảm quốc phòng, an ninh.

2. Các mục tiêu phát triển

a. Mục tiêu tổng quát

Phát triển ngành thương mại theo hướng hiện đại, văn minh, nâng cao vai trò của ngành trong tăng trưởng kinh tế của tỉnh, trở thành động lực tăng trưởng trong các ngành dịch vụ, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế; tạo việc làm, kết nối sản xuất và tiêu dùng, dẫn dắt sản xuất định hướng theo nhu cầu thị trường và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân. Phát triển ngành thương mại theo hướng tận dụng lợi thế so sánh của địa bàn, các cơ hội phát triển trong giai đoạn hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng và mô hình thương mại chuyển đổi theo hướng đổi mới sáng tạo, số hóa, công nghệ hóa phương thức kinh doanh.

b. Mục tiêu cụ thể

Giai đoạn 2021-2030:

(1) Giá trị gia tăng ngành thương mại tăng trưởng bình quân đạt 11,5%/năm giai đoạn 2021-2025, đạt 13%/năm giai đoạn 2026-2030. Đóng góp của ngành vào tổng sản phẩm trên địa bàn đạt từ 6% đến năm 2025 và 7,5% đến năm 2030.

(2) Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng trưởng bình quân đạt từ 16-17%/năm trở lên giai đoạn 2021-2025 và 7-9%/năm trở lên giai đoạn 2026-2030. Đến năm 2025, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt từ 24.700 tỷ đồng; đến năm 2030, đạt 38.000 tỷ đồng.

(3) Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tăng trưởng bình quân đạt 16-17%/năm giai đoạn 2021-2025; và 8-10%/năm giai đoạn 2026-2030. Đến năm 2025, kim ngạch xuất khẩu đạt 95 triệu USD; đến năm 2030, kim ngạch xuất khẩu đạt 155 triệu USD.

(4) Phát triển thương mại điện tử: Đến năm 2030, 55% dân số tham gia giao dịch trực tuyến trên các sàn thương mại điện tử, 80% website thương mại điện tử có tích hợp chức năng đặt hàng trực tuyến; 50% doanh nghiệp vừa và nhỏ tiến hành hoạt động kinh doanh trên các sàn giao dịch thương mại điện tử; 70% các đơn vị cung cấp dịch vụ điện. nước, viễn thông và truyền thông triển khai hợp đồng điện tử với người tiêu dùng.

(5) Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng thương mại biên giới đồng bộ với phát triển cửa khẩu để đảm bảo các điều kiện của cửa khẩu quốc tế và cửa khẩu song phương. Thu hút nguồn lực và xây dựng các cặp chợ biên giới phục vụ nhu cầu trao đổi hàng hóa, giao thương của cư dân khu vực biên giới, nâng cao đời sống dân cư vùng biên giới.

(6) Nâng cấp Lối mở A Pa Chải (Việt Nam)-Long Phú (Trung Quốc) thành cặp cửa khẩu song phương để tạo điều kiện thu hút doanh nghiệp kinh doanh, đầu tư xây dựng tại lối mở, phát triển hoạt động giao thương với Trung Quốc.

Tầm nhìn đến năm 2050: Phát triển ngành thương mại theo hướng hiện đại và chuyên môn hóa cao, tạo nền tảng vững chắc phát triển ngành dịch vụ. Hạ tầng thương mại hiện đại, đồng bộ và hoàn thiện. Khai thác có hiệu quả lợi thế đường biên giới với Lào, Trung Quốc và hội nhập kinh tế quốc tế.

3. Định hướng phát triển thương mại tỉnh Điện Biên

3.1. Định hướng phát triển thương mại nội địa

- Phát triển ngành thương mại theo hướng đáp ứng đủ nhu cầu mua sắm và tiêu dùng của người dân trên địa bàn, tăng trưởng theo hướng hiện đại và bền vững. Ngành thương mại tiếp tục là cầu nối vững chắc giữa hoạt động sản xuất và người tiêu dùng.

- Phát triển hoạt động thương mại với trọng tâm chính là hệ thống hóa (hình thành các chuỗi cửa hàng bán lẻ), tập trung hóa các tổ chức kinh doanh thương mại theo loại hình; đa dạng hóa các kênh phân phối thương mại (kết hợp giữa truyền thống và hiện đại) và ứng dụng rộng rãi thương mại điện tử.

- Phát triển các phương thức và hình thức tổ chức kinh doanh đa dạng, phù hợp với quá trình phát triển kinh tế của tỉnh, thúc đẩy phát triển các kênh phân phối truyền thống có quy mô nhỏ tại khu vực nông thôn kết hợp với các hình thức phân phối hiện đại tại khu vực thành thị. Trong đó, khu vực chợ thành thị hướng đến các chợ có quy mô lớn, hiện đại, chuyên hóa các loại hình chợ nhỏ thành các trung tâm mua sắm, siêu thị, cửa hàng tiện lợi, xây dựng mạng lưới thương mại hiện đại như siêu thị, trung tâm mua sắm, cửa hàng bán lẻ chuyên doanh, tổng hợp tại các vùng, thị trấn dân cư tập trung đông và bám sát các vùng sản xuất hàng hóa và chuyên canh nhằm khuyến khích giao thương. Khu vực nông thôn duy trì chế độ chợ phiên tại vùng nông thôn nhằm đáp ứng nhu cầu trao đổi hàng hóa và mở rộng, xây dựng các chợ mới đảm bảo nhu cầu giao dịch của người dân.

- Định hướng và tạo điều kiện doanh nghiệp, hợp tác xã, các hộ kinh doanh hợp tác phát triển thị trường, xây dựng hệ thống đại lý bán hàng, xây dựng mạng lưới nhượng quyền thương mại. Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại, xây dựng đa dạng mô hình kinh doanh thương mại thuộc các thành phần kinh tế gắn với các khu, cụm công nghiệp, vùng sản xuất hàng hóa, các khu dân cư, các trục giao thông chính.

- Phát triển giao dịch thương mại điện tử. Hoàn thiện hạ tầng thương mại điện tử trên địa bàn. Xây dựng và đồng bộ hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt giữa doanh nghiệp kinh doanh và ứng dụng cho người tiêu dùng. Đẩy mạnh thương mại điện tử trên thiết bị di động hoặc trên nền tảng mạng xã hội. Khuyến khích doanh nghiệp kết hợp giữa loại hình phân phối bán lẻ truyền thống với thương mại điện tử. Hoàn thiện hạ tầng viễn thông phục vụ cho thương mại điện tử. Xây dựng sàn giao dịch thương mại điện tử Điện Biên. Đảm bảo an toàn thông tin trong giao dịch thương mại điện tử.

- Xây dựng trung tâm hội chợ, triển lãm tại TP Điện Biên Phủ. Xây dựng các chương trình, hoạt động xúc tiến thương mại bám sát thị trường các sản phẩm thương hiệu, quan trọng của tỉnh Điện Biên. Khuyến khích doanh nghiệp xây dựng thương hiệu. Phát triển các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu và kết nối thị trường. Tăng cường quảng bá, giới thiệu hình ảnh Điện Biên trên các kênh truyền thông.

- Nâng cao vai trò và hiệu quả quản lý Nhà nước đối với hoạt động thương mại trên địa bàn nhằm thực hiện chức năng định hướng thị trường, tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường, tạo điều kiện thuận lợi cho mọi chủ thể kinh doanh phát triển kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh theo pháp luật.

3.2. Phương hướng phát triển xuất nhập khẩu

- Tận dụng và khai thác hiệu quả lợi thế về cửa khẩu với Lào và Trung Quốc. Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng thương mại biên giới đồng bộ với kế hoạch phát triển các cửa khẩu; đầu tư, nâng cấp trạm kiểm soát liên hợp, nhà ở công vụ cho các lực lượng quản lý nhà nước; khuyến khích, thu hút đầu tư chợ cửa khẩu, trung tâm thương mại, bãi tập kết phương tiện và hàng hóa kho ngoại quan, kho đông lạnh, cửa hàng miễn thuế, cửa hàng giới thiệu sản phẩm... đảm bảo các điều kiện của cửa khẩu quốc tế và cửa khẩu song phương.

- Tập trung thu hút nguồn lực, triển khai xây dựng các cặp chợ biên giới đã được phê duyệt để phục vụ nhu cầu trao đổi hàng hóa của cư dân khu vực biên giới, nâng cao đời sống cư dân vùng biên giới.

- Nâng cấp Lối mở A Pa Chải (Việt Nam) – Long Phú (Trung Quốc) lên thành cặp cửa khẩu song phương để thu hút doanh nghiệp kinh doanh, đầu tư xây dựng tại lối mở, phát triển hoạt động, giao thương với Trung Quốc.

- Phát triển các mặt hàng đảm bảo tiêu chuẩn xuất khẩu. Xác định các mặt hàng xuất chủ yếu, có tiềm năng, lợi thế mang thương hiệu của tỉnh như Xi măng Điện Biên; vật liệu xây dựng, các mặt hàng nông, lâm sản, thực phẩm (gạo chất lượng cao, cà phê, chè, cao su, mắc ca) và các mặt hàng tiêu dùng. Khuyến khích các doanh nghiệp sản xuất mục tiêu định hướng xuất khẩu và nâng cao chất lượng sản phẩm tiêu dùng nội địa.

- Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, tăng cường mở rộng quan hệ với tỉnh Vân Nam Trung Quốc, tăng cường đàm phán, hợp tác, đẩy mạnh xúc tiến thương mại giữa hai tỉnh và khuyến khích đầu tư giữa hai tỉnh, mở rộng thị trường sang các thị trường ASEAN như Lào, Thái Lan, Campuchia và các thị trường khác. Khai thác hiệu quả các chương trình hợp tác kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và các đối tác ASEAN, Trung Quốc.

- Phát triển kinh tế cửa khẩu gắn với các hoạt động sản xuất nông nghiệp, công nghiệp, du lịch... Phát triển các chợ biên giới nhằm tăng cường buôn bán, trao đổi mậu dịch khu vực biên giới tiếp giáp với Lào và Trung Quốc.

- Phát triển hạ tầng logistics tại khu vực cửa khẩu phù hợp với quy hoạch các ngành, lĩnh vực liên quan. Phát triển các trung tâm logistics đáp ứng nhu cầu trung chuyển hàng hóa, kết nối hàng hóa từ vùng sản xuất đến khu vực cửa khẩu.

- Phát triển hạ tầng cửa khẩu đồng bộ, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, hiện đại hóa thủ tục hải quan tại các cửa khẩu, lối mở biên giới.

4. Phương án phát triển ngành Thương mại

4.1. Căn cứ xây dựng phương án

Đối với thương mại nội địa:

- Quy mô sản xuất của tỉnh Điện Biên: Trong giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050, hoạt động sản xuất trên địa bàn gồm các sản phẩm về nông, lâm sản và các sản phẩm công nghiệp. Đối với các sản phẩm nông sản, xu hướng chuyển sang sản xuất theo quy mô lớn, sản xuất hàng hóa với các vùng sản xuất tập trung, ứng dụng công nghệ cao với các loại cây trồng chính như lúa, gạo đặc sản, cây ăn quả, gia súc ăn cỏ và các sản phẩm lâm nghiệp được mở rộng, theo đó quy mô thị trường hàng hóa nông lâm sản sẽ được mở rộng với tốc độ tăng trưởng ngành NLTS dự kiến

đạt tốc độ tăng trưởng ở mức 6,85%/năm giai đoạn 2021-2025 và cao hơn lên mức 8,7%/năm giai đoạn 2026-2030 với giá trị sản xuất đất trồng trọt tăng thêm từ 15% trở lên.

Hoạt động sản xuất công nghiệp được kỳ vọng tiếp tục mở rộng với quy mô sản xuất lớn, tập trung tại 14 cụm công nghiệp dự kiến được hình thành đến năm 2030. Hoạt động sản xuất công nghiệp tập trung chủ yếu vào các ngành chế biến nông sản, thực phẩm, thức ăn chăn nuôi, sản xuất vật liệu xây dựng, điện thương phẩm và các sản phẩm công nghiệp phục vụ hoạt động du lịch. Theo đó, quy mô ngành công nghiệp tiếp tục tăng trưởng trong giai đoạn 2021-2030 với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt thấp nhất 6,1%/năm với kịch bản cơ sở đến mức tăng trên 8,1%/năm với kịch bản cao. Giá trị gia tăng ngành công nghiệp tăng gấp đôi so với năm 2020.

- Quy mô dân số của tỉnh Điện Biên tăng trưởng nhanh. Đến năm 2020 là 613.480 triệu người, tỷ lệ đô thị hóa đạt 15%. Dự báo trong giai đoạn tới, dân số của tỉnh Điện Biên tiếp tục xu hướng tăng nhanh trên cơ sở tình hình giảm xuất cư ra khỏi địa phương, tăng cường các giải pháp tạo công ăn việc làm tại địa phương thực hiện tốt, các dự án xây dựng hạ tầng, đô thị và du lịch bước đầu được triển khai thu hút một bộ phận dân cư từ ngoài tỉnh đến sinh sống và làm việc. Theo đó, dự báo tỷ lệ tăng dân số giai đoạn bình quân giai đoạn 2021-2030 đạt 1,65%/năm, đến năm 2025 dân số của tỉnh Điện Biên là 665,8 nghìn người, năm 2030 là 722,6 nghìn người. Trên cơ sở dự báo việc hình thành các đô thị trong tỉnh và việc dân cư từ nông thôn tiếp tục di cư đến đô thị, mục tiêu nâng cấp mở rộng một số thị trấn trên cơ sở sáp nhập các xã lân cận, thành lập mới một số thị trấn; dự kiến hạ tầng các đô thị được nâng cấp, thu hút đầu tư và lao động, một số trung tâm đô thị mới, thị trấn được hình thành trên cơ sở nâng cấp các xã, tỷ lệ tăng dân số thành thị sẽ tăng nhanh, dự kiến sẽ đạt tỷ lệ đô thị hóa ở mức 30% đến năm 2030, đạt khoảng 216 nghìn người. Quy mô dân số của tỉnh Điện Biên trong giai đoạn tới có xu hướng tăng nhanh do đó có thể ảnh hưởng tới quy mô thị trường tiêu dùng nội địa. Cùng với đó quá trình đô thị hóa được đẩy nhanh, tỷ lệ người sống trong các thị trấn, thành phố có xu hướng ngày càng tăng sẽ làm thay đổi phương thức tiêu dùng, mức độ tiêu dùng, cơ cấu mặt hàng của người dân trong tỉnh.

- GRDP bình quân đầu người có xu hướng tăng mạnh. GRDP bình quân đầu người của tỉnh Điện Biên đến năm 2020 đạt 33,2 triệu đồng/người, tăng gấp 2,4 lần so với năm 2010. GRDP bình quân đầu người dự báo sẽ đạt trên 60 triệu/người đến năm 2025 và đạt trên 108 triệu đồng/người đến năm 2030. GRDP bình quân đầu

người tăng cao dẫn đến mức thu nhập bình quân đầu người tăng góp phần gia tăng sức mua và thay đổi cơ cấu, phương thức tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ của người dân.

- Xu hướng tiêu dùng: Dự báo các loại hình thương mại dịch vụ văn minh, hiện đại, thương mại điện tử sẽ thay đổi dần thói quen mua bán truyền thống. Chợ và cửa hàng tổng hợp sẽ vẫn là những kênh bán lẻ quan trọng, phục vụ nhu cầu đời sống của người dân, nhất là đối với khu vực nông thôn. Nhu cầu về thực phẩm sạch, dinh dưỡng và an toàn thực phẩm sẽ được quan tâm nhiều hơn. Tỷ trọng chi tiêu cho các nhóm mặt hàng lương thực, thực phẩm sẽ giảm xuống, gia tăng chi tiêu cho xây dựng, nhà cửa, đi lại, giáo dục, giải trí, du lịch và nhà hàng. Thị hiếu tiêu dùng của nhóm dân số có mức thu nhập trung bình trở lên sẽ ảnh hưởng mạnh mẽ tới hoạt động thương mại. Đây là xu hướng đang và sẽ tiếp tục diễn ra trong thời gian tới khi thu nhập và đời sống của người dân gia tăng.

- Phương thức kinh doanh thương mại: Xu hướng gia tăng mối liên kết giữa các nhà sản xuất, tiêu thụ sản phẩm trong cùng một kênh phân phối và gia tăng tính cạnh tranh trên thị trường bán lẻ sẽ kéo theo xu hướng nâng cao chất lượng dịch vụ; hệ thống siêu thị mini và hệ thống cửa hàng tổng hợp, cửa hàng tiện lợi tại khu vực nông thôn sẽ phát triển mạnh; xu hướng phát triển thương mại điện tử sẽ thay cho loại hình bán lẻ truyền thống. Bên cạnh đó là sự phát triển của các loại hình khác như mua sắm tại các trung tâm thương mại tổng hợp kết hợp giải trí và ăn uống, mua sắm tại cửa hàng tiện lợi đang là xu hướng của người tiêu dùng, đặc biệt là những thế hệ trẻ tuổi.

- Phát triển hệ thống giao thông đường bộ: hệ thống giao thông đường bộ phát triển giúp nâng cao năng lực cạnh tranh cho các sản phẩm trên địa bàn tỉnh, giảm chi phí sản xuất (chi phí mua đầu vào) và tăng giá bán sản phẩm đầu ra. Từ đó nâng cao giá trị gia tăng của tất cả các ngành trên địa bàn tỉnh. Hiện nay trên địa bàn tỉnh mới chỉ có các công trình cải tạo đường giao thông hiện có và xây dựng các đường giao thông mới nội tỉnh. Yếu tố tạo đột phá đối với giao thông đường bộ của tỉnh chủ yếu sẽ là sự hình thành của đường cao tốc Sơn La – Điện Biên, kết nối với đường cao tốc Hòa Bình – Sơn La và Hà Nội – Hòa Bình.

- Phát triển hệ thống giao thông đường hàng không: hệ thống giao thông đường hàng không cũng tương tự sẽ làm giảm các chi phí trung gian không tạo ra giá trị gia tăng, thu hút thêm khách du lịch. Hệ thống giao thông đường hàng không cũng sẽ giúp thu hút nhiều nhà đầu tư hơn vào địa bàn tỉnh, từ đó tạo sự cạnh tranh hơn về đầu tư nâng cao hiệu quả bình quân của các dự án đầu tư vào tỉnh và tạo ra GRDP cao hơn. Phát triển hệ thống giao thông đường hàng không vừa bao gồm việc nâng

cấp mở rộng quy mô sân bay, đồng thời kết hợp với việc khai trương đường bay mới. Cụ thể, ngày 14/10 Hãng hàng không Bamboo Airways thực hiện khai trương đường bay mới Hà Nội - Điện Biên và dự kiến ngày 03/12 sẽ khai trương đường bay thẳng từ Thành phố Hồ Chí Minh - Điện Biên bằng tàu bay phản lực Embraer 190. Đối với việc nâng cấp sân bay Điện Biên Phủ, Bộ Giao thông Vận tải thống nhất sẽ khởi công dự án vào tháng 12/2021, đóng cửa sân bay cũ từ tháng 4/2023 và hoàn thành dự án trong tháng 10/2023.

Đối với thương mại quốc tế:

- Điện Biên nằm trong tuyến hành lang kinh tế các tỉnh biên giới phía Bắc gồm 07 tỉnh: Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang, Lào Cai, Lai Châu, Điện Biên và Sơn La được định hướng phát triển các khu kinh tế cửa khẩu, mở rộng các hoạt động kinh tế, thương mại với các nước láng giềng; kết hợp chặt chẽ giữa phát triển thương mại cửa khẩu với đảm bảo an ninh khu vực biên giới và chủ quyền quốc gia tại Quy hoạch xây dựng Vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ đến năm 2030.

- Phát triển vùng biên giới Việt – Lào (gồm tỉnh Điện Biên, Sơn La và các huyện phía Tây tỉnh Thanh Hóa, Nghệ An). Phía Lào thành phố gần nhất là Muang Xai (tỉnh Oudomxay) cách 169km và Phongsaly (tỉnh Phongsaly) cách 276km tính từ cửa khẩu Tây Trang². Việc phát triển công nghiệp, thương mại trên tuyến biên giới Việt Nam – Lào được quan tâm và đẩy mạnh theo Quyết định số 6299/QĐ-BCT ngày 15/7/2014 về việc phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển công nghiệp, thương mại trên tuyến biên giới Việt Nam – Lào đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Các ngành công nghiệp dự kiến được phát triển giữa hai nước chủ yếu là các ngành công nghiệp chế biến nông, lâm sản, công nghiệp khai thác và chế biến khoáng sản, vật liệu xây dựng và tiểu thủ công nghiệp – làng nghề. Tại khu vực cửa khẩu, định hướng phát triển hệ thống chợ biên giới, chợ cửa khẩu nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất và sinh hoạt của cư dân tại chỗ kết hợp với hệ thống trung tâm thương mại, mua sắm, siêu thị tại các cửa khẩu nhằm phục vụ cho người tiêu dùng tại chỗ và khách vãng lai, thương nhân, nhà đầu tư... Phát triển các trung tâm trung chuyển, kho vận tại các khu kinh tế cửa khẩu nhằm kết nối lưu thông hàng hóa, dịch vụ và du lịch.

- Trên tuyến biên giới Việt - Trung có Lối mở A Pa Chải –Long Phú (huyện Mường Nhé), là lợi thế để Điện Biên có thêm cơ hội phát triển kinh tế cửa khẩu, mở rộng giao lưu hợp tác với các tỉnh Bắc Lào và tỉnh Vân Nam (Trung Quốc). Tuyến đường sắt cao tốc nối Trung Quốc và Lào mới đi vào hoạt động, trong đó, Điện Biên

² Đo đạc của tác giả dựa trên dữ liệu Google Maps

có vị trí quan trọng trong kết nối nếu có thể tận dụng sẽ là một trong những lợi thế quan trọng trong phát triển tỉnh thời gian tới.

4.2. Các phương án phát triển ngành thương mại

Các phương án phát triển ngành thương mại, dịch vụ được xây dựng dựa trên các phương án tăng trưởng các ngành kinh tế chính được thực hiện và cân đối cho 3 ngành kinh tế gồm NLTS, CN-XD và DV mang tính chất định hướng và mục tiêu. Phương pháp dự báo một số ngành cấp I như ngành thương mại được ước tính dựa trên sự phát triển quy mô ngành dịch vụ trong giai đoạn tới bằng phương pháp mô hình hóa tương quan thay đổi tỷ trọng của ngành thương mại trong ngành dịch vụ dựa trên dữ liệu lịch sử kết hợp với sự điều chỉnh theo mục tiêu Chiến lược phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045” và dựa trên một số yếu tố tác động đến ngành thương mại của riêng Điện Biên (đã được trình bày ở trên), trong đó cân nhắc đến thay đổi vốn theo dự báo tăng trưởng và bảo đảm hiệu quả sử dụng vốn của ngành không thấp hơn giai đoạn 2011-2020 và tỷ trọng đóng góp của ngành có xu hướng tăng trưởng nhằm đảm bảo mục tiêu nâng cao đóng góp của ngành thương mại trong tăng trưởng kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh. Việc xây dựng phương án tăng trưởng dựa trên 2 kịch bản tăng trưởng là kịch bản cơ sở và kịch bản cao trong bối cảnh giả định Việt Nam cơ bản loại bỏ được tác động của dịch COVID-19. Các cú sốc tạo sự khác biệt dựa trên sự khác biệt về phương án phát triển thương mại dựa trên quy mô sản xuất dự báo và mức tăng trưởng GRDP bình quân đầu người khác biệt.

Phương án 1: Phương án cơ sở

Phương án cơ sở được xây dựng với dự báo tăng trưởng GRDP của tỉnh giai đoạn 2021-2025 đạt bình quân 7,13%/năm, giai đoạn 2026-2030 đạt bình quân 8,05%/năm. Trong đó, dự kiến mức tăng trưởng của ngành dịch vụ ở mức khá do giai đoạn đầu còn chịu ảnh hưởng của dịch COVID-19 và cần thời gian để điều chỉnh và phục hồi hoạt động du lịch, trong khi đó nhiều công trình giao thông quan trọng chưa đi vào hoạt động. Mức tăng trưởng của ngành chỉ đạt bình quân 6,7%/năm giai đoạn 2021-2025 và 7,84%/năm giai đoạn 2026-2030. Tuy nhiên, tỷ trọng của ngành dịch vụ dự kiến vẫn chiếm tỷ trọng chủ yếu, đến năm 2030 đạt 52% tổng GRDP của tỉnh Điện Biên.

Ngành thương mại dự kiến tiếp tục được mở rộng nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất và sinh hoạt của người dân và nâng cao vai trò, vị thế trong đóng góp vào tăng trưởng kinh tế của tỉnh. Căn cứ trên định hướng tăng trưởng, mức tăng trưởng bình quân giá trị gia tăng ngành thương mại dự kiến ở mức 8,8%/năm giai đoạn 2021-

2025 và 9,9%/năm giai đoạn 2026-2030. Với tốc độ tăng như vậy, đóng góp của ngành thương mại trong GRDP của tỉnh Điện Biên dự kiến đạt 5,9% tổng GRDP năm 2025 và đạt 7,1% đến năm 2030, tăng 1,8 điểm % so với năm 2020 (tương ứng chiếm tỷ trọng 11,3% tổng giá trị gia tăng ngành dịch vụ năm 2025 và 13,7% giá trị gia tăng ngành dịch vụ năm 2030, tăng 4,5 điểm % so với năm 2020 với giả định giảm phát ở mức 6%/năm). Tương ứng với quy mô như vậy, nhu cầu vốn và lao động cho ngành thương mại bình quân giai đoạn 2021-2030 cần tăng ở mức 15,6%/năm và 8,6%/năm để đáp ứng nguồn lực đầu vào cho tăng trưởng ngành (giả thiết về hiệu quả sử dụng vốn ở mức 4 và chất lượng lao động giữ nguyên không thay đổi so với giai đoạn trước).

Quy mô GRDP bình quân đầu người dự kiến đạt 55 triệu đồng/người đến năm 2025 và 88 triệu đồng/người đến năm 2030, tăng gấp 2,6 lần so với quy mô này năm 2020. Giả định rằng sức mua bình quân đầu người tăng lên tương ứng, đến năm 2025, sức mua bình quân đầu người đạt 37 triệu đồng/người và đến năm 2030 đạt 52,6 triệu đồng/người. Với tốc độ tăng trưởng dân số dự báo ở mức 1,65%/năm cho toàn giai đoạn 2021-2030, dân số đến năm 2025 dự kiến đạt 665,8 nghìn người và 722,6 nghìn người. Quy mô tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng của tỉnh Điện Biên đến năm 2025 là 24,7 nghìn tỷ đồng, đến năm 2030 là 38 nghìn tỷ đồng. Tốc độ tăng trưởng tổng mức bình quân giai đoạn 2021-2025 đạt 16,4%/năm, giai đoạn 2026-2030 đạt 9%/năm.

Bảng 10 : Các chỉ tiêu phát triển thương mại tỉnh Điện Biên phương án cơ sở

Chỉ tiêu	Đơn vị	2021-2025	2026-2030	2021-2030
Tăng trưởng GRDP	%	7,13	8,05	7,59
Tăng trưởng GTGT ngành DV	%	6,7	7,84	7,27
Tăng trưởng GTGT ngành TM	%	8,8	9,9	9,4
Quy mô vốn ngành TM*	Nghìn tỷ đồng	759	1.794	
Hệ số ICOR ngành TM*		4	4	4
Tăng trưởng vốn ngành TM	%	18,45	12,80	15,6
Quy mô lao động ngành TM*	Người	20.180	31.239	
Tăng trưởng lao động ngành TM	%	8,1	9,1	8,6
Tổng mức BLHH&DVTD*	Tỷ đồng	24.746	38.004	

Sức mua bình quân đầu người*	Tr. Đồng/người	37,17	52,60	
Tốc độ tăng trưởng tổng mức	%	16,44	8,96	12,7
Kim ngạch xuất khẩu*	Tr.USD	95,0	155	
Tổng kim ngạch xuất khẩu theo giai đoạn	Tr. USD	355,6	642,3	997,92
Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu	%	17,0	10,2	13,6

Nguồn: Nhóm tư vấn, ghi chú: * là số liệu năm cuối giai đoạn.

Kim ngạch xuất khẩu được kỳ vọng sẽ tăng trưởng nhanh trong giai đoạn 2026-2030 sau các ảnh hưởng từ dịch COVID-19 kết thúc, các công trình giao thông trọng điểm, hệ thống cảng hàng không Điện Biên được nâng cấp đi vào hoạt động, kết nối giữa Điện Biên và Trung Quốc được thực hiện với hệ thống đường sắt Lào – Trung Quốc, quy mô sản xuất lớn đủ để có các sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu. Các sản phẩm xuất khẩu tập trung chủ yếu vào hàng hóa nông sản qua chế biến và vật liệu xây dựng. Theo đó, kim ngạch xuất khẩu đến năm 2025 đạt 95 triệu USD và đến năm 2030, đạt 155 triệu USD, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2021-2025 là 17%/năm và giai đoạn 2026-2030 đạt 10,2%.

Phương án 2: Phương án cao

Phương án cao được xây dựng với dự báo tăng trưởng GRDP của tỉnh giai đoạn 2021-2025 đạt bình quân 9,34%/năm, giai đoạn 2026-2030 đạt bình quân 10,67%/năm. Trong đó, dự kiến mức tăng trưởng của ngành dịch vụ nhanh hơn trong giai đoạn 2026-2030, với mức tăng trưởng của ngành đạt bình quân 7,7%/năm giai đoạn 2021-2025 và 9,4%/năm giai đoạn 2026-2030. Tuy nhiên, tỷ trọng của ngành dịch vụ giảm nhẹ về mức 47% tổng GRDP đến năm 2030 do sự tăng trưởng nhanh từ các ngành NLTS và CN.

Sự phát triển ngành thương mại tương ứng với phương án tăng trưởng này ở mức 11,5%/năm giai đoạn 2021-2025 và 13,1%/năm giai đoạn 2026-2030. Với tốc độ tăng như vậy, đóng góp của ngành thương mại đến GRDP của tỉnh Điện Biên dự kiến đạt 6,1% tổng GRDP năm 2025 và đạt 7,5% đến năm 2030, tăng 2,2 điểm % so với năm 2020 (tương ứng chiếm tỷ trọng 12,2% tổng giá trị gia tăng ngành dịch vụ năm 2025 và 15,9% giá trị gia tăng ngành dịch vụ năm 2030, tăng 6,8 điểm % so với năm 2020 với giả định giảm phát ở mức 6%/năm). Tương ứng với quy mô như vậy, nhu cầu vốn và lao động cho ngành thương mại bình quân giai đoạn 2021-2030 cần tăng ở mức 22,4%/năm và 11,4%/năm để đáp ứng nguồn lực đầu vào cho tăng trưởng

ngành (giả thiết về hiệu quả sử dụng vốn ở mức 4 và chất lượng lao động giữ nguyên không thay đổi so với giai đoạn trước).

Quy mô GRDP bình quân đầu người dự kiến đạt 60 triệu đồng/người đến năm 2025 và 108 triệu đồng/người đến năm 2030, tăng gấp 3,3 lần so với quy mô này năm 2020. Giả định rằng sức mua bình quân đầu người tăng lên tương ứng, đến năm 2025, sức mua bình quân đầu người đạt 39 triệu đồng/người và đến năm 2030 đạt 60 triệu đồng/người. Với tốc độ tăng trưởng dân số dự báo ở mức 1,65%/năm cho toàn giai đoạn 2021-2030, quy mô tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng của tỉnh Điện Biên đến năm 2025 là 26 nghìn tỷ đồng, đến năm 2030 là 43,5 nghìn tỷ đồng. Tốc độ tăng trưởng tổng mức bình quân giai đoạn 2021-2030 đạt 14,2%/năm.

Bảng 11: Các chỉ tiêu phát triển thương mại tỉnh Điện Biên phương án cơ sở

Chỉ tiêu	Đơn vị	2021-2025	2026-2030	2021-2030
Tăng trưởng GRDP	%	9,34	10,67	10,005
Tăng trưởng GTGT ngành DV	%	7,74	9,37	8,555
Tăng trưởng GTGT ngành TM	%	11,5	13,0	12,3
Quy mô vốn ngành TM*	Nghìn tỷ đồng	1.118	3.014	
Hệ số ICOR ngành TM*		4	4	4
Tăng trưởng vốn ngành TM	%	28,47	15,96	22,2
Quy mô lao động ngành TM*	Người	22.632	40.072	
Tăng trưởng lao động ngành TM	%	10,6	12,1	11,4
Tổng mức BLHH&DVTD*	Tỷ đồng	26.011	43.587	
Sức mua bình quân đầu người*	Tr. Đồng/người	39,07	60,32	
Tốc độ tăng trưởng tổng mức	%	17,61	10,88	14,2
Kim ngạch xuất khẩu*	Tr.USD	95,0	190	
Tổng kim ngạch xuất khẩu theo giai đoạn	Tr. USD	355,6	733,6	1.089,21
Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu	%	17,0	14,9	15,9

Nguồn: Nhóm tư vấn, ghi chú: * là số liệu năm cuối giai đoạn.

Kim ngạch xuất khẩu được kỳ vọng sẽ tăng trưởng mạnh hơn trong phương án này chủ yếu là do quy mô sản xuất tăng nhanh dẫn đến lượng hàng cung ứng cho xuất khẩu tăng, cùng với đó, Điện Biên tận dụng được các lợi thế về cửa khẩu do hạ tầng được đầu tư đồng bộ hơn. Theo đó, kim ngạch xuất khẩu đến năm 2025 đạt 95 triệu USD và đến năm 2030, đạt 190 triệu USD, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2021-2025 là 17%/năm và giai đoạn 2026-2030 đạt 15%.

Lựa chọn phương án: Dựa trên các nhận định về các yếu tố ảnh hưởng đến ngành thương mại, dịch vụ của tỉnh cũng như các cơ hội, thách thức trong bối cảnh tăng trưởng kinh tế của tỉnh giai đoạn 2021-2030, phương án cơ sở là phương án được ưu tiên do vừa có tính khả thi vừa có tính định hướng mục tiêu đảm bảo hiệu quả sử dụng nguồn lực đầu vào nhưng có tính đến hạn chế về chất lượng lao động của tỉnh, kết hợp với khuyến khích mở rộng xu hướng xã hội hóa, đầu tư tư nhân trong ngành thương mại. Quy mô xuất khẩu trong phương án này ở mức khả thi do những kỳ vọng về hệ thống hạ tầng thương mại biên giới được hoàn thiện trong giai đoạn tới cùng với quy mô sản xuất tăng trưởng nhanh trên địa bàn tỉnh.

4. Định hướng phát triển hạ tầng thương mại tỉnh Điện Biên

4.1. Định hướng phát triển hạ tầng thương mại theo thành thị - nông thôn:

Khu vực thành thị - nông thôn có các đặc điểm phát triển khác biệt như dân số, mật độ dân số, điều kiện hạ tầng kinh tế - xã hội, thu nhập, sức mua khác biệt do đó cần có sự phân bổ khác biệt về hạ tầng thương mại. Định hướng phát triển hạ tầng thương mại như sau:

Đối với khu vực thành thị: Đây là khu vực trung tâm, tạo động lực tăng trưởng cho toàn tỉnh, là nguồn hàng hóa cung cấp cho hoạt động thương mại, khu vực này được kỳ vọng với sự phát triển nhanh về quy mô thương mại với nhu cầu mua sắm quy mô lớn. Do đó, định hướng phát triển thương mại với khu vực này là phát triển các loại hình thương mại phục vụ cho bán buôn, bán lẻ hàng hóa, trong đó tập trung vào các loại hình tổ chức thương mại quy mô lớn, hiện đại với phương thức kinh doanh tiên tiến và sự tham gia của mọi thành phần kinh tế. Đây là khu vực cho các trung tâm mua sắm, trung tâm bán buôn, kho bãi, logistic phục vụ cho việc tập trung và phân phối hàng hóa.

Khu vực thành thị sẽ bao gồm:

- Thành phố Điện Biên Phủ: Khu thương mại trung tâm Thành phố vừa là trung tâm bán lẻ hàng hoá phục vụ sản xuất và tiêu dùng trong tỉnh, trung tâm thu hút, phát

luồng hàng hoá từ Điện Biên đi các tỉnh khác, vừa là trung tâm phục vụ nhu cầu vui chơi, giải trí, văn hoá thể thao của dân cư trong tỉnh và sự giao lưu của các đối tượng dân cư từ ngoài tỉnh (Thành phố Điện Biên Phủ vừa là điểm bắt đầu và vừa là điểm kết thúc của các chuyến du lịch của khách du lịch trong nước và quốc tế đến Điện Biên và từ Điện Biên đi các nước lân cận). Định hướng phát triển các trung tâm bán buôn, trung tâm mua sắm, siêu thị với quy mô hạng II, hạng III, hệ thống các cửa hàng bán lẻ hiện đại và chợ hạng I đảm bảo đủ các điều kiện về quy mô và quy định về kinh tế kỹ thuật; các chợ bán buôn, chợ đầu mối tổng hợp, kho bãi trung chuyển hàng hóa.

- Các thị trấn, thị tứ: Tại các khu vực có mật độ dân số tập trung, tiếp giáp các vùng sản xuất lớn, mục tiêu chủ yếu là khai thác nguồn hàng trên địa bàn nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân trong khu vực và các vùng lân cận hoặc tham gia luồng hàng hóa cung ứng cho Thành phố Điện Biên Phủ và thị trường ngoài tỉnh. Theo đó, các loại hình cần phát triển các trung tâm mua sắm, siêu thị tổng hợp hạng III, chợ quy mô hạng I hoặc II phục vụ cho nhu cầu trao đổi nông sản, hàng tiêu dùng, ngoài ra phát triển các cửa hàng tiện lợi, cửa hàng bách hóa.

Đối với khu vực nông thôn: Mạng lưới chợ dân sinh (hạng III) và cửa hàng bán lẻ truyền thống vẫn là cơ cấu chủ yếu của ngành thương mại ở các xã trong suốt cả thời kỳ 2021-2030. Thực hiện đồng bộ các chương trình phát triển chợ nông thôn: Cải tạo, nâng cấp và xây mới để bảo đảm đủ chợ dân sinh ở các xã, các cụm xã phục vụ nhu cầu sản xuất và đời sống hàng ngày của nhân dân; khi trình độ tiêu dùng được nâng cao, có thể chuyển đổi thành các siêu thị hoặc cửa hàng tiện lợi.

4.2. Định hướng phát triển đối với các loại hình thương mại

a) Định hướng phát triển hạ tầng bán buôn:

- Định hướng phân bố về không gian:

+ Phân bố tại trung tâm các vùng sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là các trung tâm sản xuất hàng nông lâm thủy sản có quy mô sản lượng lớn đang cung cấp cho thị trường trong vùng và xuất khẩu.

+ Phân bố tại các khu vực thị trường tiêu thụ lớn (đối với tỉnh và với vùng) như khu vực thành thị.

+ Phân bố tại trung tâm các vùng đang phát triển nhiều ngành công nghiệp hoặc có khu, cụm công nghiệp.

- Định hướng phát triển các loại hình hạ tầng bán buôn:

+ Chợ đầu mối: Thực hiện các chức năng tập hợp và phân phối nông sản, bán buôn và một phần bán lẻ, cung cấp đầy đủ dịch vụ chuyên nghiệp cho các hoạt động giao dịch, mua bán, giao nhận, vận chuyển, phân loại, đóng gói, chế biến, bảo quản, kiểm tra hàng hoá và các dịch vụ tài chính, thông tin, môi giới, xuất - nhập khẩu nông sản mau hỏng... Các chợ này có thể phát triển theo mô hình chợ bán buôn tổng hợp hoặc chợ chuyên doanh. Đối tượng tham gia bán buôn chủ yếu là các chủ sở hữu hàng hoá thực sự.

Cấu trúc: 3 Khu chủ yếu: Khu giao dịch (ngoài trời và trong nhà); Khu quản lý và dịch vụ; Khu kho tàng và đóng gói.

Địa điểm: Chợ hạng I truyền thống, chợ đầu mối tổng hợp nằm trong hoặc gần sát đô thị trung tâm, trục giao thoa của các tuyến giao thông, phù hợp theo dòng lưu chuyển hàng hoá và truyền thống buôn bán của giới thương nhân.

+ Trung tâm bán buôn: Trung tâm bán buôn là khu vực được quy hoạch làm nơi tập kết hàng hóa của các nhà sản xuất, các nhà phân phối, các nhà môi giới thương mại, các công ty bán buôn để giới thiệu, trưng bày triển lãm hàng mẫu, chuẩn bị hàng hóa phát luồng cho mạng lưới bán lẻ trên địa bàn.

Cấu trúc: bao gồm khu văn phòng, khu giao dịch, khu kho, khu dịch vụ... Quy mô: tùy thuộc cơ cấu ngành hàng nhưng diện tích của một trung tâm bán buôn khoảng từ 10 ha trở lên.

Địa điểm: Trung tâm bán buôn cần được bố trí tại khu vực ngoại vi của các thị trường tiêu thụ chính kết hợp với những đầu mối giao.

+ Trung tâm dịch vụ thương mại phụ trợ: Là một khu tập trung nhiều doanh nghiệp có thể phối hợp với nhau một cách đồng bộ nhằm cung cấp các dịch vụ phục vụ cho phân phối hàng hoá như vận tải, phân loại, đóng gói, bảo quản, dự trữ, trung chuyển hàng hoá, dịch vụ thông tin có liên quan đến phân phối và lưu thông hàng hoá, xếp dỡ hàng, thông quan... Đây là nơi tập kết hàng của nhiều loại hàng hoá phục vụ cho tiêu thụ nội địa và cho xuất khẩu. Khu dịch vụ phụ trợ hình thành đồng thời với sự hình thành của các thị trường giao dịch lớn nhằm tạo thuận lợi và nâng cao hiệu quả trong giao dịch hàng hóa, hỗ trợ cho mạng lưới bán lẻ trên địa bàn tỉnh như các cửa hàng bách hóa, các siêu thị, các cửa hàng tiện lợi... Mạng lưới cửa hàng bách hóa, siêu thị, cửa hàng tiện lợi được định hướng sẽ có tốc độ phát triển nhanh trong thời gian tới và được tổ chức kinh doanh theo dạng chuỗi, thực hiện thu mua thống nhất theo một đầu mối và phân phối hàng hoá thống nhất cho các mắt xích trong chuỗi. Phân phối, lưu thông và thu mua hàng hoá một cách thống nhất là một

khía cạnh quan trọng trong sức cạnh tranh của mô hình kinh doanh theo dạng chuỗi, do vậy việc xây dựng các trung tâm dịch vụ phụ trợ cần được coi trọng.

Địa điểm của các trung tâm dịch vụ phụ trợ thường được bố trí tại khu vực thuận lợi giao thông, ngoại vi các khu đô thị.

Nguồn vốn đầu tư của hạ tầng bán buôn chủ yếu từ ngân sách nhà nước trong việc chuẩn bị mặt bằng và hạ tầng cơ bản kết hợp với khuyến khích doanh nghiệp tham gia đầu tư.

b) Định hướng phát triển hạ tầng bán lẻ:

- Định hướng phân bố không gian:

+ Phân bố hệ thống kết cấu hạ tầng bán lẻ gắn với sự hình thành và phát triển của các điểm, cụm và tuyến dân cư trên địa bàn toàn tỉnh. Nói cách khác, ở đâu có dân cư, ở đó sẽ có quy hoạch phát triển cơ sở bán lẻ phù hợp với quy mô, đặc điểm và trình độ thu nhập của dân cư.

+ Mật độ phân bố hệ thống kết cấu hạ tầng bán lẻ và quy mô của các cơ sở bán lẻ được bố trí theo hướng giảm dần từ các khu vực thị trường quy mô lớn, thị trường đô thị đến các khu vực thị trường vùng sâu, vùng xa và vùng kinh tế còn khó khăn.

- Định hướng theo loại hình hạ tầng bán lẻ: Các loại hình bán lẻ cần có vị trí và không gian để tiến hành bày bán và tiêu thụ hàng hóa cố định, đồng thời hoạt động mua hàng của người tiêu dùng chủ yếu được thực hiện tại địa điểm này. Hệ thống hạ tầng bán lẻ trên địa bàn tỉnh được định hướng phát triển theo những loại hình chủ yếu dưới đây:

+ Trung tâm thương mại: theo cách hiểu của địa phương và thực tiễn được dùng tên gọi là Trung tâm mua sắm để chuyên biệt hóa loại hình trung tâm thương mại mà trong đó sẽ diễn ra các hoạt động bán lẻ là chính, từ thực trạng phát triển của tỉnh Điện Biên thì loại hình trung tâm mua sắm là phù hợp. Trung tâm mua sắm là một khu tập trung các hoạt động thương mại, có nhiều cửa hàng bán lẻ và dịch vụ tập trung tại một khu vực kiến trúc hoặc một khu vực do doanh nghiệp quản lý kinh doanh, có bộ máy quản lý chuyên nghiệp, cung cấp dịch vụ tổng hợp cho người tiêu dùng. Việc xác định trung tâm mua sắm căn cứ trên số lượng cư dân, mật độ dân số và mức thu nhập.

Cấu trúc của trung tâm mua sắm bao gồm các hạt nhân là cửa hàng bách hoá, siêu thị, các cửa hàng chuyên doanh, chợ. Cửa hàng hạt nhân không vượt quá 70% diện tích của trung tâm. Có các dịch vụ phụ trợ cho bán lẻ, giải trí..., được bố trí tập

trung và có bãi đỗ xe rộng. Định hướng địa điểm kinh doanh của trung tâm mua sắm là ở nơi giao thông thuận lợi, tại các khu thương mại trung tâm. Trung tâm mua sắm có thể được xây dựng riêng hoặc phát triển từ chợ trung tâm.

+ Siêu thị là loại hình cửa hàng bán lẻ hiện đại, áp dụng phương pháp bán hàng tự chọn; có cơ cấu chủng loại hàng hóa phong phú, đa dạng, bảo đảm chất lượng; đáp ứng các tiêu chuẩn về diện tích kinh doanh, trang bị kỹ thuật và trình độ quản lý tổ chức kinh doanh; có các phương thức phục vụ văn minh, thuận tiện nhằm thỏa mãn nhu cầu mua sắm hàng hóa của khách hàng. Có hai loại hình chính là siêu thị chuyên doanh và siêu thị tổng hợp.

Căn cứ theo cơ cấu hàng hóa, có thể phân thành siêu thị chuyên doanh và siêu thị tổng hợp.

+ Siêu thị chuyên doanh là một hình thức bán lẻ áp dụng phương pháp bán hàng tự chọn, chủ yếu chuyên kinh doanh một chủng loại mặt hàng như đồ nội thất, vật liệu xây dựng, thực phẩm,... Địa điểm kinh doanh: khu dân cư, giao thông thuận tiện, khu thương mại. Nhân viên bán hàng cần phải có kiến thức chuyên ngành.

+ Siêu thị tổng hợp là một hình thức bán lẻ áp dụng phương pháp bán hàng tự chọn, chủ yếu bán các mặt hàng đại chúng, thỏa mãn nhu cầu mua sắm một lần của khách hàng. Địa điểm kinh doanh: nơi giao thoa giữa thành thị và nông thôn, giao thông thuận tiện, khu dân cư. Cơ cấu mặt hàng: chủ yếu là các mặt hàng tiêu dùng, chú trọng phát triển thương hiệu của doanh nghiệp.

Ngoài 2 loại hình bán lẻ trên, còn có thể hình thành các loại cửa hàng bán lẻ có quy mô nhỏ tại các khu dân cư đông đúc như cửa hàng tiện lợi, cửa hàng chuyên doanh...nhằm đáp ứng nhu cầu mua sắm theo hướng hiện đại. Đa phần các loại hình này được đặt tại các trung tâm thành phố, thị trấn.

Nguồn vốn xây dựng các loại hình này chủ yếu gồm hai nguồn: về phía tỉnh, hỗ trợ về mặt bằng và hạ tầng kỹ thuật cơ bản từ ngân sách nhà nước và nguồn đầu tư chủ yếu từ các doanh nghiệp, cá nhân và hộ kinh doanh đầu tư phát triển theo cơ chế thị trường. Tạo điều kiện và khuyến khích cho doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp thuộc chuỗi bán lẻ lớn tham gia đầu tư.

+ Chợ bán lẻ: Phân bố chủ yếu ở khu vực nông thôn, miền núi; hàng hóa chính là thực phẩm tươi sống, hàng công nghệ phẩm, tạp hóa... Trong thời kỳ quy hoạch đến năm 2030, xem xét phát triển hợp lý các chợ bán lẻ tại các xã chưa có chợ.

Chợ bán lẻ dân sinh chủ yếu được đầu tư bằng nguồn ngân sách nhà nước tại các khu vực còn khó khăn, vùng sâu, xa nhằm khuyến khích trao đổi mua sắm hàng hóa và cải thiện đời sống của người dân. Tại các trung tâm thành thị, thị trấn có thể thu hút các nguồn xã hội hóa để phát triển.

c) Định hướng phát triển hạ tầng thương mại tại khu vực cửa khẩu

Định hướng phát triển hạ tầng thương mại tại khu vực cửa khẩu dựa trên Quyết định số 6076/QĐ-BCT ngày 15/10/2012 về phê duyệt mạng lưới quy hoạch phát triển mạng lưới chợ biên giới Việt Nam – Lào đến năm 2020, theo đó, mạng lưới chợ tại khu vực biên giới bao gồm:

- Phát triển loại hình chợ biên giới (chợ dân sinh chuyên bán lẻ hoặc chủ yếu là bán lẻ) ở xã biên giới gần với cửa khẩu phụ, lối mở qua biên giới để hình thành các điểm thị trường, bảo đảm thuận tiện và hiệu quả cao cho hoạt động mua bán, hình thành thói quen trao đổi, mua bán hàng hóa qua chợ cho cư dân biên giới hai nước và thu hút thương nhân đến tham gia kinh doanh. Chợ biên giới là kênh phân phối hàng hóa chủ yếu cho cư dân biên giới hai nước nên cần hướng vào mục tiêu mở rộng các chuỗi kinh doanh để cung ứng hàng hóa thuận tiện cho người dân, tăng cường khai thác cơ sở vật chất của chợ để đáp ứng và kích thích nhu cầu về đời sống vật chất và văn hóa của cư dân biên giới, chú trọng phát huy tác dụng hỗ trợ của thương nhân ở các trung tâm kinh tế để phát triển các chuỗi cung ứng hàng hóa đến tận chợ biên giới. Đầu tư xây dựng chợ biên giới với quy mô nhỏ, xây dựng kiên cố và bán kiên cố, bố trí không gian kiến trúc phù hợp với đặc điểm hoạt động mua bán, sản xuất, tiêu dùng và giao lưu văn hóa-xã hội ở từng nơi. Trong đó, cần chú trọng đến việc tạo mặt bằng, xây dựng nhà và nền chợ, dành diện tích (sân, bãi) thỏa đáng để cư dân biên giới hai nước trao đổi sản phẩm. Phát triển ngành hàng và lực lượng kinh doanh trong chợ biên giới theo hướng gia tăng số hộ kinh doanh cố định trên các chợ, đồng thời khuyến khích các hộ tăng thời gian bán hàng trong ngày hoặc theo phiên chợ. Thu hút các thương nhân ở các trung tâm kinh tế phát triển các điểm bán lẻ đến tận chợ biên giới. Từng bước hình thành khu vực mua bán cho ngành hàng có sức phát triển nhanh. Vốn đầu tư phát triển chợ biên giới chủ yếu bằng nguồn vốn hỗ trợ của Nhà nước; Đồng thời, kết hợp lồng ghép việc xây dựng các chợ biên giới với các dự án và chương trình phát triển kinh tế-xã hội khác của Chính phủ đối với khu vực biên giới; Sử dụng nguồn vốn hỗ trợ hợp tác, tài trợ quốc tế, tài trợ của các tổ chức phi chính phủ và các nguồn vốn khác.

- Phát triển loại hình chợ cửa khẩu (chợ tổng hợp bán buôn và bán lẻ hàng hóa) ở cửa khẩu quốc tế và cửa khẩu chính, vừa thực hiện đầy đủ các chức năng của thị trường trung tâm để phục vụ cho các hoạt động trao đổi, mua bán hàng hóa của cư

dân biên giới hai nước, vừa là nơi cung ứng các dịch vụ hỗ trợ cho thương nhân đến tham gia buôn bán và các dịch vụ mua sắm, ăn uống, giải trí, giao lưu văn hóa cho cư dân biên giới hai nước và khách du lịch. Phát triển chợ cửa khẩu theo hướng xây dựng và hoàn thiện chợ bán buôn nông, lâm sản, với các chức năng tập trung hàng hóa, giao lưu thông tin và hình thành giá nông sản, tổ chức thực hiện chợ phiên giao dịch hàng nông, lâm sản dễ bảo quản hoặc là nguyên liệu chế biến. Đồng thời, mở rộng các phương thức giao dịch và kinh doanh hàng công nghiệp tiêu dùng, hàng vật tư nông nghiệp như chuỗi cửa hàng, hệ thống đại lý trong chợ cửa khẩu. Đáp ứng các yêu cầu thâm nhập thị trường, bảo đảm vệ sinh an toàn và chất lượng hàng hóa giao dịch trong chợ cửa khẩu. Từ đó tăng cường mở rộng quy mô thương mại, kết nối thị trường biên giới với thị trường vùng và cả nước, cũng như với thị trường khu vực và thế giới. Từng bước áp dụng các phương thức giao dịch và kinh doanh hiện đại đối với chợ cửa khẩu, như bán đấu giá đối với hàng nông sản, hệ thống đại lý mua bán hàng hóa, chuỗi cửa hàng, giao dịch theo mạng và các phương thức khác. Hoàn thiện chế độ quản lý chợ cửa khẩu, đảm bảo thuận lợi và hỗ trợ hiệu quả cho các hoạt động thương mại của thương nhân và cư dân biên giới hai nước, chú trọng thu hút các thương nhân ở các trung tâm kinh tế lớn đến tham gia hình thành các chuỗi cung ứng và mạng lưới phân phối hàng hóa hiệu quả. Thúc đẩy sự liên kết với các doanh nghiệp thương mại để từng bước dẫn dắt cư dân biên giới hai nước tham gia vào các hệ thống phân phối hiện đại, qua đó không chỉ cung ứng hàng hóa phục vụ đời sống và sản xuất của cư dân mà còn có thể chỉ dẫn việc điều chỉnh cơ cấu nông, lâm nghiệp theo yêu cầu của thị trường, phát triển nông-lâm nghiệp có hiệu quả, thúc đẩy sự phát triển gia công, chế biến sau thu hoạch của địa phương, phát triển ngành nghề ở khu vực biên giới. Nhà nước hỗ trợ đầu tư về mặt bằng và hạ tầng kỹ thuật hoặc Nhà nước hỗ trợ vốn đầu tư, các doanh nghiệp, cá nhân và hộ kinh doanh cùng tham gia đầu tư xây dựng chợ cửa khẩu. Khuyến khích các doanh nghiệp trong nước, nước ngoài tăng cường đầu tư vào các chợ cửa khẩu. Tạo điều kiện thuận lợi để các hộ kinh doanh cá thể tham gia góp vốn đầu tư xây dựng chợ cửa khẩu.

4.3. Phương án phát triển hạ tầng thương mại

a. Định hướng phát triển hạ tầng thương mại

Phát triển mạng lưới thương mại cần lấy việc xây dựng hệ thống thị trường hàng hoá thống nhất và mở cửa, có sức cạnh tranh và có trật tự làm mục tiêu, lấy việc đáp ứng nhu cầu thị trường và nâng cao mức sống của người dân làm điểm xuất phát, lấy việc tối ưu hoá cấu trúc các hệ thống thị trường và điều chỉnh cơ cấu thị trường làm hướng chủ đạo. Đồng thời, tránh việc xây dựng trùng lặp hoặc xây dựng ở trình độ thấp, vừa gây lãng phí nguồn lực của xã hội, vừa dẫn đến cạnh tranh không lành mạnh, nhờ vậy thúc đẩy phát triển hài hoà kinh tế và xã hội của tỉnh.

Đảm bảo các nguyên tắc cơ bản của mạng lưới thương mại như phát triển hạ tầng thương mại cần kết hợp chặt chẽ với quy hoạch xây dựng của tỉnh. Việc xây dựng mạng lưới thương mại cần căn cứ theo yêu cầu, phân bố dân cư, nhu cầu tiêu thụ, hệ thống giao thông, cảnh quan văn hóa, bảo vệ môi trường và kết hợp với sự phát triển các ngành sản xuất có liên quan và sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Phát triển mạng lưới thương mại cần phối kết hợp nhằm tối ưu hoá việc phân bố và điều chỉnh cơ cấu ngành. Kết hợp hài hoà các loại hình thương mại quy mô lớn với các cửa hàng vừa và nhỏ.

Định hướng phân bổ hạ tầng thương mại theo 03 khu vực: vùng đô thị động lực, khu vực biên giới và vùng nông thôn.

Vùng đô thị động lực: Bao gồm TP. Điện Biên Phủ, huyện Điện Biên, huyện Điện Biên Đông và huyện Mường Ảng. Là vùng nằm dọc theo trục động lực gắn với hành lang phát triển QL12 và QL 279. Đây là vùng tổng hợp đa ngành, đa lĩnh vực, trung tâm kinh tế, xã hội, văn hóa của tỉnh Điện Biên. Theo đó đây là khu vực trung tâm, tạo động lực tăng trưởng cho toàn tỉnh với nguồn hàng hóa cung cấp đa dạng và nhu cầu mua sắm quy mô lớn. Do đó, tại khu vực này định hướng phát triển các loại hình phân phối hiện đại, các tổ hợp thương mại, dịch vụ, khu phức hợp giải trí, du lịch, các trung tâm mua sắm, siêu thị hiện đại nhằm phục vụ nhu cầu người dân địa phương và khách du lịch. Các hoạt động thương mại hướng đến dịch vụ hỗ trợ như các trung tâm phân phối lớn, kho bãi, logistics phục vụ việc tập trung, bốc dỡ và phân phối hàng hóa.

Khu vực nông thôn: Mạng lưới chợ dân sinh (hạng III) và cửa hàng bán lẻ truyền thống vẫn là hình thức chủ yếu của ngành thương mại trong giai đoạn 2021-2030. Thực hiện đồng bộ các chương trình phát triển chợ nông thôn: Cải tạo, nâng cấp và xây mới để bảo đảm đủ chợ dân sinh ở các xã, các cụm xã phục vụ nhu cầu sản xuất và đời sống hàng ngày của nhân dân; khi trình độ tiêu dùng được nâng cao, có thể chuyển đổi thành các siêu thị hoặc cửa hàng tiện lợi.

Khu vực cửa khẩu: Hệ thống hạ tầng thương mại tại khu vực cửa khẩu bao gồm hệ thống chợ (chợ biên giới, chợ cửa khẩu) nhằm đáp ứng nhu cầu trao đổi mua bán hàng hóa, phục vụ sản xuất và sinh hoạt của người dân, kết hợp với phục vụ thương nhân xuất nhập khẩu và khách du lịch; hệ thống trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, siêu thị trực tiếp tổ chức cung cấp hoặc cho thuê để tổ chức cung cấp dịch vụ bán lẻ hàng hóa văn minh cho người tiêu dùng tại chỗ, thương nhân, khách vãng lai, nhà đầu tư và trung tâm trung chuyển, kho vận theo mô hình trung tâm logistics

để phát huy sức kích hoạt, hội tụ và lan tỏa về kinh tế, công nghiệp, thương mại xuất nhập khẩu trên địa bàn tuyến biên giới.

Định hướng loại hình thương mại:

Mạng lưới bán buôn: phân bố tại trung tâm các vùng sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là các trung tâm sản xuất hàng nông lâm thủy sản có quy mô sản lượng lớn đang cung cấp cho thị trường trong vùng và xuất khẩu. Phân bố tại các khu vực thị trường tiêu thụ lớn (đối với tỉnh và với vùng) như khu vực thành thị. Phân bố tại trung tâm các vùng đang phát triển nhiều ngành công nghiệp hoặc có khu, cụm công nghiệp. Các hình thức chủ yếu là chợ đầu mối, trung tâm bán buôn, trung tâm dịch vụ thương mại phụ trợ phục vụ phân phối hàng hóa.

Mạng lưới bán lẻ: Các loại hình bán lẻ cần có vị trí và không gian để tiến hành bày bán và tiêu thụ hàng hóa cố định, đồng thời hoạt động mua hàng của người tiêu dùng chủ yếu được thực hiện tại địa điểm này. Hệ thống hạ tầng bán lẻ trên địa bàn tỉnh được định hướng phát triển theo những loại hình như trung tâm thương mại hay trung tâm mua sắm, siêu thị, cửa hàng bán lẻ, chợ dân sinh.

b) Phương án phát triển hạ tầng thương mại

Trên cơ sở định hướng phát triển ngành thương mại tỉnh Điện Biên trong giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn 2050, việc phân bố các loại hình thương mại hiện đại trên địa bàn tỉnh sẽ tập trung chủ yếu tại vùng đô thị động lực và khu kinh tế cửa khẩu, còn tại các vùng nông thôn có điều kiện phát triển kinh tế khó khăn hơn sẽ tập trung chủ yếu các loại hình chợ dân sinh. Tại Thành phố Điện Biên Phủ, dự kiến trở thành đô thị loại II có thể phát triển các loại hình thương mại hiện đại như trung tâm thương mại, mua sắm hạng II và III, siêu thị hạng II và hạng III, mạng lưới chợ chủ yếu là nâng cấp và mở rộng hoặc hình thành các loại chợ đặc biệt như chợ đêm, chợ lễ hội phục vụ du lịch. Tại các đô thị khác hạng IV hoặc V chủ yếu phát triển siêu thị hạng III, ít nhất mỗi đô thị phát triển 01 siêu thị hạng III.

(i) Phương án phát triển hạ tầng chợ

Giai đoạn 2021-2030, phát triển 73 chợ trên địa bàn tỉnh Điện Biên, trong đó có 01 chợ đầu mối, 04 chợ hạng I, 09 chợ hạng II và 59 chợ hạng III. Giai đoạn 2021-2030, nâng cấp 02 chợ hạng II lên hạng I (huyện Tuần Giáo và huyện Điện Biên), xây dựng mới 01 chợ đầu mối, 01 chợ hạng I, 02 chợ hạng II và nâng cấp 01 chợ hạng III lên hạng II, xây dựng mới 35 chợ hạng III với định hướng mở rộng mạng lưới chợ truyền thống, đảm bảo đáp ứng nhu cầu trao đổi, tiêu dùng của người dân.

Tầm nhìn đến 2050, hướng đến mục tiêu mỗi xã ít nhất một chợ, quy mô mạng lưới chợ được mở rộng đạt 117 chợ.

(ii) Phát triển hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại

Đến năm 2030, phát triển 09 trung tâm mua sắm (trong đó xây dựng mới 07 trung tâm, trong đó có 01 trung tâm thương mại hạng II tại TP Điện Biên Phủ, còn lại là trung tâm hạng III). Phát triển 23 siêu thị gồm có 01 siêu thị hạng II tại TP Điện Biên Phủ, còn lại là hạng III, trong đó xây dựng mới 19 siêu thị hoặc nâng cấp các cửa hàng hoạt động với chức năng tương đương thành siêu thị. Ngoài ra, phát triển mạng lưới cửa hàng bán lẻ quy mô nhỏ trong các khu vực dân cư có mật độ tập trung đông.

(iii) Phát triển dịch vụ thương mại phụ trợ

Phát triển các kho dự trữ, dịch vụ hỗ trợ các hoạt động bán buôn, bán lẻ và xuất nhập khẩu bao gồm xây dựng mới:

- 01 trung tâm bán buôn, 01 trung tâm hội chợ triển lãm tại Thành phố Điện Biên Phủ;

- 04 tổng kho dự trữ hàng hóa tại huyện Điện Biên, huyện Mường Nhé và huyện Nậm Pồ;

- 01 kho xăng dầu tại huyện Tuần Giáo và phát triển các cửa hàng xăng dầu dọc theo đường quốc lộ, đường tỉnh, đường huyện đảm bảo về tiêu chuẩn kỹ thuật và đáp ứng nhu cầu hoạt động sản xuất và dân sinh;

- 01 cảng cạn tại huyện Điện Biên phục vụ tập kết, chung chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu.

c) Phát triển hạ tầng thương mại theo huyện và thành phố

(i) Thành phố Điện Biên Phủ

- Mạng lưới chợ: Đến năm 2030, tổng số chợ trên địa bàn là 11 chợ, trong đó có 02 chợ hạng I, 02 chợ hạng II và 07 chợ hạng III. Giai đoạn 2021-2030, nâng cấp, mở rộng chợ trong khu thương mại dịch vụ Mường Thanh lên hạng I, xây dựng mới 01 chợ hạng III tại xã Pá Khoang. Tổng diện tích đất chợ đến năm 2030 dự kiến là 4,84ha, tăng 1,11ha so với năm 2020. Đến năm 2050, xây dựng 01 chợ hạng III tại xã Nà Nhạn và 01 chợ đầu mối nông sản tại xã Thanh Minh với diện tích ít nhất là 1ha phù hợp với nhu cầu về trao đổi nông sản quy mô lớn trên địa bàn tỉnh. Bố trí phát triển khu vực chợ đêm, chợ lễ hội phục vụ du lịch.

- Trung tâm thương mại, siêu thị: Đến năm 2030, thành phố Điện Biên Phủ trở thành đô thị hạng II, định hướng phát triển các trung tâm thương mại hạng II và III, siêu thị từ hạng I đến hạng III. Mật độ dân số dự kiến đạt trên 520 người/km², gấp 2 lần so với năm 2020, dân số chủ yếu tập trung tại khu vực thành thị, tỷ lệ đô thị hóa dự kiến vượt 80%, quy mô tiêu dùng tăng chủ yếu dựa trên hệ thống thương mại hiện đại. Dự kiến đến năm 2030, trên địa bàn thành phố phát triển 03 trung tâm mua sắm (01 trung tâm hạng II và 02 trung tâm hạng III) và 07 siêu thị (01 siêu thị hạng II và 06 siêu thị hạng III). Giai đoạn 2021-2030, xây dựng mới 01 trung tâm mua sắm cấp vùng hạng II, 01 trung tâm thương mại hạng III, 03 siêu thị hạng III. Nâng cấp hoặc phát triển thêm các siêu thị hạng II phù hợp với nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của thành phố. Các trung tâm thương mại hướng đến trở thành khu mua sắm chất lượng cao.

- Trung tâm bán buôn – trung chuyển và kho vận cấp vùng: xây dựng 1 trung tâm ngoại vi thành phố với quy mô 30ha để giao dịch xuất khẩu nông sản và hàng hoá khác của Điện Biên sang Lào và Thái Lan.

- Xây dựng 1 trung tâm hội chợ triển lãm quy mô 3ha.

(ii) *Thị xã Mường Lay*

- Mạng lưới chợ : Đến năm 2030, thị xã có 04 chợ, bao gồm 01 chợ hạng II (chợ trung tâm thị xã) và 03 chợ hạng III với tổng diện tích là 1,98ha và được duy trì giai đoạn 2021-2030. Đến năm 2050, cân nhắc điều chỉnh mục đích sử dụng ít nhất 01ha diện tích đất thương mại dịch vụ để xây dựng 01 chợ đầu mối nông sản do TX. Mường Lay được xác định là vùng nuôi trồng thủy sản tập trung của tỉnh và được xác định là nơi tập trung phân phối sản phẩm nông sản để xuất sang Trung Quốc thông qua Lai Châu.

- Trung tâm thương mại, siêu thị: Thị xã Mường Lay là một trong các huyện/thị có mật độ dân số tập trung đông, đến năm 2030, dự kiến đô thị Mường Lay đạt hạng IV với tỷ lệ đô thị hóa đạt 98%. Ưu tiên phát triển các loại hình thương mại hiện đại trên địa bàn với các khu dịch vụ - thương mại tổng hợp, hình thành các khu phố thương mại hiện đại. Giai đoạn 2021-2030, phát triển thêm từ 1 đến 2 siêu thị hạng III trên địa bàn. Khuyến khích phát triển các siêu thị mini, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng bán lẻ tổng hợp quy mô nhỏ trong các khu dân cư.

(iii) *Huyện Tuần Giáo*

- Mạng lưới chợ: Đến năm 2030, huyện có 06 chợ, trong đó có 01 chợ hạng I và 05 chợ hạng III. Giai đoạn 2021-2030 dự kiến nâng cấp chợ thị trấn Tuần Giáo

lên hạng I (theo Quy hoạch chợ quốc gia), xây dựng mới 05 chợ hạng III. Tổng diện tích đất chợ đến năm 2030 là 4,44ha, tăng 3,92ha so với năm 2020. Tầm nhìn đến năm 2050, mạng lưới chợ tiếp tục được mở rộng, đảm bảo mỗi xã một chợ, tổng số chợ dự kiến đạt 15 chợ.

- Trung tâm thương mại, siêu thị: Đến năm 2030, thị trấn Tuần Giáo dự kiến trở thành đô thị loại IV có quy mô dân số lớn thứ 3 trong các huyện/thị/thành của tỉnh Điện Biên với tỷ lệ đô thị hóa đạt 25%. Định hướng xây dựng ít nhất 01 siêu thị hạng III đủ tiêu chuẩn tại trung tâm thị trấn. Phát triển 01 trung tâm mua sắm theo nhu cầu thị trường.

(iv) *Huyện Tủa Chùa*

- Mạng lưới chợ: Đến năm 2030, huyện có 06 chợ, trong đó 01 chợ hạng II (chợ trung tâm huyện) và 05 chợ hạng III. Giai đoạn 2021-2030 tiến hành cải tạo chợ Trung tâm huyện Tủa Chùa, mở rộng hai chợ hạng III hiện có gồm chợ Tả Xìn Thàng, chợ Xá Nhè, xây dựng mới 03 chợ hạng III tại các xã Huổi Sớ, Tủa Thàng, Sính Phình. Tổng diện tích đất chợ của huyện Tủa Chùa đến năm 2030 là 4,88ha, tăng 2,57ha so với năm 2020. Tầm nhìn đến năm 2050, xây dựng chợ tại các xã chưa có chợ, dự kiến đạt 10 chợ.

- Trung tâm thương mại, siêu thị: Đến năm 2030, phát triển ít nhất 01 siêu thị hạng III tại khu vực thị trấn. Xây dựng mới 01 trung tâm mua sắm tại trung tâm huyện theo nhu cầu thị trường.

(v) *Huyện Điện Biên*: Là huyện có cửa khẩu quốc tế Tây Trang và cửa khẩu Huổi Puốc.

- Mạng lưới chợ: Đến năm 2030, phát triển 13 chợ, trong đó có 01 chợ đầu mối, 01 chợ hạng I, 01 chợ hạng II và 10 chợ hạng III. Giai đoạn 2021-2030 thực hiện cải tạo và nâng cấp Chợ Bản Phủ lên chợ hạng I (theo Quy hoạch mạng lưới chợ quốc gia), xây dựng mới chợ trung tâm huyện Điện Biên là chợ hạng II, xây dựng 01 chợ đầu mối nông sản Sam Mún và xây dựng mới 04 chợ hạng III. Tổng diện tích đất chợ đến năm 2030 là 8,58ha, tăng 6,67ha so với năm 2020. Tầm nhìn đến năm 2050, đảm bảo mỗi xã ít nhất một chợ, phát triển các chợ tại trung tâm các xã, mở rộng mạng lưới chợ lên 21 chợ.

- Trung tâm thương mại, siêu thị: Huyện Điện Biên đến năm 2030 có 3 đô thị với tỷ lệ đô thị hóa đạt 23% với quy mô dân số dự kiến đạt trên 113 nghìn người, đứng thứ 2 trong các huyện/thành/thị của tỉnh. Theo đó, định hướng phát triển các loại hình thương mại hiện đại trong đó phát triển 03 siêu thị hạng III tại 3 đô thị của

huyện là Mường Nhà, Bản Phủ, Pú Tiủ. Riêng khu vực cửa khẩu, phát triển theo định hướng riêng đối với khu vực biên giới, dự kiến xây dựng 01 trung tâm thương mại tại cửa khẩu Huổi Puốc, 02 siêu thị hạng III tại hai cửa khẩu.

- Xây dựng 01 tổng kho tại cửa khẩu Tây Trang cho xuất khẩu hàng nông, thủy hải sản xuất khẩu sang Lào, xây dựng 01 kho hàng hoá tại cửa khẩu Huổi Puốc quy mô mỗi kho 3ha.

(vi) Huyện Điện Biên Đông

- Mạng lưới chợ: Đến năm 2030, huyện có 09 chợ, trong đó có 01 chợ hạng II là chợ trung tâm thị trấn và 08 chợ hạng III. Giai đoạn 2021-2030, mở rộng chợ trung tâm thị trấn và xây dựng mới 06 chợ hạng III. Diện tích đất chợ đến năm 2030 là 3,06ha, tăng 2,35ha so với năm 2020. Tầm nhìn đến năm 2050, tiếp tục hoàn thiện mạng lưới chợ, tổng số chợ dự kiến đạt 14 chợ.

- Trung tâm thương mại, siêu thị: Đến năm 2030, dự kiến phát triển hai đô thị trên địa bàn huyện đạt loại V, định hướng phát triển mỗi đô thị ít nhất 01 siêu thị hạng III đạt chuẩn. Xây dựng mới 01 trung tâm mua sắm tại trung tâm huyện theo nhu cầu thị trường.

(vii) Huyện Mường Ảng

- Mạng lưới chợ: Đến năm 2030, huyện có 05 chợ theo diện tích đất được bố trí, trong đó có 01 chợ hạng II (chợ trung tâm thị trấn) và 04 chợ hạng III. Giai đoạn 2021-2030, nâng cấp chợ trung tâm huyện lên hạng II, xây dựng 04 chợ mới hạng III. Tổng diện tích đất chợ đến năm 2030 là 2,51ha, tăng thêm 0,93ha so với năm 2020. Tầm nhìn đến năm 2050, tổng số chợ là 07 chợ.

- Trung tâm thương mại, siêu thị: Đến năm 2030, mật độ dân số dự kiến đạt gần 129 người/km², đây là mật độ dân số đông thứ 3 toàn tỉnh theo đó phát triển các loại hình bán lẻ hiện đại, định hướng phát triển ít nhất 01 trung tâm mua sắm, 01 siêu thị hạng III tại thị trấn Mường Ảng.

(viii) Huyện Mường Chà

- Mạng lưới chợ: Đến năm 2030, phát triển 04 chợ hạng III. Xây dựng mới 03 chợ hạng III tại các xã chưa có chợ. Tổng diện tích đất chợ đến năm 2030 là 0,82ha, tăng 0,6ha so với năm 2020. Tầm nhìn đến năm 2050, phát triển mỗi xã một chợ, tổng số chợ dự kiến là 06 chợ.

- Trung tâm thương mại, siêu thị: phát triển ít nhất 01 siêu thị hạng III tại thị trấn Mường Chà.

(ix) *Huyện Mường Nhé*: phân đầu đưa lối mở A Pa Chải thành cửa khẩu để giao thương với Trung Quốc.

- Mạng lưới chợ: Đến năm 2030, phát triển 07 chợ trong đó có 01 chợ hạng II và 06 chợ hạng III. Giai đoạn 2021-2030, mở rộng và cải tạo chợ trung tâm huyện, xây dựng mới 05 chợ hạng III tại các xã trong huyện chưa có chợ. Tổng diện tích đất chợ đến năm 2030 là 3,64ha, tăng 1,99ha so với năm 2020. Đến năm 2050, đảm bảo các xã đều có chợ để giao thương, tổng số chợ đạt 12 chợ.

- Trung tâm thương mại, siêu thị: Đây là huyện có mật độ dân số thấp nhất và dự kiến tỷ lệ đô thị hóa chỉ đạt 3% đến năm 2030, khuyến khích các loại hình bán lẻ theo cửa hàng tổng hợp quy mô nhỏ theo các khu dân cư. Tại trung tâm thị trấn phát triển ít nhất 01 siêu thị hạng III đạt chuẩn.

- Đối với khu vực cửa khẩu: Hình thành khu đô thị A Pa Chải đến năm 2030, tập trung phát triển ít nhất 01 siêu thị, 01 tổng kho tại cửa khẩu A Pa Chải để thuận tiện cho xuất khẩu với Trung Quốc.

(x) *Huyện Nậm Pồ*

- Mạng lưới chợ: Đến năm 2030, phát triển 08 chợ, trong đó có 01 chợ hạng II và 07 chợ hạng III. Giai đoạn 2021-2030, xây dựng mới 01 chợ hạng II tại trung tâm huyện tại xã Nậm Chua; xây dựng mới 05 chợ hạng III tại các xã chưa có chợ. Tổng số diện tích đất chợ đến năm 2030 là 3,52ha, tăng 2,62ha so với năm 2020. Tầm nhìn đến 2050, phát triển thêm 07 chợ, tổng số chợ đạt 15 chợ.

- Trung tâm thương mại, siêu thị: Phát triển 01 siêu thị hạng III tại trung tâm huyện.

- Đối với khu vực cửa khẩu: phát triển 01 tổng kho tại xã Nà Hỳ để thuận tiện cho xuất khẩu với Lào.

g) *Phát triển hạ tầng thương mại biên giới*

Giai đoạn 2021-2030, phát triển các hạng mục sau:

(i) *Hạ tầng chợ*: đầu tư xây mới, cải tạo chợ biên giới, cửa khẩu đáp ứng nhu cầu mua sắm, trao đổi tại khu vực biên giới gồm: Chợ cửa khẩu Tây Trang, chợ cửa khẩu Huổi Puốc, chợ biên giới Si Pa Phìn, chợ biên giới Nà Bùng, chợ biên giới A Pa Chải. Chợ biên giới hạng III với diện tích bố trí từ 0,1-0,2ha/chợ, chợ cửa khẩu hạng II với diện tích bố trí ít nhất 1ha/chợ.

(ii) Kho hàng hoá: Xây dựng tại khu kinh tế cửa khẩu Tây Trang 01 tổng kho, cửa khẩu chính Huổi Puốc 01 kho hàng hóa, với quy mô 3ha, 01 tổng kho tại cửa khẩu A Pa Chải, 01 tổng kho tại Nà Hỳ.

(iii) Siêu thị và TTTM: Xây dựng 01 TTTM tại cửa khẩu Huổi Puốc.

(iv) Logistic: xây dựng 01 cảng cạn tại huyện Điện Biên phục vụ tập kết, trung chuyển hàng hóa (khu kinh tế trọng điểm, địa điểm gần QL 279 và QL12).

5. Nhu cầu đất đai và vốn đầu tư phát triển hạ tầng thương mại

a) Lựa chọn các dự án ưu tiên

Để đạt mục tiêu phát triển ngành thương mại, việc cân đối giữa nhu cầu phát triển và khả năng huy động nguồn lực như đất đai, vốn cần được tính đến với mức ưu tiên hợp lý và phụ thuộc vào từng giai đoạn.

* Giai đoạn đến 2025:

- Nâng cấp, mở rộng, cải tạo chợ trung tâm các huyện. Xây dựng chợ mới tại các xã khu vực nông thôn chưa có chợ.

- Xây dựng các siêu thị, các loại hình cửa hàng hiện đại tại thành phố, thị trấn có điều kiện kinh tế phát triển.

- Đối với công trình siêu thị, trung tâm thương mại kêu gọi và thu hút các nguồn lực từ doanh nghiệp, tư nhân.

* Giai đoạn đến năm 2030:

- Tiếp tục xây dựng chợ mới tại các xã chưa có chợ. Cải tạo các chợ xuống cấp.

- Đối với xây dựng các khu trung tâm thương mại, siêu thị tùy theo điều kiện phát triển kinh tế xã hội của các địa phương và khả năng thu hút doanh nghiệp đầu tư; hướng đến các huyện/thị đều có siêu thị hoặc các cửa hàng bán lẻ hiện đại.

- Đầu tư tiếp các công trình thương mại còn lại tùy theo khả năng huy động vốn cho mỗi công trình.

* Giai đoạn đến năm 2050:

- Hoàn thiện mạng lưới chợ truyền thống, tạo điều kiện tối đa cho hoạt động giao thương, trao đổi hàng hóa và thuận tiện trên địa bàn tỉnh.

- Ưu tiên phát triển mạng lưới thương mại hiện đại, có quy mô lớn phù hợp với nhu cầu mua sắm của người dân.

b) Dự báo nhu cầu sử dụng đất và vốn đầu tư cho hạ tầng thương mại

- Đối với hạ tầng chợ: Dự kiến nhu cầu sử dụng đất chợ đến năm 2030 là 38,27ha, tăng 22,76ha so với năm 2020. Nhu cầu vốn cho xây mới và mở rộng diện tích chợ là 505 tỷ đồng (Chi tiết cụ thể trong Phụ lục I).

Bảng 12: Phương án phát triển mạng lưới chợ đến năm 2030

STT	Huyện	Hiện trạng 2020	Dự báo đến năm 2030						
			Tổng số	Chợ đầu mối	Hạng I	Hạng II	Hạng III	Diện tích (ha)	Nhu cầu vốn (tỷ đồng)
1	Thành phố Điện Biên Phủ	10	11		2	2	7	4,84	17,3
2	Huyện Điện Biên	7	13	1	1	1	10	8,58	167,3
3	Huyện Tuần Giáo	1	6		1		5	4,44	63,6
4	TX Mường Lay	4	4			1	3	1,98	
5	Huyện Điện Biên Đông	3	9			1	8	3,06	36,7
6	Huyện Mường Chà	1	4				4	0,82	9,4
7	Huyện Tủa Chùa	3	6			1	5	4,88	57,0
8	Huyện Mường Ảng	1	5			1	4	2,51	34,1
9	Huyện Mường Nhé	2	7			1	6	3,64	31,1
10	Huyện Nậm Pồ	2	8			1	7	3,52	88,3
	Tổng cộng	34	73	1	4	9	59	38,27	504,7

Nguồn: Nhóm tư vấn

- Đối với hạ tầng trung tâm mua sắm, siêu thị: Diện tích thương mại dịch vụ dự kiến xây dựng mới 07 trung tâm mua sắm khoảng 8-10ha, nhu cầu vốn đầu tư khoảng 1.800-2.000 tỷ đồng. Diện tích thương mại dịch vụ dự kiến xây dựng mới 20 siêu thị hạng III khoảng 6ha, nhu cầu vốn đầu tư khoảng 1.000 tỷ đồng.

- Đối với trung tâm bán buôn cấp vùng bố trí tại TP Điện Biên Phủ dự kiến nhu cầu đất thương mại dịch vụ là 30ha, vốn đầu tư dự kiến là 1.500 tỷ đồng.

- Đối với trung tâm hội chợ, triển lãm dự kiến nhu cầu đất sử dụng là 3ha, vốn đầu tư khoảng 60 tỷ đồng.

- Đối với trung tâm logistic, dự kiến nhu cầu đất khoảng 10-15ha, nhu cầu vốn khoảng 50-75 tỷ đồng.

Bảng 13: Phương án phát triển hạ tầng thương mại đến năm 2030

STT	Loại hình thương mại	Địa điểm	Giai đoạn	Phân hạng	Dự kiến diện tích (ha)	Dự kiến vốn đầu tư (tỷ đồng)
1	Trung tâm bán buôn	TP Điện Biên Phủ	2026-2030		30	1.500
2	Trung tâm mua sắm					
	01 trung tâm mua sắm	TP Điện Biên Phủ	2021-2025	II	2-3ha	400-600
	06 trung tâm mua sắm mới			III	1ha/trung tâm	200 tỷ/trung tâm
3	Siêu thị				3,9	650
	Xây dựng mới 20 siêu thị		2021-2030	III	0,3ha/siêu thị	50 tỷ/siêu thị
4	Kho hàng hóa				12	1200
	Kho hàng hóa cửa khẩu Huổi Puốc	Huyện Điện Biên	2021-2030		3	300
	Kho hàng hóa cửa khẩu Tây Trang	Huyện Điện Biên	2021-2030		3	300
	Kho hàng hóa A Pa Chải	Huyện Mường Nhé	2021-2030		3	300
	Kho hàng hóa tại Nà Hỳ (lối mở Nậm Địch)	Huyện Nậm Pồ	2021-2030		3	300
5	Trung tâm hội chợ triển lãm	Thành phố Điện Biên Phủ	2021-2030		3	60

6	Trung tâm logistic	Huyện Mường Nhé	2021- 2030		10-15	50-75
---	-----------------------	--------------------	---------------	--	-------	-------

Nguồn: Nhóm tư vấn

(Danh mục dự án ưu tiên tại Phụ lục II)

CHƯƠNG V: CÁC CHÍNH SÁCH, GIẢI PHÁP VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN

I. Giải pháp về vốn đầu tư

Trong thời gian tới, nhu cầu phát triển mạng lưới thương mại của tỉnh Điện Biên đến năm 2030, tầm nhìn 2050 là rất lớn, đặc biệt cho kết cấu hạ tầng thương mại cả truyền thống và hiện đại. Nguồn vốn được huy động từ nhiều nguồn, trong đó có nguồn ngân sách và nguồn xã hội hóa. Nguồn vốn tín dụng được tập trung cho doanh nghiệp mở rộng kinh doanh.

1. Nguồn vốn từ ngân sách

Vốn đầu tư từ Ngân sách Nhà nước (trung ương và địa phương) sẽ được sử dụng để hỗ trợ đầu tư đối với một số chỉ tiêu thuộc suất đầu tư (do Bộ Xây dựng qui định) như: Chi bồi thường giải phóng mặt bằng và tái định cư (nếu có); Đánh giá tác động môi trường và xử lý các tác động của dự án đến môi trường (nếu có); Lãi vay trong thời gian thực hiện dự án (đối với các dự án có sử dụng vốn vay).

Trong giai đoạn 2021-2030, việc sử dụng nguồn vốn ngân sách Nhà nước đầu tư vào ngành thương mại tỉnh cần được thực hiện theo hướng:

+ Nguồn vốn từ ngân sách Trung ương sẽ chủ yếu dành cho việc xây dựng cơ sở hạ tầng (giải phóng và san lấp mặt bằng, xây dựng hệ thống cấp, thoát nước, hệ thống điện, đường giao thông nội bộ....) cho các khu vực dự án lớn, qua đó tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển kết cấu hạ tầng thương mại. Đối với các đầu mối nông sản, tỉnh cần tranh thủ nguồn vốn hỗ trợ từ Ngân sách trung ương theo Nghị định số 114/2009/NĐ - CP. Các trung tâm logistics thường có quy mô vốn đầu tư lớn, do đó, đề nghị tỉnh vận dụng Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 04/6/2010 của Chính phủ về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn. Tỉnh cần giao vốn cho các tổ chức có năng lực thực sự làm chủ các dự án đầu tư kết cấu hạ tầng thương mại trong từng giai đoạn, đồng thời phải có các giải pháp và cơ chế chính sách để hỗ trợ nhà đầu tư giải phóng mặt bằng, đẩy nhanh tiến độ thi công xây dựng các công trình để sớm đưa công trình vào khai thác sử dụng; qua đó rút ngắn thời gian thu hồi vốn.

+ Nguồn vốn từ Ngân sách địa phương sẽ hỗ trợ đầu tư xây dựng chợ đầu mối nông sản chợ hạng 2 và hạng 3 ở khu vực nông thôn (theo Nghị định số 114).

Một số giải pháp cụ thể để huy động và sử dụng hiệu quả nguồn vốn ngân sách nhà nước:

- Huy động tổng hợp các nguồn vốn đầu tư phát triển từ ngân sách tỉnh và trung ương.

- Tiếp tục tranh thủ sự hỗ trợ của Chính phủ, các Bộ, ngành Trung ương, các nhà tài trợ để thu hút các nguồn vốn từ ngân sách trung ương, nguồn vốn hỗ trợ ODA và các nguồn vốn hỗ trợ để đầu tư các dự án về kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh. Tăng cường phối hợp với các Bộ, ngành ngay từ khâu xây dựng quy hoạch và kế hoạch, đảm bảo các công trình, dự án trọng điểm của tỉnh được thể hiện đầy đủ trong quy hoạch, kế hoạch đầu tư của Bộ, ngành, nhằm đảm bảo vốn đầu tư cho phát triển.

- Xây dựng và thực hiện tốt kế hoạch đầu tư công trung hạn các giai đoạn, ưu tiên các công trình quan trọng, cấp bách, có tính kết nối, tạo động lực cho phát triển. Đồng thời, tăng cường công tác thẩm định, kiểm tra, giám sát việc thực hiện để đảm bảo việc sử dụng nguồn vốn đầu tư công có hiệu quả.

- Sử dụng có hiệu quả nguồn vốn ngân sách, tăng cường nguồn thu cho ngân sách tỉnh, trên cơ sở đó tăng vốn đầu tư cho kết cấu hạ tầng thương mại. Xác định các lĩnh vực, ngành mà tỉnh có lợi thế phát triển, có ảnh hưởng đến thị trường địa phương, khu vực, để tập trung vốn ngân sách đầu tư vào một số khâu quan trọng, trong đó có đầu tư vào kết cấu hạ tầng thương mại.

- Đa dạng hóa các hình thức tạo vốn như: đổi đất lấy cơ sở hạ tầng; cho thuê đất xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại; dùng mặt bằng thay vốn đầu tư trong hợp tác, liên doanh, liên kết; kết hợp vốn ngân sách tỉnh và vốn của dân; tranh thủ vốn đầu tư của Trung ương và một số thành phố lớn thông qua các loại hình hợp tác; áp dụng hình thức sở hữu đa dạng để thu hút vốn đầu tư của các thành phần kinh tế khác kể cả vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài,...

- Ưu tiên sử dụng hiệu quả vốn đầu tư của Nhà nước đối với các công trình thương mại là chợ đầu mối, chợ ở vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới.

2. Nguồn vốn của các thành phần kinh tế khác

Các giải pháp chủ yếu để gia tăng đầu tư của các doanh nghiệp trong và ngoài ngành thương mại vào phát triển thương mại bao gồm: Kêu gọi đầu tư theo các phương thức BOT, BTO; Chọn lọc vốn đầu tư nước ngoài tập trung vào các vùng trọng điểm khơi luồng lưu chuyển hàng hóa. Đồng thời, tỉnh có định hướng đầu tư phát triển thương mại phù hợp với thế mạnh của doanh nghiệp trong tỉnh, trong nước và doanh nghiệp FDI.

+ Nguồn vốn của doanh nghiệp trong tỉnh, trong nước: Đây là nguồn vốn chủ yếu để phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh, bao gồm vốn của doanh nghiệp nhà nước (gồm cả doanh nghiệp đã cổ phần hóa), các doanh nghiệp thành lập theo Luật Doanh nghiệp, các Liên hiệp HTX, HTX thành lập theo Luật HTX, các hộ kinh doanh. Nguồn vốn của các doanh nghiệp qui mô lớn, các Liên hiệp HTX tập trung phát triển hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại, chợ đầu mối, chợ hạng I, trung tâm bán buôn,... Nguồn vốn của các hợp tác xã và doanh nghiệp qui mô nhỏ và vừa, hộ kinh doanh chủ yếu đầu tư phát triển các chợ bán lẻ (hạng II, hạng III).

+ Nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI): thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào phát triển kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại như trung tâm thương mại, siêu thị.

Điện Biên cần đẩy mạnh phát triển các yếu tố thúc đẩy huy động vốn của các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế: (1) thiết lập các cơ chế, chính sách, thủ tục hành chính tinh giản, thuận lợi cho đầu tư; (2) nhanh chóng hoàn thiện kết cấu hạ tầng kỹ thuật; (3) thúc đẩy việc đào tạo lực lượng lao động có tay nghề cao.

Về phía doanh nghiệp, cần xây dựng chiến lược, kế hoạch mở rộng quy mô phân phối nhằm tăng lợi nhuận, bảo đảm việc làm, tăng thu nhập cho người lao động, tăng các khoản nộp ngân sách và tích lũy vốn để tái đầu tư, mở rộng kinh doanh. Tranh thủ các quỹ phát triển doanh nghiệp của các cơ quan, tổ chức và địa phương để hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp. Tranh thủ sự ủng hộ tạo điều kiện của các ngân hàng thương mại trong việc tăng cường hơn nữa hỗ trợ các khoản vay của các doanh nghiệp. Xây dựng các chính sách tương ứng nhằm khuyến khích thu hút các nguồn vốn trong xã hội đầu tư vào phát triển và đổi mới các doanh nghiệp.

II. Giải pháp về chính sách

1. Hỗ trợ doanh nghiệp phát triển các loại hình tổ chức thương mại

- Cải cách để tăng cường năng lực hoạt động của các doanh nghiệp:

+ Hướng dẫn các doanh nghiệp thương mại công tác quản lý kinh doanh, quản lý doanh nghiệp, căn cứ vào pháp luật xây dựng cơ chế quản lý nội bộ doanh nghiệp như quản lý kinh doanh hàng hoá, quản lý tài chính, quản lý hợp đồng, quản lý nguồn nhân lực,... hoàn thiện các tiêu chuẩn và quy phạm quản lý trong nội bộ doanh nghiệp.

+ Tích cực phối kết hợp với các Sở, Ngành hữu quan khác xây dựng và thực thi các chính sách hỗ trợ về tài chính và chính sách thuế nhằm khuyến khích, ủng hộ các doanh nghiệp sáng tạo trong hoạt động kinh doanh, đổi mới công nghệ kỹ thuật hiện đại và mở rộng thị trường, hạ thấp chi phí; thực hiện các chính sách ưu đãi của nhà nước nhằm khuyến khích các doanh nghiệp tạo thêm công ăn việc làm, khuyến khích các thành phần kinh tế thành lập doanh nghiệp.

+ Phối hợp và tranh thủ sự ủng hộ của cơ quan quản lý tài sản nhà đất của địa phương, giải quyết các vấn đề liên quan đến sử dụng đất lâu dài để kinh doanh của các doanh nghiệp.

- Phát triển các phương thức lưu thông hiện đại, nâng cao trình độ hiện đại hoá của các doanh nghiệp:

+ Tích cực thúc đẩy phát triển các phương thức dịch vụ và hình thức tổ chức kinh doanh theo dạng chuỗi, nhượng quyền kinh doanh, đại lý, vận tải liên vận đa phương thức, thương mại điện tử... Khuyến khích các doanh nghiệp đẩy mạnh liên doanh liên kết tạo thành chuỗi cung ứng hàng hoá, mở rộng quy mô, nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả kinh doanh.

+ Phối hợp với các cơ quan hữu quan khác của địa phương tạo lập môi trường kinh doanh lành mạnh cho hoạt động của các doanh nghiệp. Hỗ trợ các doanh nghiệp áp dụng công nghệ thông tin phù hợp với nhu cầu thực tế và trình độ phát triển của mỗi doanh nghiệp.

2. Chính sách đất đai

- Dành quỹ đất cho đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại. Một mặt, bảo đảm nhu cầu hiện tại, phù hợp với sự gia tăng của các dự án đầu tư và mở rộng quy mô hoạt động của các dạng hình kết cấu hạ tầng thương mại trong tương lai. Mặt khác, có giải pháp và chính sách tích cực, đồng bộ trong việc giải phóng mặt bằng, di dân tái định cư nhằm tạo thuận lợi cho các nhà đầu tư khi xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn. Từng huyện, thành phố cần công bố kịp thời và công khai khung giá thuê đất cho từng khu vực tạo điều kiện cho các nhà đầu tư lựa chọn.

- Địa điểm mặt bằng đầu tư kết cấu hạ tầng thương mại có ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả kinh doanh, nên các địa điểm đầu tư kết cấu hạ tầng thương mại đòi hỏi điều kiện thuận lợi về giao thông, diện tích đất đáp ứng các tiêu chuẩn về diện tích kinh doanh của từng loại hình, ở các khu đô thị và dân cư... do vậy cần quy hoạch sử dụng đất thống nhất và cụ thể cho từng loại hình kết cấu hạ tầng thương mại trên

phạm vi không gian, cũng như hỗ trợ các nhà đầu tư trong việc tiếp cận với các địa điểm mặt bằng đã được quy hoạch để phát triển kết cấu hạ tầng thương mại.

- Ưu tiên tạo điều kiện để các doanh nghiệp trong tỉnh đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại nhằm khắc phục tình trạng tại một số địa phương, nhiều doanh nghiệp trong tỉnh xin đất xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại không được giải quyết nhưng lại dành quỹ đất này cho doanh nghiệp bên ngoài hoặc cho mục đích sử dụng khác

- Tỉnh xem xét áp dụng chính sách ưu đãi về đất theo đúng hướng dẫn của Chính phủ đối với các kết cấu hạ tầng thương mại thuộc danh mục ưu đãi đầu tư ở khu vực nông thôn.

3. Chính sách về hỗ trợ sản xuất và tiêu thụ sản phẩm

Trong điều kiện kinh doanh hiện nay, tính cạnh tranh ngày càng khốc liệt cả về chất lượng, mẫu mã và giá cả sản phẩm. Việc đầu tư nghiên cứu và phát triển sản phẩm đang ngày càng trở thành một trong những điều kiện tiên quyết để đảm bảo phát triển của doanh nghiệp. Vì vậy, trong giai đoạn 2021 – 2030, bên cạnh sự nỗ lực của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh về chính sự tồn tại và phát triển của họ, tỉnh cần xây dựng và thực thi một số giải pháp, chính sách nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nghiên cứu phát triển sản phẩm như:

- Xây dựng quỹ hỗ trợ doanh nghiệp phát triển sản phẩm mới ở mức tương đương với tỷ lệ ngân sách Nhà nước hàng năm dành cho nghiên cứu khoa học, khoảng từ 1- 2% GRDP của tỉnh. Trong đó, tập trung hỗ trợ chủ yếu cho các doanh nghiệp phát triển các sản phẩm mới, vật nuôi cây trồng có giá trị kinh tế cao, các sản phẩm chế biến từ nguyên liệu có sẵn và các sản phẩm chế biến khác. Hàng năm lựa chọn và tôn vinh, khen thưởng các doanh nghiệp phát triển được nhiều sản phẩm mới và được tiêu thụ tốt trên thị trường trong nước và xuất khẩu.

- Đẩy mạnh tăng cường quan hệ hợp tác giữa tỉnh với các cơ sở nghiên cứu khoa học trong nước và ngoài nước. Tìm kiếm các nguồn công nghệ mới, trước mắt là công nghệ sinh học và công nghệ chế biến các sản phẩm nông nghiệp để giới thiệu cho các cơ sở sản xuất kinh doanh trong tỉnh. Tìm kiếm các chương trình dự án trong và ngoài nước hỗ trợ cho lĩnh vực sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp.

- Khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp trong tỉnh tìm kiếm đối tác trong và ngoài nước hợp tác sản xuất theo hình thức nhượng quyền thương mại, mua thiết kế sản phẩm, mua bản quyền sở hữu trí tuệ...

- Khuyến khích hình thành các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực khoa học công nghệ như doanh nghiệp nghiên cứu thị trường, tư vấn marketing, tư vấn và chuyển giao công nghệ,...

- Khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh tìm kiếm cơ hội, tham gia xuất khẩu hàng nông sản thông qua việc hỗ trợ một phần kinh phí cho doanh nghiệp khảo sát, nghiên cứu, tìm kiếm bạn hàng, thị trường xuất khẩu nông sản. Mức hỗ trợ: Hỗ trợ đến 50% chi phí xúc tiến xuất khẩu thực tế của doanh nghiệp tính theo mức quy định hiện hành của Nhà nước, nhưng tổng chi phí hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu không quá 50 triệu đồng/doanh nghiệp/năm.

- Tổ chức nhiều hoạt động nhằm thúc đẩy du lịch kết hợp mua sắm như: tổ chức các phố mua sắm, phố nghệ thuật, thủ công mỹ nghệ; các chiến dịch bán hàng giảm giá... Các siêu thị, cửa hàng, nhà hàng, khách sạn, điểm du lịch đăng ký cung cấp thẻ ưu đãi hoặc vé mua sắm cho khách du lịch.

4. Các chính sách khác

- Có chính sách ưu tiên đối với các nhà đầu tư: Cung cấp kịp thời và đầy đủ thông tin cho nhà đầu tư về thông tin có liên quan trong quá trình lập dự án đầu tư; Ưu tiên áp dụng rút gọn thời gian qui định trong thủ tục hành chính hiện hành đối với quá trình thụ lý, giải quyết hồ sơ có liên quan đến qui hoạch và kiến trúc của dự án đầu tư xây dựng tại cơ quan chức năng; Cho phép nhà đầu tư được huy động vốn của doanh nghiệp, cá nhân, hộ sản xuất kinh doanh để xây dựng nhà các hạng mục công trình.

- Tiếp tục thực hiện cải cách hành chính một cách triệt để, cải cách tư pháp, xây dựng và ban hành đầy đủ, kịp thời các quy chế; cơ chế, chính sách đảm bảo phát huy dân chủ, sáng kiến, sáng tạo và làm cho toàn bộ hệ thống chính quyền các cấp hoạt động tốt đáp ứng được yêu cầu phát triển.

- Hướng dẫn, giúp các các doanh nghiệp, có nhận thức sâu sắc, đầy đủ về các cơ hội, thách thức trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng.

III. Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về thương mại

Trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, để phát triển nền kinh tế thị trường, cần phải tăng cường năng lực quản lý của Nhà nước, mà trước hết là các Sở, ban, ngành trên rất nhiều phương diện còn hạn chế, như:

- Tăng cường công tác quản lý thị trường, chống buôn lậu, chống hàng giả, bảo vệ người tiêu dùng;

- Xây dựng chính sách và cơ chế quản lý thương mại hàng hoá và dịch vụ trên địa bàn tỉnh; quản lý chiến lược và quy hoạch, chương trình, kế hoạch phát triển thương mại của địa phương; Xây dựng và phát triển các hệ thống thị trường hàng hoá trên địa bàn; Tổ chức thực hiện và hoàn thiện các chế độ quản lý thương mại của Chính phủ; Thúc đẩy trình độ kinh doanh hiện đại của ngành; Phối hợp đồng bộ và tổng hợp giữa nội thương và ngoại thương để tăng cường hệ thống thị trường thống nhất phù hợp với tiến trình mở cửa thị trường và đảm bảo trình độ tổ chức cao; Phối hợp liên ngành để thích ứng với những điều kiện của kinh tế thị trường.

- Đẩy mạnh việc thực hiện cải cách hành chính, nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn; Từng bước tách dần chức năng quản lý hành chính với chức năng cung cấp dịch vụ công; phân định và làm rõ các quy chế phối hợp giữa các Sở, Ban, Ngành, các cấp chính quyền đảm bảo tính thống nhất theo mục tiêu phát triển ngành thương mại của tỉnh và tạo môi trường kinh doanh thuận lợi và cạnh tranh công bằng cho các doanh nghiệp thương mại; Thực hiện tốt việc phân cấp quản lý thương mại và giao quyền chủ động cho chính quyền các phường, xã đi đôi với công tác kiểm tra, thanh tra, giám sát, hậu kiểm đối với các doanh nghiệp theo quy định của pháp luật.

- Đổi mới hệ thống tổ chức, mô hình quản lý và cơ chế chính sách để nâng hiệu quả quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh. Tổ chức mạng lưới thông tin và công tác dự báo thị trường là biện pháp quan trọng để giúp hoạt động thương mại có hiệu quả. Từng bước hiện đại hoá lĩnh vực kinh doanh. Không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của đội ngũ lao động thương mại.

- Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động phát triển thương mại điện tử: nâng cấp cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và tự động hóa trong công tác quản lý, điều hành của tỉnh; tăng cường an toàn, an ninh mạng phù hợp với những yêu cầu của thời kỳ kinh tế số; Xây dựng các tiêu chí đánh giá, kế hoạch và tổ chức khảo sát, thống kê, báo cáo, đánh giá tình hình hoạt động thương mại điện tử trên địa bàn để xây dựng giải pháp phù hợp; nâng cao năng lực cho đội ngũ thực thi pháp luật về thương mại điện tử.

IV. Về phát triển nguồn nhân lực thương mại

Việc quản lý nhà nước và kinh doanh thương mại trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng như hiện nay ở Việt Nam đòi hỏi nguồn nhân lực phải có kiến thức và kỹ năng chuyên môn giỏi, phải có ngoại ngữ và phẩm chất đạo đức tốt. Một số giải pháp chủ yếu như :

Chú trọng công tác bồi dưỡng cán bộ quản lý nhà nước và doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại, sắp xếp lại và nâng cao tiêu chuẩn tuyển chọn cán bộ quản lý Nhà nước.

Xây dựng các cơ chế khuyến khích phát triển các cơ sở dạy nghề, mở rộng dạy nghề thương nghiệp bằng nhiều hình thức thích hợp. Có chính sách đào tạo nghề cho lao động thương nghiệp chuyển đổi từ nông nghiệp. Tổ chức tốt các hình thức xúc tiến, hỗ trợ và giới thiệu việc làm.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại về đào tạo để phát triển nguồn nhân lực nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển của doanh nghiệp và hội nhập kinh tế quốc tế, bao gồm: đào tạo cán bộ quản trị doanh nghiệp, quản trị chuỗi cung ứng, quản lý trung tâm logistics...và đào tạo các nhân viên có kỹ năng hiện đại, chuyên nghiệp trong nghiệp vụ kinh doanh thương mại....Trước mắt, việc hỗ trợ doanh nghiệp về đào tạo với những nội dung trên có thể thông qua hệ thống các trường thuộc Bộ Công Thương và các trường Đại học, cao đẳng khác.

- Đối với vấn đề đào tạo lại đội ngũ cán bộ quản lý và nhân viên tại các chợ, siêu thị, trung tâm thương mại... cần phân hạng và có kế hoạch đào tạo phù hợp với trình độ và độ tuổi của người lao động. Khuyến khích, tạo điều kiện cho các nhà quản lý được tham quan, học tập kinh nghiệm ở các cơ sở trong nước và nước ngoài...

- Chú trọng đào tạo nghề để có đội ngũ cán bộ, công nhân kỹ thuật, nhân viên nghiệp vụ lành nghề đủ khả năng nắm bắt và sử dụng thành thạo các phương tiện kỹ thuật và công nghệ, nhất là tại các cơ sở thương mại hiện đại. Tổ chức đào tạo lại đội ngũ cán bộ kỹ thuật và quản lý, nâng dần chất lượng đào tạo lên ngang tầm các nước trong khu vực và thế giới.

- Tranh thủ các nguồn vốn trong và ngoài nước để hỗ trợ đào tạo cho các doanh nghiệp, trong đó phân bổ hợp lý và sử dụng có hiệu quả nguồn kinh phí từ ngân sách nhà nước.

- Đào tạo về thương mại điện tử cho doanh nghiệp thương mại: giới thiệu về Internet và thương mại điện tử, lập kế hoạch kinh doanh thương mại điện tử, an ninh thương mại điện tử ... Tổ chức đào tạo các khóa về thương mại điện tử cho cán bộ, công chức, viên chức trong các cơ quan hành chính, đơn vị sự nghiệp của tỉnh nhằm nâng cao kỹ năng, nghiệp vụ, phổ biến kiến thức về thương mại điện tử. Tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn ngắn hạn về thương mại điện tử cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh theo chủ đề chuyên sâu, giới thiệu tư vấn cho doanh nghiệp triển khai quy trình bán hàng trực tuyến, quy trình kinh doanh

theo các mô hình B2B, B2C, cách thức tích hợp các công cụ thanh toán trực tuyến, cách thức quảng bá, marketing hiệu quả cho website.

V. Về phát triển khoa học – công nghệ

Hiện tại, trình độ khoa học công nghệ ngành thương mại của Điện Biên vẫn ở mức độ thấp so với các tỉnh khác trong nước, việc nghiên cứu ứng dụng các công trình khoa học đã được chú trọng nhưng còn chưa đáp ứng được thực tế. Vì vậy, trong thời gian tới, tỉnh cần xem xét ban hành và tổ chức thực hiện có hiệu quả việc dành một phần ngân sách địa phương hàng năm để hỗ trợ cho doanh nghiệp nghiên cứu triển khai áp dụng các chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học, áp dụng các giải pháp hữu ích để phát triển kết cấu hạ tầng thương mại...

Ứng dụng nhanh các thành tựu của khoa học- kỹ thuật và tin học vào hoạt động thương mại, nhất là trong các lĩnh vực: thương mại điện tử; quản lý chuỗi cung ứng;... Quản lý, khuyến khích các doanh nghiệp, cơ sở thương mại đầu tư xây dựng các cơ sở xử lý chất thải rắn, lỏng, khí trước khi thải ra môi trường. Không nhập các thiết bị có công nghệ lạc hậu cũng như thiết bị gây ảnh hưởng xấu đến môi trường.

Sử dụng các công nghệ tiên tiến trong các khâu chế biến nông thủy sản và các ngành công nghiệp chế tác khác để gia tăng giá trị thương mại cho sản phẩm. Có các chính sách ưu đãi cho các doanh nghiệp đầu tư đưa các công nghệ mới, tiên tiến vào sản xuất.

Tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ tiến hành đổi mới kỹ thuật, công nghệ kinh doanh trên các phương diện như:

- Hỗ trợ nâng cao nhận thức về sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa giai đoạn 2021-2025; hỗ trợ đầu tư đổi mới công nghệ, thiết bị kỹ thuật cho các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm xuất khẩu, sản phẩm công nghiệp hỗ trợ; xây dựng các điểm cân đối chứng tại các chợ đầu mối, Trung tâm kiểm tra chất lượng sản phẩm hàng hoá.

- Tích cực thúc đẩy việc áp dụng kỹ thuật quản lý kinh doanh hiện đại, nâng cao khả năng áp dụng tiên bộ khoa học và công nghệ hiện đại của các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ. Hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ đổi mới công nghệ kinh doanh, thay đổi bộ mặt các cửa hàng, tích cực ứng dụng các phương thức hiện đại như quản lý bằng máy tính, từng bước nâng cao trình độ tin học của các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ.

- Thực thi tốt các chính sách có liên quan của Nhà nước về hỗ trợ các doanh nghiệp đổi mới khoa học công nghệ. Sở Công Thương cần tranh thủ sự hỗ trợ của các cơ quan hữu quan đối với vấn đề đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ, có chính sách hỗ trợ nhất định đối với việc mua sắm thiết bị, đầu tư cải tiến kỹ thuật của các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ. Căn cứ vào các chính sách hỗ trợ có liên quan, đưa ra những hỗ trợ có hiệu quả nhằm đổi mới công nghệ cho các doanh nghiệp.

- Vận dụng tối đa các biện pháp tài chính nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại tiến hành điều chỉnh cơ cấu, hỗ trợ có trọng điểm việc áp dụng và mở rộng các phương thức phân phối hiện đại. UBND tỉnh cần có hỗ trợ về tài chính và về sử dụng đất, khuyến khích phát triển các doanh nghiệp kinh doanh theo dạng chuỗi, đặc biệt là xây dựng mạng lưới từ thành thị đến nông thôn, chỉ đạo các doanh nghiệp đẩy mạnh áp dụng công nghệ thông tin thay thế các phương thức nghiệp vụ truyền thống, áp dụng kỹ thuật quản lý hiện đại, nâng cao hiệu suất quản lý, hạ thấp chi phí, khuyến khích các doanh nghiệp thương mại phát triển thương mại điện tử.

- Phát triển các sản phẩm, giải pháp thương mại điện tử - hỗ trợ tích hợp phần mềm thanh toán trực tuyến: Xây dựng bộ giải pháp hỗ trợ kinh doanh trực tuyến giúp doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ triển khai ứng dụng thương mại điện tử; xây dựng và duy trì sàn giao dịch thương mại điện tử tỉnh Điện Biên nhằm quảng bá hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp của tỉnh; hỗ trợ doanh nghiệp có tiềm năng xuất khẩu tham gia các sàn giao dịch điện tử có uy tín; xây dựng và hỗ trợ doanh nghiệp, hộ kinh doanh áp dụng các giải pháp công nghệ để thực hiện thanh toán không dùng tiền mặt và truy xuất nguồn gốc xuất xứ sản phẩm; hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng website thương mại điện tử; triển khai các giải pháp thanh toán hạn chế không dùng tiền mặt tại các điểm giao dịch từ chợ truyền thống đến các trung tâm mua sắm hiện đại; ứng dụng và duy trì các dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử.

VI. Về đẩy mạnh hợp tác quốc tế, khu vực và địa phương

Đẩy mạnh liên kết giữa thị trường Điện Biên với thị trường các tỉnh khác và với thị trường nước ngoài trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh là một trong những giải pháp quan trọng để tạo điều kiện ổn định thị trường một cách vững chắc trong bối cảnh nền kinh tế thị trường luôn biến động.

Việc tăng cường hợp tác với các tỉnh trong vùng, trong nước và quốc tế chủ yếu trên cả phương diện khuyến khích phát triển cầu trên thị trường và tổ chức các hoạt

động xúc tiến thương mại, giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong tỉnh có thể tiếp cận được các thị trường khác trong và ngoài nước.

1. Thúc đẩy liên kết với các thị trường ngoài nước

- Đối với thị trường ngoài nước có tính chiến lược, cần chủ động trong việc tạo lập các mối quan hệ với nhiều cấp độ và hình thức khác nhau.

- Trên cơ sở các hiệp định cấp quốc gia, các văn bản thoả thuận đã được ký kết từ các cuộc đàm phán cấp Chính phủ giữa Việt Nam với các nước khác, tỉnh cần nghiên cứu các điều khoản chi tiết, trong đó chú ý vận dụng thích hợp với các điều kiện của tỉnh, tìm cách tiếp cận nhanh nhất với thị trường nước ngoài, từ đó, trực tiếp hay thông qua các doanh nghiệp kinh doanh xuất, nhập khẩu lớn trong nước để tiến hành các giao dịch thương mại.

- Trong giai đoạn sắp tới, đầu tư sản xuất hàng xuất khẩu trên địa bàn tỉnh sẽ được chú trọng hơn vì mục tiêu tăng trưởng kinh tế và đẩy mạnh tiêu thụ hàng hoá. Do đó, khi phê duyệt các dự án đầu tư, Điện Biên cần chú trọng tới cấp độ công nghệ và xuất xứ công nghệ theo hướng sản phẩm tạo ra phải đạt được tiêu chuẩn chất lượng phù hợp với một hay một vài thị trường xuất khẩu hay sẽ được hưởng ưu đãi mậu dịch do xuất xứ công nghệ mang lại.

- Có chế độ chính sách khuyến khích thoả đáng các hoạt động môi giới, trợ giúp tiếp cận, thâm nhập thị trường mới.

- Khuyến khích khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp của tỉnh xây dựng và phát triển hệ thống phân phối hiện đại, từ đó tăng cường khả năng mở rộng thị trường ra cho các sản phẩm hàng hoá có lợi thế của Điện Biên.

- Về phía doanh nghiệp trong tỉnh cần chủ động trong việc tìm kiếm, khai thác thị trường; xây dựng và thực hiện chiến lược kinh doanh quốc tế; coi trọng chữ tín; liên kết giữa các doanh nghiệp với nhau trong việc tìm kiếm thị trường ở nước ngoài để thâm nhập thị trường.

2. Giải pháp thúc đẩy và nâng cao hiệu quả liên kết giữa thị trường Điện Biên với thị trường các địa phương khác trong nước

- Đối với thị trường trong nước, tỉnh cần ưu tiên hàng đầu cho việc thiết lập các mối quan hệ liên kết thương mại với các vùng, các tỉnh. Cụ thể:

+ Quan hệ liên kết giữa Điện Biên với các địa phương khác trước hết hướng vào việc cung ứng các hàng hoá là những sản phẩm đặc thù và có lợi thế phát triển của

tỉnh. Cần khai thác tối đa lợi thế của mình để tăng cường các quan hệ trao đổi hàng hoá.

+ Phát triển các liên kết giữa các thương nhân trong tỉnh với các doanh nghiệp sản xuất của các tỉnh bạn theo từng ngành, từng loại sản phẩm, phát triển các liên kết theo chiều ngang giữa các doanh nghiệp thương mại của tỉnh và các doanh nghiệp các tỉnh để đẩy mạnh quá trình tập trung hoá nguồn lực và mạng lưới kinh doanh hình thành các chuỗi cung ứng, hệ thống phân phối chuyên nghiệp.

- Để mở rộng quan hệ liên kết thương mại với địa phương khác, tỉnh cần thực hiện một số biện pháp sau:

+ Tổ chức nghiên cứu thị trường và hoạt động xúc tiến thương mại với các thị trường trọng điểm, thị trường các tỉnh lân cận để xác định lợi thế so sánh và khả năng giao lưu thương mại để có hướng điều chỉnh phù hợp cơ cấu sản xuất và thương mại của mình.

+ Nghiên cứu đưa ra các điều kiện ưu đãi cho các địa phương có mối quan hệ liên kết thương mại với Điện Biên. Các điều kiện ưu đãi có thể áp dụng như bán hàng trả chậm, sử dụng đất và địa điểm kinh doanh,...

+ Chủ động tiến hành trao đổi, ký kết các thoả thuận cấp tỉnh với các địa phương khác về mua bán sản phẩm hàng hoá, có thể là cung ứng hàng hoá và nhận tiêu thụ lại một phần sản phẩm, hay những cam kết xây dựng quan hệ bạn hàng ổn định, lâu dài và đảm bảo chữ tín trong kinh doanh.

+ Trong giai đoạn trước mắt, cần đẩy mạnh mối liên kết với các tỉnh trong vùng và kết nối mở rộng với các tỉnh vùng ĐBSH trong việc đẩy mạnh cung ứng hàng nông sản, rau quả với số lượng lớn.

- Việc liên kết với các tỉnh trong vùng cần tập trung trên một số phương diện sau:

+ Về phương diện khuyến khích phát triển cầu của thị trường: không ngừng nâng cao trình độ dân trí, trình độ hiểu biết các kiến thức về kinh tế thị trường, về tiêu dùng cho dân cư thông qua các hình thức như: giáo dục cộng đồng, tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng. Hình thành các tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng,...

+ Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong tỉnh có thể tiếp cận được các thị trường khác trong và ngoài nước, cung

cấp thông tin và các dịch vụ tư vấn về thị trường, chất lượng và giá cả các sản phẩm đối với các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh trong tỉnh.

CHƯƠNG VI: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

I. Kết luận

Trong giai đoạn tới, với triển vọng phát triển nhanh kinh tế - xã hội của tỉnh Điện Biên cùng với tác động của những yếu tố mới trong và ngoài nước, nhất là khi nước ta hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng hơn, đầy đủ hơn các cam kết... chắc chắn sẽ mang lại nhiều cơ hội phát triển đối với thương mại quốc tế và nội địa. Trên cơ sở đánh giá thực trạng phát triển, phân tích những tồn tại, hạn chế của hệ thống hạ tầng thương mại của tỉnh, Phương án phát triển Hạ tầng thương mại đã đưa ra những quan điểm, mục tiêu, phương án phát triển từng loại hình chợ, trung tâm thương mại, siêu thị, trung tâm Hội chợ triển lãm và các khu logistics, những giải pháp chủ yếu nhằm phát triển thương mại của tỉnh phù hợp với phát triển kinh tế - xã hội của Tỉnh trong thời gian tới.

II. Kiến nghị

- Trên cơ sở định hướng phát triển thương mại tỉnh Điện Biên giai đoạn 2021 - 2030, Sở Công Thương cần phối hợp với UBND các huyện, thành phố đẩy nhanh việc thực hiện các đề án quy hoạch phát triển mạng lưới kết cấu hạ tầng của ngành như: Phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị; Mạng lưới cửa hàng xăng dầu; Trung tâm bán buôn, trung tâm mua sắm và cửa hàng lớn; Quy hoạch các đường phố thương mại chuyên doanh; các tổng kho,... và mạng lưới bán buôn, bán lẻ trên từng địa bàn, từ đó có các biện pháp và chính sách phù hợp để mạng lưới kết cấu hạ tầng thương mại và các phân ngành bán buôn và bán lẻ của ngành thương mại phát triển một cách hài hoà, hợp lý, hiệu quả.

- Để hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp thương mại của Điện Biên, Sở Công Thương cần xây dựng và phối hợp tổ chức thực hiện các đề án về hỗ trợ doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ; đề án hỗ trợ phát triển thương mại điện tử cho doanh nghiệp thương mại; đề án hỗ trợ phát triển phương thức kinh doanh hiện đại cho doanh nghiệp thương mại; đề án hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại áp dụng kỹ thuật, công nghệ kinh doanh hiện đại; đề án hỗ trợ đào tạo, bồi dưỡng nhân lực cho doanh nghiệp thương mại; đề án cải cách các nhà phân phối truyền thống sang hiện đại;...

- Để thu hút đầu tư vào phát triển cơ cấu thương mại quy mô lớn và hiện đại, Sở Công Thương chủ động phối hợp với các cơ quan có liên quan xây dựng và trình UBND tỉnh Điện Biên phê duyệt và ban hành Quy chế khuyến khích đầu tư xây dựng các loại hình thương mại hiện đại trên địa bàn; phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư

để thực hiện xúc tiến đầu tư nhằm thu hút các tập đoàn, công ty phân phối đa quốc gia hàng đầu thế giới vào đầu tư phát triển hệ thống phân phối hiện đại trên địa bàn tỉnh.

- Để tạo lập môi trường cạnh tranh công bằng, Sở Công Thương cần phối hợp với các cơ quan chức năng xây dựng và ban hành một số Quy định về các hành vi giao dịch, mua bán hàng hoá trên địa bàn tỉnh, như: Quy định về các hành vi giao dịch nhập hàng của các doanh nghiệp bán lẻ thương mại; Biện pháp quản lý hành vi khuyến mãi của các doanh nghiệp bán lẻ; Hợp đồng đại lý tiêu thụ hàng hoá, nhằm đảm bảo lợi ích của các bên tham gia, đưa hoạt động dịch vụ đại lý của tỉnh vào nề nếp và phát triển.

- Kiện toàn và nâng cao chất lượng hoạt động của Trung tâm Tư vấn và phát triển công nghiệp thuộc Sở Công thương cũng như Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch của tỉnh để hỗ trợ hiệu quả hơn cho các doanh nghiệp. Phát triển các dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu như: nghiên cứu phát triển (R&D), thiết kế mẫu, xúc tiến thương mại, quảng bá thương hiệu, dịch vụ vận chuyển, kho bãi, dịch vụ hải quan, tư vấn xuất khẩu,..../.

PHỤ LỤC I. PHƯƠNG ÁN MẠNG LƯỚI CHỢ TỈNH ĐIỆN BIÊN ĐẾN NĂM 2030

(Ghi chú: MR: Mở rộng, NC: Nâng cấp, XDM: Xây dựng mới)

STT			Giai đoạn			Phân hạng		Phương án	Diện tích (ha)			Dự kiến nhu cầu đầu tư (tỷ đồng)
	Tên chợ	Địa bàn	2022-2025	2026-2030	2031-2050	2020	2030		2030	2020	Tăng thêm	
I. Thành phố Điện Biên Phủ			10	1	2				4,84	3,74	1,11	17,27
1	Chợ Trung tâm I	Phường Mường Thanh				I	I		0,26	0,26		
2	Chợ Trung tâm II	Phường Him Lam				II	II		0,45	0,45		
3	Chợ Trung tâm III	Phường Tân Thanh				II	II		0,79	0,79		
4	Chợ và Thương mại dịch vụ Mường Thanh	Phường Mường Thanh	x			III	I	NC, MR	0,97	0,32	0,65	10,1
5	Chợ Nam Thanh	Phường Nam Thanh				III	III		0,44	0,44		
6	Chợ Thanh Trường	Phường Thanh Trường	x			III	III	MR	0,29	0,13	0,16	2,5
7	Chợ Noong Bua	Phường Noong Bua				III	III		0,83	0,83		
8	Chợ Phường Thanh Bình	Phường Thanh Bình				III	III		0,19	0,19		
9	Chợ Nà Tấu	Xã Nà Tấu				III	III		0,20	0,20		
10	Chợ Mường Phăng	Xã Mường Phăng				III	III		0,12	0,12		
11	Chợ xã Pá Khoang	xã Pá Khoang		x			III	XDM	0,30		0,30	4,7
12	Chợ xã Nà Nhạn	Xã Nhà Nhạn			x		III	XDM	1,23		1,23	19,2

13	Chợ ĐM nông sản	Xã Thanh Minh			x		Chợ ĐM	XDM	1,00		1,00	10,0
II. Huyện Điện Biên			8	5	8				8,58	1,91	6,67	167,34
1	Chợ Bản Phủ	Xã Noong Hẹt	x			II	I	NC	0,6	0,60		80
2	Chợ Noong Hẹt	Xã Noong Hẹt				III	III		0,44	0,44		
3	Chợ Pom Lót	xã Pom Lót	x			III	III	MR	0,49	0,24	0,25	3,9
4	Chợ Mường Nhà	Xã Mường Nhà				III	III		0,25	0,25		
5	Chợ Thanh Hưng	Xã Thanh Hưng				III	III		0,19	0,19		
6	Chợ Thanh Chăn	Xã Thanh Chăn				III	III		0,06	0,06		
7	Chợ Núa Ngam	xã Núa Ngam	x			III	III	MR	0,17	0,13	0,04	0,6
8	Chợ cửa khẩu Tây Trang	xã Na U'	x				III	XDM	1		1	15,6
9	Chợ đầu mối nông sản Sam Mứn	xã Sam Mứn		x			Chợ ĐM	XDM	3		3	30,0
10	Chợ trung tâm huyện Điện Biên	xã Thanh Xương		x			II	XDM	0,58		0,58	9,1
11	Chợ bản Na Ten	xã Hua Thanh		x			III	XDM	0,5		0,5	7,8
12	Chợ cửa khẩu Huổi Puốc	xã Mường Lói		x			III	XDM	1		1	15,6
13	Chợ xã Na U'	xã Na U'		x			III	XDM	0,3		0,3	4,7
14	Chợ xã Hẹ Muông	xã Hẹ Muông			x		III	XDM	0,3		0,3	4,7
15	Chợ bản Tàu	xã Hua Thanh			x		III	XDM	0,5		0,5	7,8
16	Chợ xã Noong Luống	xã Noong Luống			x		III	XDM	0,25		0,25	3,9

17	Chợ xã Thanh Nưa	xã Thanh Nưa			x		III	XDM	0,2		0,2	3,1
18	Chợ xã Thanh Luông	xã Thanh Luông			x		III	XDM	0,2		0,2	3,1
19	Chợ xã Mường Pôn	xã Mường Pôn			x		III	XDM	0,2		0,2	3,1
20	Điểm chợ xã Thanh Yên	xã Thanh Yên			x		III	XDM	0,16		0,16	2,5
21	Chợ trung tâm xã Phú Luông	xã Phú Luông			x		III	XDM	0,3		0,3	4,7
III. Huyện Tuần Giáo			3	3	8				4,44	0,52	3,92	63,59
1	Chợ trung tâm thị trấn	TT. Tuần Giáo	x			II	I	NC, MR	2,19	0,37	1,82	28,4
2	Chợ trung tâm xã Mùn Chung	X. Mùn Chung	x				III	XDM	0,2		0,20	3,1
3	Chợ trung tâm xã Quài Nưa	X. Quài Nưa	x				III	XDM	0,45	0,15	0,30	7,0
4	Chợ xã Rạng Đông	X. Rạng Đông		x			III	XDM	0,5		0,50	7,8
5	Chợ xã Pú Xi	X. Pú Xi		x			III	XDM	0,5		0,50	7,8
6	Chợ xã Nà Sáy	X. Nà Sáy		x			III	XDM	0,6		0,60	9,4
7	Chợ trung tâm xã Mường Thín	X. Mường Thín			x		III	XDM	0,24		0,24	3,8
8	Chợ trung tâm xã Mường Mùn	X. Mường Mùn			x		III	XDM	0,3		0,30	4,7
9	Chợ xã Pú Nhung	X. Pú Nhung			x		III	XDM	0,2		0,20	3,1
10	Chợ xã Mường Khong	X. Mường Khong			x		III	XDM	0,2		0,20	3,1
11	Chợ xã Chiềng Đông	X. Chiềng Đông			x		III	XDM	0,36		0,36	5,6
12	Chợ xã Quài Tở	X. Quài Tở			x		III	XDM	0,5		0,50	7,8

13	Chợ xã Tênh Phong	X. Tênh Phong			x		III	XDM	0,25		0,25	3,9
14	Chợ Phiên bản Chăn	X. Quài Nưa			x		III	XDM	0,24		0,24	3,8
IV. TX. Mường Lay									1,98	1,98	0	0
1	Chợ Đồi Cao	Phường Sông Đà				III	III		0,47	0,47		
2	Chợ Lay Nưa	Xã Lay Nưa				III	III		0,27	0,27		
3	Chợ Nậm Cắn	Phường Na Lay				III	III		0,24	0,24		
4	Chợ Trung tâm Thị xã	Phường Na Lay				II	II		1	1		
	Chợ đầu mối nông sản	Phường Sông Đà			x		Chợ ĐM	XDM	3		3	45,0
V. Điện Biên Đông			6	3	5				3,06	0,71	2,35	36,72
1	Chợ trung tâm huyện	Thị trấn ĐBĐ	x			II	II	MR	0,58	0,29	0,29	4,5
2	Chợ Mường Luân	Xã Mường Luân				III	III		0,15	0,15		
3	Chợ Sư Lư	Xã Phi Nhù				III	III		0,28	0,28		
4	Chợ trung tâm xã Háng Lìa	Xã Háng Lìa	x				III	XDM	0,20		0,20	3,1
5	Chợ xã Luân Giới	Xã Luân Giới	x				III	XDM	0,16		0,16	2,5
6	Chợ xã Nong U	Xã Nong U	x				III	XDM	0,10		0,10	1,6
7	Chợ xã Chiềng Sơ	Xã Chiềng Sơ		x			III	XDM	0,30		0,30	4,7
8	Chợ xã Xa Dung	Xã Xa Dung		x			III	XDM	0,80		0,80	12,5
9	Chợ xã Keo Lô	Xã Keo Lô		x			III	XDM	0,50		0,50	7,8
10	Chợ xã Na Son	Xã Na Son			x		III	XDM	0,20		0,20	3,1
11	Chợ xã Pu Nhi	Xã Pu Nhi			x		III	XDM	0,20		0,20	3,1

12	Chợ xã Tĩa Đình	Xã Tĩa Đình			x		III	XDM	0,30		0,30	4,7
13	Chợ xã Phình Giàng	Xã Phình Giàng			x		III	XDM	0,30		0,30	4,7
14	Chợ xã Pú Hồng	Xã Pú Hồng			x		III	XDM	0,30		0,30	4,7
VI. Mường Nhé			4	3	5				3,64	1,65	1,99	31,0938
1	Chợ Trung tâm huyện	Xã Mường Nhé	x			II	II	MR	1,46	1,3	0,16	2,5
2	Chợ xã Mường Toong	Xã Mường Toong				III	III		0,35	0,35		
3	Chợ Nậm Vì	Nậm Vì	x				III	XDM	0,05		0,05	0,8
4	Chợ Huổi Léch	Huổi Léch	x				III	XDM	0,05		0,05	0,8
5	Chợ Pá Mỳ	Pá Mỳ		x			III	XDM	0,2		0,2	3,1
6	Chợ A Pa Chải trong khu Cửa khẩu	Sín Thầu		x			III	XDM	1,03		1,03	16,1
7	Chợ bản Cà Là Pá	Leng Su Sìn		x			III	XDM	0,5		0,5	7,8
8	Chợ Sín Thầu	Sín Thầu			x		III	XDM	0,16		0,16	2,5
9	Chợ Sen Thượng	Sen Thượng			x		III	XDM	0,1		0,1	1,6
10	Chợ Leng Su Sìn	Leng Su Sìn			x		III	XDM	0,16		0,16	2,5
11	Chợ Chung Chải	Chung Chải			x		III	XDM	0,16		0,16	2,5
12	Chợ Nậm Kè	Nậm Kè			x		III	XDM	0,16		0,16	2,5
VII. Mường Chà			2	2	2				0,82	0,22	0,60	9,38
1	Chợ thị trấn Mường Chà	Thị trấn Mường Chà				III	III		0,22	0,22		
2	Chợ xã Huổi Lèng	xã Huổi Lèng	x				III	XDM	0,20		0,20	3,1

3	Chợ xã Nậm Nèn	xã Nậm Nèn		x			III	XDM	0,20		0,20	3,1
4	Chợ xã Ma Thì Hồ	xã Ma Thì Hồ		x			III	XDM	0,20		0,20	3,1
5	Chợ xã Mường Mươn	xã Mường Mươn			x		III	XDM	0,10		0,10	1,6
6	Chợ xã Hừa Ngải	xã Hừa Ngải			x		III	XDM	0,11		0,11	1,7
VIII. Nậm Pồ			4	4	7				3,52	0,90	2,62	88,28
1	Chợ cụm xã Chà Cang	Xã Chà Cang				III	III		0,5	0,5		
2	Chợ Vàng Léch	Xã Nậm Tin				III	III		0,21	0,21		
3	Chợ trung tâm xã	Xã Nà Búng	x				III	XDM	0,50		0,50	7,8
4	Chợ Trung tâm xã Nà Hỳ	Xã Nà Hỳ	x				III	XDM	0,31	0,19	0,12	4,8
5	Chợ biên giới	Xã Nà Búng		x			III	XDM	0,20		0,20	3,1
6	Chợ trung tâm huyện	Xã Nậm Chua		x			II	XDM	1,00		1,00	60,0
7	Chợ trung tâm xã	Xã Nà Khoa		x			III	XDM	0,30		0,30	4,7
8	Chợ trung tâm xã	Xã Na Cô Sa		x			III	XDM	0,50		0,50	7,8
9	Chợ biên giới	Xã Si Pa Phìn			x		III	XDM	0,20		0,20	3,1
10	Chợ trung tâm xã	Xã Chà Tở			x		III	XDM	0,50		0,80	12,5
11	Chợ trung tâm xã	Xã Si Pa Phìn			x		III	XDM	0,15		0,15	2,3
12	Chợ trung tâm xã	Xã Nậm Khăn			x		III	XDM	0,20		0,20	3,1
13	Chợ trung tâm xã Chà Nưa	Xã Chà Nưa			x		III	XDM	0,30		0,30	4,7

14	Chợ Trung tâm xã Phìn Hồ	Xã Phìn Hồ			x		III	XDM	0,75	0,4	0,35	11,7
15	Chợ trung tâm xã	Xã Vàng Đán			x		III	XDM	0,35		0,35	5,5
IX. Mường Ảng			3	2	2				2,51	1,58	0,93	34,0625
1	Chợ trung tâm huyện	Thị trấn Mường Ảng				III	II	NC	1,29	1,58	-0,29	15
2	Chợ trung tâm xã Búng Lao	Xã Búng Lao	x				III	XDM	0,5		0,5	7,8
3	Chợ xã Xuân Lao	Xã Xuân Lao	x				III	XDM	0,3		0,3	4,7
4	Chợ xã Mường Đăng	Xã Mường Đăng		x			III	XDM	0,15		0,15	2,3
5	Chợ xã Ngòi Cáy	Xã Ngòi Cáy		x			III	XDM	0,27		0,27	4,2
6	Chợ xã Mường Lạn	Xã Mường Lạn			x		III	XDM	0,3		0,3	4,7
7	Chợ xã Năm Lịch	Xã Năm Lịch			x		III	XDM	0,3		0,3	4,7
X. Tủa Chùa			3	3	4				4,88	2,31	2,57	56,97
1	Chợ Trung tâm huyện	TT Tủa Chùa	x			II	II	CT	0,95	0,95		15
2	Chợ Tả Sìn Thàng	Xã Tả Sìn Thàng	x			III	III	MR	0,56	0,26	0,30	4,7
3	Chợ Xá Nhè	Xã Xá Nhè	x			III	III	MR	0,79	0,72	0,07	1,1
4	Chợ xã Huổi Sớ	Xã Huổi Sớ		x			III	XDM	1,27	0,27	1,00	15,7
5	Chợ xã Sính Phình	Xã Sính Phình		x			III	XDM	0,2		0,20	3,1
6	Chợ xã Tủa Thàng	Xã Tủa Thàng		x			III	XDM	1,11	0,11	1,00	17,3
7	Chợ xã Mường Đun	Xã Mường Đun			x		III	XDM	0,4		0,40	6,3

8	Chợ xã Tả Phìn	xã Tả Phìn			x		III	XDM	0,2		0,20	3,1
9	Chợ xã Trung Thu	Xã Trung Thu			x		III	XDM	0,05		0,05	0,8
10	Chợ Xã Mường Báng	Xã Mường Báng			x		III	XDM	0,4		0,40	6,3
	Tổng số								38,27	15,52	22,76	504,71

PHỤ LỤC II. DANH MỤC DỰ ÁN ƯU TIÊN ĐẾN NĂM 2030

STT	Dự án	Địa điểm	Quy mô đến năm 2030 (ha)	Vốn đầu tư dự kiến (Tỷ đồng)	Giai đoạn thực hiện dự kiến	Ghi chú
1	Chợ và Thương mại dịch vụ Mường Thanh	Phường Mường Thanh, TP Điện Biên Phủ	1,81	193,2	2022-2025	QĐ số 535/QĐ-UBND, ngày 22/3/2022
2	Nâng cấp chợ Bản Phủ lên hạng I	Xã Noong Hẹt, Huyện Điện Biên	0,6	80	2022-2025	QH chợ Quốc gia
3	Chợ đầu mối nông sản Sam Mứn	Xã Sam Mứn, Huyện Điện Biên	3	30	2026-2030	Vùng sản xuất
4	Chợ cửa khẩu Tây Trang	Xã Na U', Huyện Điện Biên	1	16	2022-2025	Kinh tế cửa khẩu
5	Chợ cửa khẩu Huổi Puốc	Xã Mường Lói, huyện Điện Biên	1	16	2026-2030	Kinh tế cửa khẩu
6	Nâng cấp chợ trung tâm thị trấn Tuần Giáo hạng I	TT. Tuần Giáo, huyện Tuần Giáo	2,19	28	2022-2025	QH chợ Quốc gia
7	Chợ biên giới A Pa Chải	Xã Sín Thầu, huyện Mường Nhé	1,03	16	2026-2030	Kinh tế cửa khẩu
8	Chợ Trung tâm huyện Nậm Pồ	Xã Nậm Chua, huyện Nậm Pồ	1	60	2026-2030	
Các Dự án trung tâm thương mại						
1	Trung tâm thương mại thành phố Điện Biên Phủ giai đoạn II (Chợ trung tâm 1)	Phường Mường Thanh, tp Điện Biên Phủ	1,23	70	2026-2030	
2	Khu liên hợp Trung tâm thương mại, dịch	Tp Điện Biên Phủ	20	300	2026-2030	

	vụ, vui chơi giải trí (dọc trục đường 60m)					
3	Khu thương mại dịch vụ kết hợp với sinh hoạt cộng đồng	Xã Thanh Minh, Phường Nam Thanh, tp. Điện Biên Phủ	160	1500	2026- 2030	
4	Trung tâm thương mại và dịch vụ cụm xã Mường Luân	Xã Mường Luân, huyện Điện Biên Đông	65	500	2026- 2030	
5	Trung tâm thương mại, dịch vụ và khách sạn huyện Mường Nhé	Huyện Mường Nhé	1,8	150	2026- 2030	
6	Trung tâm Thương mại thị trấn Mường Ảng	Thị trấn Mường Ảng, huyện Mường Ảng	1,5	50	2026- 2030	
7	Trung tâm thương mại và dịch vụ Tuần Giáo	Thị trấn Tuần Giáo, huyện Tuần Giáo	1	30	2026- 2030	
8	Khu dịch vụ, thương mại và du lịch Cửa khẩu Huổi Puốc	Huyện Điện Biên	13	184	2026- 2030	
9	Khu dịch vụ, thương mại KKT cửa khẩu Tây Trang	Huyện Điện Biên	10	185	2026- 2030	