

## PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. Sự cần thiết cần rà soát điều chỉnh bổ sung quy hoạch

Năm 2007, Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái đã có quyết định số 406/QĐ-UBND ngày 30/3/2007 về việc phê duyệt Dự án Quy hoạch phát triển và đầu tư xây dựng mạng lưới chợ tỉnh Yên Bái đến năm 2015. Đến nay, sau một thời gian triển khai tổ chức thực hiện, quy hoạch mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh đã có những kết quả trong việc đầu tư nâng cấp, cải tạo mạng lưới chợ; phân cấp hoạt động chợ theo hiệu quả kinh doanh và hình thức tổ chức quản lý từ đó có những kiến nghị, đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và hiệu quả đầu tư cho mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh trong những thời kỳ tiếp theo.

Mặc dù có những kết quả thực hiện nhưng Dự án Quy hoạch phát triển và đầu tư xây dựng mạng lưới chợ tỉnh Yên Bái đến năm 2015 tuy mới trải qua một thời gian thực hiện không nhiều cũng đã bộc lộ những thiếu sót, bất cập nhất là trong giai đoạn tới khi thị trường tiêu dùng trong nước nói chung và thị trường tỉnh Yên Bái sẽ hình thành hệ thống phân phối bán lẻ bao gồm các siêu thị, trung tâm thương mại (TTTM), cửa hàng tự chọn hiện đại cùng song song tồn tại và phát triển với mạng lưới chợ truyền thống.

Từ nay đến năm 2020, để thực hiện được các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh sẽ xuất hiện các nhân tố có ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM như:

- Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta ngày càng sâu rộng, có ảnh hưởng trực tiếp đến các yếu tố cung cầu, thị trường, đặc biệt là thói quen tiêu dùng, mua sắm.

- Sự gia tăng dân số, thu nhập của đời sống nhân dân được cải thiện, quá trình đô thị hoá được tăng cường sẽ làm tăng nhu cầu tiêu dùng của các tầng lớp dân cư trên địa bàn tỉnh....

- Quy hoạch kinh tế xã hội đi kèm với quy hoạch cơ sở hạ tầng ngày một hiện đại là cơ sở phát sinh các nhu cầu về thị trường, địa điểm mua sắm, trao đổi, giao lưu thương mại.

Trong đó phát triển thị trường thương mại nội địa, nội tỉnh phục vụ cho nhu cầu người tiêu dùng địa phương được xác định là mục tiêu hàng đầu cho kế hoạch phục hồi và phát triển nền kinh tế.

Do vậy, việc điều chỉnh bổ sung quy hoạch chi tiết mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM tỉnh Yên Bái đến 2015 và định hướng 2020 là vô cùng cần thiết, vừa đảm bảo tính kế thừa và phát triển các vị trí đã được quy hoạch, xoá bỏ, di dời các điểm không còn phù hợp từ đó có những tính toán xây dựng bổ sung các vị trí quy hoạch, đồng thời đề ra các giải pháp xây dựng và tổ chức quản lý kinh doanh hoạt động mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM phù hợp quá trình phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh và đảm bảo

hệ thống hệ thống phân phối hợp lý giữa nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội với khả năng cung ứng đến năm 2020.

## 2. Các căn cứ xây dựng quy hoạch

- Căn cứ Luật thương mại ngày 14 tháng 6 năm 2005.
- Thông tư số 05/2003/TT-BKH ngày 22/7/2003 của Bộ Kế hoạch - Đầu tư hướng dẫn về nội dung, trình tự lập, thẩm định và quản lý các dự án quy hoạch phát triển ngành và quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội lãnh thổ;
- Nghị định số 08/2005/NĐ-CP ngày 24/01/2005 của Chính phủ về quy hoạch xây dựng; Nghị định số 92/2006/NĐ-CP ngày 07/9/2006 của Chính Phủ về việc lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội;
- Thông tư số 03/2008/TT-BKH ngày 01/7/2003 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư về Hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 04/2008/NĐ-CP ngày 11/01/2008 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 92/2006/NĐ-CP ngày 07 tháng 9 năm 2006 của Chính phủ về lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội;
- Quyết định 281/2007/QĐ-BKH ngày 23/3/2007 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư về việc Ban hành định mức chi phí cho lập, thẩm định quy hoạch và điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội, quy hoạch ngành và quy hoạch các sản phẩm chủ yếu;
- Công văn số 1031/BKH-CLPT ngày 26/02/2004 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư về việc Hướng dẫn và giải thích khung giá, định mức xây dựng quy hoạch tổng thể;
- Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/1/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ;
- Nghị định số 114/2009/NĐ-CP ngày 23/12/2009 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/1/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ;
- Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/9/2004 của Bộ Thương mại về việc ban hành Quy chế Siêu thị, TTTM;
- Tiêu chuẩn Việt nam TCVN 6161 : 1996 Phòng cháy chữa cháy - Chợ và TTTM: Yêu cầu thiết kế;
- Quyết định số 13/QĐ/2006/QĐ-BXD ngày 19/4/2006 của Bộ Xây dựng về việc ban hành TCXDVN 361 : 2006 “Chợ - Tiêu chuẩn thiết kế”;
- Quyết định số 04/2008/QĐ-BXD ngày 03 tháng 4 năm 2008 về việc ban hành: “Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Quy hoạch xây dựng”;
- Quyết định số 27/2007/QĐ-TTg ngày 15/2/2007 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án phát triển thương mại trong nước đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020;

- Quyết định số 012/QĐ-BCT ngày 26/12/2007 của Bộ Công Thương phê duyệt quy hoạch tổng thể mạng lưới chợ trên phạm vi toàn quốc đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020;

- Nghị quyết 30a/2008/NQ-CP ngày 27/12/2008 của Chính phủ về chương trình hỗ trợ giảm nghèo nhanh và bền vững đối với 61 huyện nghèo;

- Công văn số 7441/BCT-TTTN ngày 22/8/2008 của Bộ Công Thương về việc lập quy hoạch mạng lưới cơ sở bán buôn, bán lẻ tại địa phương;

- Công văn số 857/UBND-CN ngày 25/5/2009 của Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái về việc lập các dự án quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, lĩnh vực, sản phẩm;

- Báo cáo điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Yên Bái thời kỳ 2006 - 2020;

- Quyết định số 1158/QĐ-UBND ngày 13/8/2009 của Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái về việc phê duyệt nhiệm vụ, dự toán xây dựng dự án Quy hoạch mạng lưới chợ, siêu thị, trung tâm thương mại tỉnh Yên Bái đến năm 2015, định hướng đến năm 2020;

- Dự án điều chỉnh quy hoạch phát triển GTVT tỉnh Yên Bái giai đoạn 2003 - 2010 định hướng đến năm 2020;

- Dự án rà soát quy hoạch tổng thể bố trí dân cư tỉnh Yên Bái theo quyết định 193/2006/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ giai đoạn 2008 - 2010 và định hướng đến năm 2015;

- Quyết định số 406/QĐ-UBND ngày 30/3/2007 về việc phê duyệt Dự án “*Quy hoạch phát triển và đầu tư xây dựng mạng lưới chợ tỉnh Yên Bái đến năm 2015*”;

Quyết định số: 673/QĐ-UBND ngày 18 tháng 5 năm 2009 của Ủy ban nhân dân tỉnh, về việc: phê duyệt “*Quy hoạch tổng thể hệ thống khu, cụm công nghiệp tại tỉnh Yên Bái giai đoạn 2008-2015, định hướng đến 2020*”

### **3. Mục tiêu của dự án**

Quy hoạch chi tiết mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM tỉnh Yên Bái đến 2015 và định hướng 2020 đảm bảo các điều kiện cho đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng trên địa bàn tỉnh, đảm bảo tiêu chuẩn kỹ thuật thiết kế, PCCC, vệ sinh môi trường và phù hợp với cảnh quan đô thị. Nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động phân phối trên địa bàn. Qua đó để các ngành xác định những nhân tố ảnh hưởng đến điểm và vị trí xây dựng cửa hàng cần phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội, làm căn cứ pháp lý trong việc đầu tư xây dựng cửa hàng chợ, siêu thị, TTTM mang tính khả thi cao từ nay đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020.

### **4. Các phương pháp thực hiện dự án**

- Phương pháp điều tra, khảo sát.
- Phương pháp phân tích, tổng hợp
- Phương pháp thống kê.
- Phương pháp chuyên gia.

## **5. Sản phẩm của dự án**

- 20 bản báo cáo tổng hợp "Quy hoạch mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trên địa bàn tỉnh Yên Bái đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020" kèm theo 20 bản đồ thực trạng và quy hoạch (khổ giấy A3).

- 20 bản báo cáo tóm tắt dự án.

- 02 bản đồ hiện trạng và quy hoạch khổ lớn.

- Hệ thống biểu bảng, phụ lục.

## **6. Kết cấu của dự án**

Ngoài phần mở đầu và kết luận, dự án được xây dựng gồm 5 phần:

**Phần thứ nhất:** Các điều kiện và yếu tố phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trên địa bàn tỉnh Yên Bái.

**Phần thứ hai:** Hiện trạng phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM.

**Phần thứ ba:** Dự báo cung cầu thị trường hàng hoá và xu hướng phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trên địa bàn tỉnh đến năm 2020.

**Phần thứ tư:** Quy hoạch mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trên địa bàn tỉnh đến năm 2015, định hướng đến năm 2020.

**Phần thứ năm:** Các giải pháp và tổ chức thực hiện quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM tỉnh đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020.

## PHẦN THỨ NHẤT

### **CÁC ĐIỀU KIỆN VÀ YẾU TỐ PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH YÊN BÁI**

#### **I. VỊ TRÍ, VAI TRÒ CỦA MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI**

Từ thừa sơ khai, con người đã biết trao đổi những công cụ lao động, những sản phẩm làm ra để phục vụ cho quá trình sinh hoạt và tồn tại của mình. Cuộc sống phát triển, phương thức trao đổi giữa người với người cũng dần thay đổi và phát triển với xu hướng ngày một thuận tiện hơn và từ quá trình vận động liên tục đó đã xuất hiện hình thức trao đổi, mua bán hàng hoá tại các không gian và thời gian cố định mà cho đến nay chúng ta vẫn gọi là “chợ”.

Trao đổi, mua bán thông qua chợ chính là hình thức sơ khai nhất nhưng cũng là hình thức tồn tại lâu đời nhất trong quá trình vận động của các loại hình kinh doanh thương mại cho đến nay. Theo thống kê chưa đầy đủ của Bộ Công Thương, tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ và doanh thu dịch vụ xã hội hàng năm thông qua chợ chiếm từ 20% - 30% tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ và doanh thu dịch vụ xã hội của cả nước trong đó cá biệt một số địa phương có chợ đầu mối con số này lên đến sắp xỉ 40%. Theo Quy hoạch tổng thể mạng lưới chợ trên phạm vi toàn quốc đến năm 2010, định hướng đến năm 2020 của Bộ Công Thương ban hành ngày 26 tháng 12 năm 2007 thì chỉ tính riêng số chợ đầu mối, chợ loại I và chợ biên giới trong toàn quốc đến năm 2007 đã có 368 chợ và dự kiến đến năm 2020 sẽ có 966 chợ trong đó xây mới thêm 598 chợ. Nếu tính tất cả các loại chợ thì trong toàn quốc ước tính sẽ có khoảng 14.000 - 16.000 chợ lớn nhỏ và con số này sẽ tiếp tục tăng trong những năm tiếp theo. Ở mét gac, hng n, m hng ngh, n tú, uic lu, n chuy, n th, ng qua chi, hng tri, u người cũ c, ng, n vi, 0c l, m v, m cũ cu, c s, ng no, n, nh, c, c ho, t, éng bu, n trong chi, áng th, i mét l, ıng lí n, n, ng s, ı, n, th, 0c ph, 0m uic ti, u th, 0, m b, ıo ngu, ın l, ı-ng th, 0c cho người d, 0n.

Những con số thống kê trên đây đã khẳng định được vai trò và tầm quan trọng của mạng lưới chợ trong nền kinh tế nói chung đặc biệt là khu vực kinh tế nội địa. Trong một vài năm trở lại đây, khi chính sách mở cửa nền kinh tế của Đảng và Nhà nước ta đã dần đi vào cuộc sống và nhận thức của người dân thì việc tiếp nhận những luồng văn hoá mới nói chung và văn hoá thị trường nói riêng ngày một sâu rộng trong đó việc thay đổi dần tập quán tiêu dùng của một bộ phận người dân từ hoạt động chợ truyền thống sang các các hình thức thương mại hiện đại như siêu thị, TTTM, cửa hàng tiện ích là một yếu tố khách quan và tuân theo đúng quy luật phát triển. Hệ thống siêu thị, TTTM và cửa hàng tự chọn xuất hiện ngày một nhiều nhất là tại địa bàn các thành phố lớn, các khu đô thị, dân cư tập trung, theo thống kê của Bộ Công Thương, năm 2005 cả nước mới có khoảng 200 siêu thị, 30 TTTM và gần 1.000 cửa

hàng tiện ích hoạt động tại 30/64 tỉnh thành. Đến năm 2008, con số đã tăng gấp đôi, và dự kiến đến 2010 sẽ có khoảng 700 - 750 siêu thị, 150 TTTM qui mô lớn và hàng chục ngàn cửa hàng tiện ích. Không kể các hệ thống do nước ngoài đầu tư như Metro, Big C; tại Việt Nam hiện có hơn 10 hệ thống siêu thị do các doanh nghiệp trong nước làm chủ, đang “ăn nên làm ra” với tốc độ tăng trưởng 30- 45%/năm, có mạng lưới từ 5 đến 30 điểm kinh doanh như Co-opmart, Citimart, Bài Thơ Mart, Hapro, Vinatexmart, Fivimart... Các hệ thống này đang gia tăng tốc độ “phủ sóng” ở các địa phương. Để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trong nước cũng như đón các cơ hội kinh doanh, mục tiêu phát triển thương mại trong nước, theo đề án của Bộ Công thương, là nâng tỉ trọng mức bán lẻ hàng hóa qua loại hình thương mại hiện đại (siêu thị, TTTM, cửa hàng tiện ích...) khoảng 160 nghìn tỷ đồng vào năm 2010, đến năm 2020 đạt 40%, khoảng 800 nghìn tỷ đồng.

Việc phát triển và gia tăng mạnh mẽ về chất và lượng của hệ thống các siêu thị, TTTM, cửa hàng tiện ích và các loại hình chợ truyền thống phản ánh sức hấp dẫn của thị trường bán lẻ Việt Nam. Từ những số liệu thống kê trên đây cho thấy hiện nay tỷ trọng mức bán lẻ hàng hoá hay vai trò cung ứng hàng hoá qua loại hình chợ truyền thống vẫn chiếm ưu thế so với loại hình thương mại hiện đại nhưng trong những năm tới tỷ lệ này sẽ dần cân bằng và ưu thế sẽ thuộc về loại hình thương mại hiện đại vào những năm 2020 trở đi. Do đó việc nhận định vị trí, vai trò của hai loại hình thương mại truyền thống và hiện đại trong định hướng phát triển kinh tế - xã hội của nước ta và đặc biệt là của các tỉnh miền núi kinh tế khó khăn như Yên Bái cần phải có cái nhìn tương đương nghĩa là phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM, cửa hàng tiện ích phải có tính đồng bộ, kết hợp và hài hoà giữa hai hình thức nhằm mang lại hiệu quả cao nhất trong việc xây dựng hạ tầng thương mại nói chung và đảm bảo phục vụ tốt nhất nhu cầu của người dân.

## II. CÁC ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN - KINH TẾ - XÃ HỘI ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI

### 1. Điều kiện tự nhiên

#### 1.1. Vị trí địa lý

Yên Bái là một tỉnh miền núi, nằm ở khu vực chuyển tiếp giữa vùng Tây Bắc và Trung du Bắc Bộ. Phía Bắc giáp tỉnh Lào Cai, phía nam giáp tỉnh Phú Thọ, phía Đông giáp tỉnh Hà Giang và Tuyên Quang, phía Tây giáp tỉnh Sơn La và Lai Châu. Tổng diện tích tự nhiên 6.899,49 km<sup>2</sup> chiếm 2,1% diện tích cả nước và đứng thứ 15 trong tổng số 63 tỉnh thành trong cả nước.

Yên Bái có 9 đơn vị hành chính cấp huyện (1 thành phố, 1 thị xã và 7 huyện) với tổng số 180 xã, phường, thị trấn. Toàn tỉnh có 70 xã vùng cao và 70 xã đặc biệt khó khăn, trong đó có 55 xã vừa là xã vùng cao vừa là xã đặc biệt khó khăn.

Tuy nằm sâu trong nội địa nhưng tỉnh Yên Bái là cửa ngõ của vùng Tây Bắc, là đầu mối của tuyến đường giao thông giữa Đông bắc và Tây Bắc có tuyến đường sắt và Quốc lộ 70 nối thủ đô Hà Nội với cửa khẩu quốc tế Lào Cai chạy qua nên tương đối thuận lợi giao thông đi lại với tỉnh bạn. Trong tương lai, tỉnh Yên Bái sẽ nằm trên hành

lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hà Phòng. Đây là một trong những tuyến kinh tế chủ lực quan trọng trong quan hệ giữa Việt Nam và Trung Quốc. Việc hình thành tuyến hành lang kinh tế này sẽ tạo điều kiện thuận lợi để các tỉnh của hai nước nằm trên tuyến hành lang có cơ hội phát triển kinh tế - xã hội và đưa các hoạt động kinh tế, thương mại và giao lưu văn hoá giữa hai nước đi vào nề nếp và đạt hiệu quả cao. Điều đó có ảnh hưởng rất tích cực tới sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Yên Bái.

## **1.2. Các yếu tố tự nhiên**

### **a) Địa hình**

Yên Bái có đặc điểm địa hình cao từ Đông Nam lên Tây Bắc và được kiến tạo bởi 3 dãy núi lớn đều có hướng chạy Tây Bắc - Đông Nam.

- Phía Tây có dãy Hoàng Liên Sơn - Pú Luông là dãy núi cao nhất của tỉnh với đỉnh Púng Luông cao 2.985 m nằm giữa sông Hồng và sông Đà.

- Tiếp theo là dãy núi cổ Con Voi nằm giữa sông Hồng và sông Chảy.

- Phía Đông có dãy núi đá vôi nằm giữa sông Chảy và sông Lô.

Địa hình chia cắt phức tạp, nhưng có thể chia ra thành 2 vùng lớn:

- Vùng cao: Có độ cao trung bình so với mặt biển từ 600 m trở lên, gồm 70 xã với diện tích chiếm 67,56% diện tích toàn tỉnh, là vùng có địa hình chia cắt, nhiều núi cao, giao thông đi lại khó khăn, các tiềm năng về đất đai, lâm sản, khoáng sản còn chưa được khai thác hết để phát triển kinh tế - xã hội.

- Vùng thấp: Có độ cao trung bình so với mặt biển dưới 600 m, chủ yếu là địa hình đồi núi thấp và thung lũng bồn địa, chiếm 32,44% diện tích toàn tỉnh, giao thông đi lại thuận tiện, hệ thống kết cấu hạ tầng được đầu tư xây dựng, nhất là các đô thị.

### **b) Thời tiết, khí hậu**

Khí hậu tỉnh Yên Bái là khí hậu nhiệt đới gió mùa, nằm gần chí tuyến Bắc nên bức xạ thấp hơn các tỉnh phía Nam và đồng bằng Bắc Bộ. Do địa hình nhiều núi cao nên nhiệt độ trung bình hàng năm thấp từ 22 - 23<sup>0</sup>C, tổng nhiệt độ cả năm 7.500 - 8.000<sup>0</sup>C. Lượng mưa trung bình hàng năm lớn từ 1.500 - 2.200 mm/năm. Độ ẩm tương đối trung bình hàng năm cao từ 83 - 87% rất thuận lợi cho phát triển sản xuất nông lâm nghiệp.

Do địa hình có nhiều núi cao và bị chia cách mạnh nên đã tạo ra các tiểu vùng khí hậu khác nhau, vì thế có thể chia Yên Bái thành 5 tiểu vùng khí hậu. Tiểu vùng Mù Cang Chải với độ cao trung bình 900 m, nhiệt độ trung bình 18<sup>0</sup>C - 20<sup>0</sup>C, có khi dưới 0<sup>0</sup>C về mùa đông, thích hợp phát triển các hoạt động thực vật vùng ôn đới. Tiểu vùng Văn Chấn - Nam Văn Chấn, độ cao trung bình 800 m, nhiệt độ trung bình 18<sup>0</sup>C - 20<sup>0</sup>C, phía Bắc là tiểu vùng mưa nhiều, phía Nam là vùng mưa ít nhất tỉnh, thích hợp phát triển các loại động, thực vật á nhiệt đới, ôn đới. Tiểu vùng Văn Chấn - Tú Lệ, độ cao trung bình 200 - 400 m, nhiệt độ trung bình 21<sup>0</sup>C - 32<sup>0</sup>C, thích hợp phát triển các loại cây lương thực, thực phẩm, chè vùng thấp, vùng cao, cây ăn quả và cây lâm nghiệp. Tiểu vùng nam Trấn Yên, Văn Yên, thành phố Yên Bái, Ba Khe, độ cao trung bình 70 m, nhiệt độ trung bình 23<sup>0</sup>C - 24<sup>0</sup>C, là vùng mưa phùn nhiều nhất tỉnh, có

điều kiện phát triển cây lương thực, thực phẩm, cây công nghiệp, lâm nghiệp, cây ăn quả. Tiểu vùng Lục Yên - Yên Bình độ cao trung bình dưới 300 m, nhiệt độ trung bình 20<sup>0</sup>C - 23<sup>0</sup>C, là vùng có mặt nước nhiều nhất tỉnh, có hồ Thác Bà rộng 19.050 ha, có điều kiện phát triển cây lương thực, thực phẩm, lâm nghiệp và nuôi trồng thủy sản, có tiềm năng du lịch.

### **1.3. Tài nguyên thiên nhiên**

#### **a) Tài nguyên đất**

Theo số liệu kiểm kê đất đến ngày 01/1/2009 của tỉnh Yên Bái, tổng diện tích đất tự nhiên toàn tỉnh là 689.949,05 ha, tăng 0,17% (tương đương 1.171,66 ha) so với thời điểm 01/1/2005, xấp xỉ bằng 2% diện tích đất tự nhiên của cả nước, xếp thứ 8 so với 11 tỉnh thuộc vùng núi phía Bắc về quy mô đất đai, trong đó:

- Đất nông nghiệp 549.104,31 ha, chiếm 79,59% diện tích toàn tỉnh.
- Đất phi nông nghiệp 47.906,46 ha, chiếm 6,94% diện tích toàn tỉnh.
- Đất chưa sử dụng 92.938,28 ha, chiếm 13,47% diện tích toàn tỉnh, trong đó: Đất đồi núi 85.936,52 ha bằng 92,47% diện tích đất chưa sử dụng.

#### **b) Tài nguyên rừng**

Theo số liệu thống kê năm 2009, toàn tỉnh Yên Bái có 415.221 ha trong đó rừng tự nhiên là 231.902 ha chiếm gần 56%, rừng trồng là 183.319 ha chiếm 44%. Tỷ lệ che phủ của rừng đạt 58%.

#### **c) Tài nguyên khoáng sản**

Theo điều tra khảo sát, tài nguyên khoáng sản của Yên Bái rất đa dạng nhưng đều thuộc loại mỏ nhỏ, chỉ phù hợp với sản xuất công nghiệp địa phương, nhưng cũng là một lợi thế so với tỉnh lân cận. Tổng số hiện có 257 mỏ và điểm mỏ thuộc các nhóm năng lượng, vật liệu xây dựng, khoáng chất công nghệ, kim loại và nước khoáng:

- Nhóm khoáng sản năng lượng: Gồm các loại than nâu, than antraxít, than bùn và đá chứa dầu, phân bố hầu hết dọc sông Hồng, sông Chảy và các thung lũng bồn địa như Phù Nham, Văn Chấn.

- Nhóm khoáng sản vật liệu xây dựng: Gồm đá vôi, đá ốp lát, sét gạch ngói, cát sỏi... được phân bố rộng rãi trên địa bàn tỉnh.

- Nhóm khoáng sản công nghiệp: Gồm các nguyên liệu công nghiệp: nguyên liệu phân bón, nguyên liệu hoá chất, đặc biệt là đá quý và đá bán quý được phân bố tại các huyện Lục Yên, Yên Bình và Trấn Yên.

- Nhóm khoáng sản kim loại: Gồm các loại kim loại đen (sắt), kim loại màu (đồng, chì, kẽm), kim loại quý (vàng), đất hiếm phân bố chủ yếu bên hữu ngạn sông Hồng.

- Nhóm nước khoáng: Hầu hết các loại nước khoáng tại Yên Bái đều thuộc loại nước khoáng chữa bệnh, được phân bố chủ yếu ở hữu ngạn sông Hồng thuộc các huyện Văn Chấn và Trạm Tấu.

## **2. Điều kiện xã hội**

### **2.1. Dân số - thành phần dân tộc**



Năm 2008 dân số tỉnh Yên Bái là 750.243 người, cơ cấu thành thị và nông thôn tương ứng là 19,46% và 80,54%, cơ cấu dân số nam, nữ tương ứng là 49,63% và 50,37%. Dân cư phân bố không đều giữa các huyện, thị xã, thành phố. Mật độ dân số trung bình toàn tỉnh năm 2008 là 109 người/km<sup>2</sup>, cao nhất là thành phố Yên Bái 878 người/km<sup>2</sup>, thấp nhất là huyện trạm tầu 33 người/km<sup>2</sup>.

Yên Bái có trên 30 dân tộc với nhiều tập quán phong phú và đa dạng, trong đó có 7 dân tộc có số dân trên 10.000 người, 2 dân tộc có từ 2.000 - 5.000 người, 3 dân tộc có từ 500 – 2.000 người, còn lại các dân tộc khác có số dân dưới 500 người. Cơ cấu dân tộc: Kinh chiếm 49,6%, Tày chiếm 18,6%, Dao 10,3%, Mông 8,9%, Thái 6,7%, còn lại là các dân tộc khác.

## 2.2. Lao động

Năm 2008 nguồn lao động là 428.471 người, chiếm 57,1% dân số trung bình, ước năm 2009 là 434.078 người, dự ước năm 2010 là 439.719 người, chiếm 57,71% dân số trung bình. Trong đó số lao động trong độ tuổi năm 2008 là 416.024 người, chiếm 55,45% dân số trung bình, ước thực hiện năm 2009 là 421.487 người, chiếm 55,45% dân số trung bình.

Lao động trong các ngành kinh tế năm 2008 là 386.380 người, ước thực hiện năm 2009 là 395.263 người. Cơ cấu lao động tham gia vào các ngành kinh tế quốc dân đã có sự chuyển dịch theo hướng giảm lao động trong khu vực sản xuất nông lâm nghiệp, tăng lao động trong khu vực sản xuất công nghiệp và dịch vụ. Tuy nhiên, việc chuyển dịch cơ cấu lao động theo ngành cũng còn chậm. Dự báo lao động trong các ngành kinh tế năm 2015 là 426.650 người và năm 2020 là 461.450 người; trong đó cơ cấu lao động trong các ngành kinh tế như sau:

Ngành	TH 2000	TH 2005	Dự ước 2010	Dự báo 2015	Dự báo 2020
<b>Tổng số (%)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
- Nông lâm nghiệp	82,0	72,64	70,00	65,00	60,00
- Công nghiệp xây dựng	5,32	10,4	11,20	15,00	20,00
- Dịch vụ	12,68	16,96	18,80	20,00	20,00

Trình độ lao động nhìn chung còn thấp. Năm 2005 đã có 25% số lao động được đào tạo, trong đó lao động có trình độ đại học và trên đại học có 4%, trung cấp 7%, công nhân kỹ thuật 5%, đào tạo nghề 9%. Riêng trong số cán bộ công chức nhà nước thì cán bộ có trình độ chuyên môn từ cao đẳng trở lên chiếm 77,6%, trung cấp chiếm 9,6%, sơ cấp chiếm 12,7%. Năm 2008 lao động được đào tạo đạt 30,5%, tăng 5,5% so với năm 2009, trong đó đào tạo nghề 13,88%. Năm 2009 tỷ lệ lao động qua đào tạo ước đạt 33%, dự kiến năm 2010 đạt 35%.

## 2.3. Kết quả một số chỉ tiêu xã hội khác

- Tạo việc làm mới cho 17.500 lao động, xuất khẩu 500 lao động.

- Tỷ lệ lao động qua đào tạo 33%.
- Tỷ lệ hộ nghèo còn 15,74%, giảm 5,57% so với năm 2008.
- Số trường đạt chuẩn Quốc gia tăng 08 trường so với năm 2008 đạt 33 trường.
- Mật độ điện thoại bình quân 21 máy/100 dân.
- Tỷ lệ hộ nông thôn được dùng nước hợp vệ sinh 73,1%.

### **3. Điều kiện kinh tế**

#### **3.1. Điều kiện sản xuất**

##### **a) Sản xuất công nghiệp**

Năm 2009, giá trị sản xuất công nghiệp đạt 2.265 tỷ đồng (chưa có giá trị phân phối điện) đạt 100% kế hoạch năm, tăng 33,7% so với năm 2008. Một số sản phẩm công nghiệp chủ yếu tăng cao là: Xi măng + Clinker 1,107 triệu tấn, tăng lần; gạch xây 177,5 triệu viên, tăng 9,4%; nước máy thương phẩm 2,7 triệu m<sup>3</sup>, tăng 20,8%; tinh bột sắn 20.221 tấn, tăng 70,7%... .

Phân theo hình thức quản lý:

- Công nghiệp do Trung ương quản lý đạt: 825,928 tỷ đồng, bằng 89,87% kế hoạch, tăng 45,7% so với năm 2008 chiếm 36,5% giá trị sản xuất công nghiệp toàn tỉnh.

- Công nghiệp do địa phương quản lý đạt: 1.406,117 tỷ đồng, bằng 107,4% kế hoạch, tăng 28,54% so với cùng kỳ, chiếm 62,1% giá trị sản xuất công nghiệp toàn tỉnh trong đó công nghiệp ngoài quốc doanh đạt 1.345,757 tỷ đồng, bằng 131,42% kế hoạch, tăng 57,1% so với cùng kỳ chiếm tỷ trọng 95,7% giá trị sản xuất công nghiệp địa phương.

- Công nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đạt: 32,895 tỷ đồng, bằng 88,9% kế hoạch, giảm 1,36% so với cùng kỳ chiếm tỷ trọng 1,4% giá trị sản xuất công nghiệp toàn tỉnh.

##### **b) Sản xuất nông lâm nghiệp**

Tốc độ tăng trưởng ngành nông lâm nghiệp năm 2009 đạt 4,8%. Giá trị sản xuất nông lâm nghiệp (giá hiện hành) năm 2009 đạt 2.311,02 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 34,02%.

Kết quả một số chỉ tiêu nông lâm nghiệp trong năm 2009:

- Tổng diện tích gieo trồng cây nông nghiệp cả năm đạt 110.323,5 ha, tăng 0,59% so với kế hoạch; giảm 0,81% (904,3 ha) so với năm 2008.

- Tổng sản lượng lương thực có hạt đạt 235.620 tấn vượt 5,66% kế hoạch; tăng 9,42% (20.281,2 tấn) so với năm 2008. Năng suất lúa cả năm đạt 45,18 tạ/ha, vượt 3,16% kế hoạch; năng suất ngô đạt 26,7 tạ/ha vượt 1,64% kế hoạch; năng suất sắn công nghiệp đạt 238,7 tạ/ha.

- Diện tích chè trồng mới và trồng cải tạo 342 ha bằng 67,06% kế hoạch . Sản lượng chè búp tươi đạt trên 80,8 nghìn tấn, tăng 1,0% kế hoạch và tăng 7,7% so với năm 2008. Trồng mới và cải tạo cây ăn quả đạt 144 ha.

- Trồng rừng mới 15.000 ha, bằng 100% kế hoạch, trong đó rừng tập trồng tâm trung 14.157 ha; tỷ lệ che phủ rừng đạt 60%.

- Tổng đàn gia súc chính tăng 4,6% so với cùng kỳ trong đó đàn trâu 112.435 con tăng 2,2%, đàn bò 34.313 con giảm 5,86%, đàn lợn 422.585 con tăng 6,2%. Nuôi trồng thủy sản sản lượng đạt 4.195 tấn.

### **c) Cơ sở hạ tầng**

#### **\* Thủy lợi**

Toàn tỉnh hiện có 770 công trình với thể loại: đập xây, đập đất, hồ chứa cung cấp nước tưới cho trên 13.000 ha lúa và hoa màu. Song do nhiều công trình đã xây dựng từ lâu, không được duy tu, bảo dưỡng thường xuyên nên đã xuống cấp hoặc bị hư hỏng, vì thế cần đầu tư xây dựng, nâng cấp các công trình thủy lợi hiện có và xây mới các công trình thủy lợi nhỏ đủ để đáp ứng cho nhu cầu tưới cho diện tích hiện có và phục vụ khai hoang, mở rộng diện tích đất trồng cây lương thực ở các điểm bố trí sắp xếp dân cư.

#### **\* Nước sinh hoạt**

Nước sinh hoạt đô thị: Thành phố Yên Bái, thị trấn Yên Bình đã có hệ thống nước máy được cung cấp bởi nhà máy nước Yên Bái - Yên Bình công suất 11.500 m<sup>3</sup>/ngày và nhà máy nước thị xã Nghĩa Lộ công suất 3.500 m<sup>3</sup>/ngày cung cấp nước cho thị xã Nghĩa Lộ. Một số huyện lỵ cũng được cung cấp nước máy như: Cô Phúc, Yên Thế, Sơn Thịnh.

Nước sinh hoạt nông thôn: Tổng số hiện có 18.639 công trình nước sạch cung cấp nước cho 56% dân số nông thôn, trong đó 160 công trình cấp nước tập trung, còn lại là công trình nhỏ lẻ. Ngoài ra để có nước phục vụ sinh hoạt người dân đã tự đào giếng hoặc khoan giếng. Hiện toàn vùng có 41.885 giếng xây, 28.586 giếng đất và 875 giếng khoan. Một số dân tộc theo phong tục tập quán không dùng nước giếng mà dùng trực tiếp nước ở khe suối, cao hồ, máng, lán nên nguồn nước chưa hợp vệ sinh, do vậy cần được Nhà nước hỗ trợ kinh phí để xây dựng các công trình nước sạch.

#### **\* Mạng lưới thông tin - Bưu điện**

Mạng lưới thông tin nội bộ 100% đã được số hoá, 9/9 huyện thị thành phố có tuyến vi ba và tổng đài điện tử tự động. Theo số liệu thống kê, đến năm 2008 mật độ điện thoại đạt 15,36 máy/100 dân. 153/180 xã phường có điểm bưu điện văn hoá xã, 180/180 uỷ ban nhân dân xã phường được trang bị điện thoại, 154/180 xã có báo trong ngày, 180/180 số xã được phủ sóng phát thanh, truyền hình. Mạng lưới thông tin phần lớn đáp ứng nhu cầu thông tin liên lạc, thưởng thức nghệ thuật cho đồng bào các dân tộc trong toàn tỉnh. Thông qua đó người dân tiếp thu kỹ thuật mới phục vụ sản xuất nông lâm nghiệp.

#### **\* Giao thông vận tải**

##### **• Mạng lưới đường bộ:**

- Quốc lộ: Trên địa bàn tỉnh Yên Bái có 4 tuyến Quốc lộ với chiều dài 377 km:

- + Quốc lộ 70 nằm ở phía Đông tỉnh chạy dọc theo ven hồ Thác Bà và thung lũng sông Chảy có chiều dài 84 km.
- + Quốc lộ 32C nằm ở phía Nam tỉnh dọc theo ven hữu ngạn sông Hồng có chiều dài 17,5 km.
- + Quốc lộ 32A chạy theo tuyến Thu Cúc - Vách Kim dài 175 km.
- + Quốc lộ 37 nằm ở phía Nam của tỉnh nối liền Tuyên Quang - Yên Bái - Sơn La dài 100,5 km.

- Đường tỉnh có 15 tuyến với tổng chiều dài: 424 km đi qua 66/180 xã, phường trong đó có 19 km đường cấp III; 47,4 km đường cấp IV; 301,5 km đường cấp V; 24 km đường cấp VI và 32 km chưa vào cấp.

- Đường đô thị có chiều dài 142,5 km bao gồm: thành phố Yên Bái 95 km, thị xã Nghĩa Lộ 15 km, Trấn Yên 8 km, Văn Chấn 6,5 km, Văn Yên 5 km, Yên Bình 4,3 km, Mù Cang Chải 2,8 km, Trạm Tấu 1,6 km.

- Đường chuyên dùng là 228,3 km chủ yếu là đường lâm nghiệp dài 117 km và đường trong các khu nông, công nghiệp.

- Đường giao thông nông thôn: Tổng chiều dài 5.506,2 km bao gồm đường huyện: 735,9 km; đường liên xã 2.296,8 km; đường thôn bản: 2.473,5 km. Hiện nay cả 180 xã phường của tỉnh Yên Bái đã có đường ô tô đến trung tâm xã, trong đó 125 xã có đường nhựa, 13 xã có đường đá, 20 xã có đường cấp phối còn 22 xã có đường đất.

- **Đường sắt:**

Tuyến đường sắt Hà Nội - Lào Cai chạy qua địa phận Yên Bái có chiều dài 88,25 km, qua 13 xã, phường, thị trấn. Ga Yên Bái là ga trung độ trên toàn tuyến Hà Nội - Lào Cai. Đây là tuyến giao thông quan trọng trong vận tải hành khách và hàng hoá.

- **Đường thuỷ:**

- Đường thuỷ sông Hồng đoạn qua Yên Bái dài 115 km, đây là tuyến giao thông quan trọng để vận chuyển lâm sản, hàng hoá từ Lào Cai về Yên Bái và về xuôi.

- Đường thuỷ nội hồ Thác Bà là tuyến vận chuyển thuỷ quan trọng của 30 xã ven hồ thuộc huyện Yên Bình và Lục Yên, nối liền các xã đông hồ và Quốc lộ 70, thuận lợi cho vận chuyển lâm sản và hàng hoá từ thượng nguồn về cảng Hương Lý và cảng Thác Bà.

- **Đường hàng không:**

Sân bay Yên Bái là sân bay quân sự. Trong tương lai có thể nâng cấp thành sân bay theo hướng kết hợp giữa quân sự và ga hàng không dân dụng của các tỉnh Yên Bái - Lào Cai - Tuyên Quang.

### **3.2. Điều kiện tiêu dùng**

#### **a) Kết quả hoạt động thương mại**

Hoạt động thương mại trong những năm qua đã có những bước phát triển đáng kể. Hoạt động lưu thông hàng hoá trên thị trường phát triển ổn định cả ở thị trường nông thôn và thị trường vùng sâu, vùng xa. Nhà nước vẫn tiếp tục giữ vai trò chỉ đạo

trong lưu thông vật tư hàng hoá thiết yếu và các mặt hàng chính sách xã hội, thu mua nông lâm sản cho nông dân. Tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ trên thị trường xã hội tăng từ 1.539,1 tỷ đồng năm 2005 lên 3.250,9 tỷ đồng năm 2008, năm 2009 là 4.014,48 tỷ đồng, năm 2010 dự ước đạt 4.500 tỷ đồng. Tốc độ tăng bình quân 5 năm 2006 - 2010 là 23,9%

### **b) Hoạt động du lịch**

Du lịch Yên Bái có tiềm năng rất lớn nhưng chưa được đầu tư khai thác triệt để, chủ yếu vẫn ở dạng tiềm năng. Trong những năm gần đây cùng với khu du lịch Hồ thác Bà đã được công nhận là khu du lịch Quốc gia và đóng vai trò động lực thúc đẩy phát triển du lịch vùng Trung du miền núi Bắc Bộ, tỉnh đã đầu tư một số khu du lịch trọng tâm khu du lịch Suối Giàng (huyện Văn Chấn), Khu du lịch nước nóng Bản Bon (huyện Văn Chấn), khu du lịch Đầm Hậu (huyện Trấn Yên),... Thực hiện chương trình liên kết du lịch về cội nguồn giữa 3 tỉnh Yên Bái - Phú Thọ - Lào Cai đã tạo một bộ mặt mới cho du lịch của tỉnh.

Số lượng khách du lịch năm 2005 đạt 157.492 lượt người (trong đó khách quốc tế 4.127 lượt người), năm 2009 tăng lên 298.852 lượt người (trong đó khách quốc tế 9.577 lượt người). Doanh thu du lịch tăng từ 39,84 tỷ đồng năm 2005 lên 83,36 tỷ đồng năm 2008. Năm 2010 dự ước đạt 300.000 lượt người. Nguyên nhân chủ yếu là do dự kiến đến năm 2010 việc xây dựng Khu trung tâm du lịch Thác Bà sẽ hoàn thành, bước đầu đưa vào sử dụng và đón khách, nhưng đến nay các dự án đều chưa hoàn thành. Đồng thời việc đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ lưu trú còn hạn chế, các tuyến du lịch chưa có sức hấp dẫn thu hút khách. Khách đến tỉnh Yên Bái hiện nay chủ yếu là khách đến công tác tại tỉnh, kết hợp tham quan du lịch.

### **c) Hệ thống phân phối**

Trong những năm qua kinh tế nói chung và mạng lưới bán lẻ của Yên Bái nói riêng đã có những bước chuyển biến mạnh mẽ đáp ứng ngày một tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng cũng như phát triển và mở rộng thị trường nội tỉnh. Tổng mức bán lẻ hàng hoá xã hội trên địa bàn tăng dần theo các năm, từ 605.321 triệu đồng năm 2000 đến năm 2008 đã đạt 3.250,9 tỷ đồng, mức tăng trưởng bình quân đạt trên 20% năm.

Hệ thống phân phối hàng hoá ngày một đa dạng và phát triển theo hướng tối đa hoá lợi ích của người tiêu dùng thông qua hình thức từ các cửa hàng, doanh nghiệp Nhà nước phục vụ trước đây và đến nay là hệ thống các cửa hàng tư nhân, các cửa hàng tự chọn và các đại lý, cơ sở bán buôn, bán lẻ ở thành phố, thị xã, thị trấn và các trung tâm cụm xã... được hình thành thông qua hình thức thương mại hiện đại kết hợp phát triển song song với mạng lưới chợ truyền thống đã làm đa dạng hoá hình thức phân phối trên địa bàn.

Các tổng công ty, công ty sản xuất - thương mại, công ty thương mại xuất hiện ngày càng nhiều trên địa bàn tỉnh trong đó lĩnh vực thương mại và trọng tâm là thương mại bán lẻ trực tiếp đã được chú trọng và quan tâm thích đáng đúng với vai trò của nó mang lại. Một số doanh nghiệp, tổng công ty lớn trên địa bàn với vai trò đầu tàu trong việc cung ứng và điều tiết thị trường cũng như dẫn dắt, phát triển hệ thống

phân phối đã phát huy được vai trò và thế mạnh của mình. Hệ thống bán lẻ xăng dầu với hơn 60 cửa hàng xăng dầu trong đó 20 cửa hàng của Công ty xăng dầu Yên Bái hàng năm có doanh số khoảng 600 tỷ đồng. Công ty TNHH Hoà Bình là đơn vị kinh doanh thương mại lớn nhất trên địa bàn với hệ thống 09 trung tâm, cửa hàng bán lẻ trực thuộc và 39 đại lý thực hiện chức năng bán lẻ trong tỉnh, doanh số kinh doanh bán lẻ hàng năm của công ty luôn duy trì 200 - 250 tỷ đồng. Công ty cổ phần dược phẩm Yên Bái với chức năng là sản xuất và kinh doanh thuốc có 103 đại lý bán lẻ, 09 cửa hàng trực thuộc với doanh số chiếm khoảng 73% tổng doanh thu toàn công ty. Công ty Cổ phần lương thực Hoàng Liên Sơn thuộc Tổng Công ty lương thực Miền Bắc có 02 chi nhánh, 05 cửa hàng trực thuộc, 11 điểm đại lý và trạm kinh doanh với doanh thu đạt bình quân 180 - 200 tỷ đồng/năm là những đơn vị tham gia trong lĩnh vực phân phối có quy mô đảm bảo các nhu cầu vật tư cho sản xuất, xây dựng, hàng hoá phục vụ đời sống ngày càng cao của nhân dân các dân tộc trên địa bàn.

Năm 2009, trong khi kinh tế thế giới và trong nước có suy giảm nhưng thị trường bán lẻ nội tỉnh vẫn đạt được nhiều kết quả đáng khích lệ, tổng mức lưu chuyển đạt 4.014,48 tỷ đồng/KH 3.500 tỷ đồng, vượt 14,7% kế hoạch, tăng 23,49% so với năm 2008. Trong đó: Kinh tế nhà nước đạt 298,23 tỷ đồng, tăng 9,85%; Kinh tế tập thể đạt 6,02 tỷ đồng, tăng 0,84%; Kinh tế tư nhân đạt 1.210,42 tỷ đồng, tăng 22,42%; Kinh tế cá thể đạt 2.499,81 tỷ đồng, tăng 25,96% so với năm 2008. Mạng lưới cửa hàng kinh doanh, siêu thị, đại lý bán lẻ... xuất hiện ngày càng nhiều theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại hoá.

Tuy nhiên, với đặc thù của một tỉnh miền núi khó khăn, thương mại nội tỉnh nói chung và hệ thống phân phối nói riêng của Yên Bái vẫn phụ thuộc rất lớn vào mạng lưới chợ truyền thống. Hiện trong toàn tỉnh có 105 chợ lớn nhỏ, trong đó có những chợ lớn mang tính chất là trung tâm mua sắm, trao đổi, giao lưu kinh tế cũng như văn hoá trong vùng như chợ trung tâm thành phố Yên Bái, chợ Mường Lò - Nghĩa Lộ, chợ thị trấn Mậu A - Văn Yên, chợ thị trấn Yên Thế - Lục Yên... Năm 2008 doanh thu qua chợ chiếm khoảng 29% tổng mức lưu chuyển hàng hoá toàn tỉnh. Thông qua hình thức thương mại chợ truyền thống thương nhân có thể tập chung buôn bán, trao đổi hàng hoá mà không cần phải có đầu tư cơ sở vật chất quá lớn như các hình thức kinh doanh thương mại hiện đại khác vì vậy hình thức kinh doanh trong chợ vẫn là một hình thức thương mại cần thiết và phù hợp với điều kiện và trình độ của địa phương và được người tiêu dùng ưa chuộng do tính chất “dân dã” và tươi ngon của các loại hàng hoá nhất là hàng lương thực, thực phẩm trong chợ mang lại.

#### **d) Thu nhập của dân cư**

Thu nhập và mức sống của dân cư chính là yếu tố quan trọng quyết định mức tiêu dùng xã hội của một quốc gia, một khu vực hay một địa phương. Như đã biết tổng mức chi tiêu dùng xã hội luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu chi tiêu, mức chi cho tiêu dùng xã hội lớn phản ánh mức sống của người dân hay nói cách khác nó phản ánh sự giàu có của xã hội.

Thu nhập bình quân đầu người tỉnh Yên Bái năm 2005 đạt 4,26 triệu đồng (bằng 42,6% so với cả nước), tăng 74% so với năm 2000. Năm 2008 đạt 7,55 triệu đồng (bằng 44,5% so với cả nước), năm 2009 đạt 9,2 triệu đồng.

### III. PHÂN LOẠI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI

#### 1. Phân loại chợ

Một số khái niệm để phân loại chợ:

- Chợ kiên cố: là chợ được xây dựng bảo đảm có thời gian sử dụng trên 10 năm.
- Chợ bán kiên cố: là chợ được xây dựng bảo đảm có thời gian sử dụng từ 5 đến 10 năm.
- Chợ tạm: Là chợ nằm trong quy hoạch nhưng chưa phải là chợ kiên cố hoặc bán kiên cố.

#### 1.1. Phân loại theo quy mô chợ

Theo quy mô, chợ được phân thành 3 loại:

##### a) Chợ loại 1:

- Là chợ có trên 400 điểm kinh doanh, được đầu tư xây dựng kiên cố, hiện đại theo quy hoạch;

- Được đặt ở các vị trí trung tâm kinh tế thương mại quan trọng của tỉnh, thành phố hoặc là chợ đầu mối của ngành hàng, của khu vực kinh tế và được tổ chức họp thường xuyên;

- Có mặt bằng phạm vi chợ phù hợp với quy mô hoạt động của chợ và tổ chức đầy đủ các dịch vụ tại chợ: trông giữ xe, bốc xếp hàng hoá, kho bảo quản hàng hoá, dịch vụ đo lường, dịch vụ kiểm tra chất lượng hàng hoá, vệ sinh an toàn thực phẩm và các dịch vụ khác.

##### b) Chợ loại 2:

- Là chợ có từ 200 điểm kinh doanh đến 400 điểm kinh doanh, được đầu tư xây dựng kiên cố hoặc bán kiên cố theo quy hoạch;

- Được đặt ở trung tâm giao lưu kinh tế của khu vực và được tổ chức họp thường xuyên hay không thường xuyên;

- Có mặt bằng phạm vi chợ phù hợp với quy mô hoạt động chợ và tổ chức các dịch vụ tối thiểu tại chợ: trông giữ xe, bốc xếp hàng hoá, kho bảo quản hàng hoá, dịch vụ đo lường, vệ sinh công cộng

##### c) Chợ loại 3:

Là các chợ có dưới 200 điểm kinh doanh hoặc các chợ chưa được đầu tư xây dựng kiên cố hoặc bán kiên cố. Chủ yếu phục vụ nhu cầu mua bán hàng hoá của nhân dân trong xã, phường và địa bàn phụ cận.

#### 1.2. Phân loại theo phạm vi ảnh hưởng của chợ

Với từng phạm vi ảnh hưởng khác nhau, chợ được phân thành 03 loại theo mức độ ảnh hưởng đến chính trị, đời sống kinh tế - xã hội, văn hóa của người dân:

**a) Chợ cửa khẩu và chợ trong khu kinh tế cửa khẩu:**

- Chợ cửa khẩu: là chợ được lập ra trong khu vực biên giới trên đất liền gần các cửa khẩu xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa nhưng không thuộc khu kinh tế cửa khẩu.

- Chợ trong khu kinh tế cửa khẩu: là chợ lập ra trong khu kinh tế cửa khẩu được thành lập theo các điều kiện, trình tự, thủ tục quy định tại Nghị định số 29/2008/NĐ-CP ngày 14 tháng 3 năm 2008 của Chính phủ.

**b) Chợ đầu mối:** là chợ có vai trò chủ yếu thu hút, tập trung lượng hàng hoá lớn từ các nguồn sản xuất, kinh doanh của khu vực kinh tế hoặc của ngành hàng để tiếp tục phân phối tới các chợ và các kênh lưu thông khác.

**c) Chợ dân sinh:** là chợ hạng 3 (do xã, phường quản lý) kinh doanh những mặt hàng thiết yếu phục vụ đời sống hàng ngày của người dân.

**1.3. Phân loại theo lịch sử của chợ**

Chợ là hệ thống hạ tầng thương mại xuất hiện sớm nhất do đó khi mỗi chợ xuất hiện lại gắn liền với một quá trình hình thành và một nét văn hóa đặc trưng. Việc phân loại chợ theo lịch sử hình thành và phát triển là một cách tính không thực sự rạch ròi chỉ có tính chất định tính, có thể phân thành 02 loại chợ:

**a) Chợ truyền thống văn hóa:** Là loại chợ đã có lịch sử hoặc được xây dựng phát triển để kinh doanh các mặt hàng mang đặc trưng của địa phương đồng thời có các hoạt động văn hoá khác, có mục đích quảng bá các giá trị văn hoá truyền thống và thu hút du lịch. Ví dụ chợ Đồng Xuân gắn liền với lịch sử hình thành thủ đô Hà Nội, chợ Bến Thành của thành phố Hồ Chí Minh, Chợ tình Sapa của tỉnh Lào Cai, chợ Sắt Nam Định...

**b) Chợ kinh doanh:** Là những chợ được hình thành mới mục đích kinh doanh đơn thuần và trong quá trình phát triển vẫn chỉ là địa điểm kinh doanh, buôn bán của người dân.

**1.4. Phân loại theo tính chất kinh doanh**

Theo tính chất kinh doanh, chợ được phân thành 02 loại

**a) Chợ chuyên doanh:** là chợ kinh doanh chuyên biệt một mặt hàng hoặc một số ngành hàng có đặc thù và tính chất riêng.

**c) Chợ tổng hợp:** là chợ kinh doanh nhiều mặt hàng.

**1.5. Phân loại theo tính chất khu vực**

Theo tính chất khu vực, chợ được phân thành 02 loại:

**a) Chợ địa bàn thành thị:** là chợ được hình thành trong khu vực thành phố, thị xã.

**b) Chợ địa bàn nông thôn:** là chợ nằm ở khu vực ngoại thành, ngoại thị các chợ ở xã.

**c) Chợ miền núi:** là chợ nằm trong khu vực xã miền núi

**2. Phân loại siêu thị, TTTM**



(Phân loại theo **Quyết định Số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/9/2009 của Bộ Thương mại về việc ban hành Quy chế Siêu thị, TTTM**)

**2.1. TTTM**

Theo Quy chế siêu thị, TTTM ban hành kèm theo Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/09/2004 của Bộ trưởng Bộ Thương mại thì *“TTTM là một loại hình tổ chức kinh doanh thương mại hiện đại, đa chức năng bao gồm tổ hợp các loại hình của hàng, cơ sở hoạt động dịch vụ, hội trường phòng họp, văn phòng cho thuê... được bố trí tập trung liên hoàn trong một hoặc một số công trình kiến trúc liền kề, 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 đáp ứng nhu cầu phát triển hoạt động kinh doanh của tư nhân và thỏa mãn nhu cầu về hàng hóa, dịch vụ của khách hàng”*.

**a) TTTM hạng I:**

- Có diện tích kinh doanh từ 50.000 m<sup>2</sup> trở lên và có nơi trông giữ xe phù hợp với quy mô kinh doanh của TTTM.

- Các công trình kiến trúc được xây dựng vững chắc, có tính thẩm mỹ cao, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật tiên tiến, hiện đại đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an ninh, an toàn, thuận tiện cho mọi đối tượng tham gia hoạt động kinh doanh trong khu vực.

- Hoạt động đa chức năng cả về kinh doanh hàng hoá và kinh doanh các loại hình dịch vụ bao gồm: khu vực để bố trí các cửa hàng bán buôn, bán lẻ hàng hoá; nhà hàng khách sạn; khu vực để tổ chức hội trợ triển lãm, trưng bày giới thiệu hàng hoá; khu vực dành cho hoạt động vui chơi giải trí, cho thuê văn phòng làm việc, hội trường, phòng họp để tổ chức các hội nghị, hội thảo, giao dịch và ký kết các hợp đồng thương mại trong, ngoài nước; khu vực dành cho các hoạt động tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, bưu chính viễn thông, tin học, tư vấn, môi giới đầu tư, du lịch.

**b) TTTM hạng II:**

- Có diện tích kinh doanh từ 30.000 m<sup>2</sup> trở lên và có nơi trông giữ xe phù hợp với quy mô kinh của TTTM.

- Các công trình kiến trúc được xây dựng vững chắc, có tính thẩm mỹ, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật tiên tiến, hiện đại đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an ninh, an toàn, thuận tiện cho mọi đối tượng tham gia hoạt động kinh doanh trong khu vực.

- Hoạt động đa chức năng cả về kinh doanh hàng hoá và kinh doanh các loại hình dịch vụ, bao gồm: khu vực để bố trí các cửa hàng bán buôn, bán lẻ hàng hoá; nhà hàng, khách sạn; khu vực để trưng bày giới thiệu hàng hoá; khu vực dành cho hoạt động vui chơi giải trí, cho thuê văn phòng làm việc, hội trường, phòng họp để tổ chức các hội nghị, hội thảo, giao dịch và ký kết các hợp đồng thương mại trong, ngoài nước; khu vực dành cho các hoạt động tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, bưu chính viễn thông, tư vấn, môi giới đầu tư, du lịch.

### c) TTTM hạng III:

- Có diện tích kinh doanh từ 10.000 m<sup>2</sup> trở lên và có nơi trông giữ xe phù hợp với quy mô kinh doanh của TTTM.

- Các công trình kiến trúc được xây dựng vững chắc, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật hiện đại đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an ninh, an toàn, thuận tiện cho mọi đối tượng tham gia hoạt động kinh doanh trong khu vực.

- Hoạt động đa chức năng về kinh doanh hàng hoá và kinh doanh các loại hình dịch vụ, bao gồm: khu vực để bố trí các cửa hàng bán buôn, bán lẻ hàng hoá; khu vực để trưng bày giới thiệu hàng hoá; khu vực dành cho hoạt động ăn uống, vui chơi giải trí, cho thuê văn phòng làm việc, phòng làm việc, phòng họp để tổ chức các hội nghị, hội thảo, giao dịch và ký kết các hợp đồng thương mại trong ngoài nước; khu vực dành cho hoạt động tư vấn, môi giới đầu tư, du lịch

## 2.2. Siêu thị

Theo Quy chế siêu thị, TTTM ban hành kèm theo Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/09/2004 của Bộ trưởng Bộ Thương mại thì: “*Siêu thị là loại cửa hàng hiện đại; kinh doanh tổng hợp hoặc chuyên doanh; có cơ cấu chủng loại hàng hoá phong phú, đa dạng, đảm bảo 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 phương thức phục vụ văn minh thuận tiện nhằm thoả mãn nhu cầu mua sắm hàng hoá của khách hàng*”.

### a) Siêu thị hạng I:

#### \* Áp dụng đối với Siêu thị kinh doanh tổng hợp:

- Có diện tích kinh doanh từ 5.000 m<sup>2</sup> trở lên;

- Có Danh mục hàng hoá kinh doanh từ 20.000 tên hàng trở lên;

- Công trình kiến trúc được xây dựng vững chắc, có tính thẩm mỹ cao, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật tiên tiến, hiện đại, đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an toàn và thuận tiện cho mọi đối tượng khách hàng; có bố trí nơi trông giữ xe và khu vệ sinh cho khách hàng phù hợp với quy mô kinh doanh của Siêu thị;

- Có hệ thống kho và các thiết bị kỹ thuật bảo quản, sơ chế, đóng gói, bán hàng, thanh toán và quản lý kinh doanh tiên tiến, hiện đại;

- Tổ chức, bố trí hàng hoá theo ngành hàng, nhóm hàng một cách văn minh, khoa học để phục vụ khách hàng lựa chọn, mua sắm, thanh toán thuận tiện, nhanh chóng; có nơi bảo quản hành lý cá nhân; có các dịch vụ ăn uống, giải trí, phục vụ người khuyết tật, phục vụ trẻ em, giao hàng tận nhà, bán hàng mạng, qua bưu điện, điện thoại.

#### \* Áp dụng đối với Siêu thị chuyên doanh:

- Có diện tích kinh doanh từ 1.000 m<sup>2</sup> trở lên;

- Có Danh mục hàng hoá kinh doanh từ 2.000 tên hàng trở lên;

- Công trình kiến trúc được xây dựng vững chắc, có tính thẩm mỹ cao, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật tiên tiến, hiện đại, đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an toàn và thuận tiện cho mọi đối tượng khách hàng; có bố trí nơi trông giữ xe và khu vệ sinh cho khách hàng phù hợp với quy mô kinh doanh của Siêu thị;

- Có hệ thống kho và các thiết bị kỹ thuật bảo quản, sơ chế, đóng gói, bán hàng, thanh toán và quản lý kinh doanh tiên tiến, hiện đại;

- Tổ chức, bố trí hàng hoá theo ngành hàng, nhóm hàng một cách văn minh, khoa học để phục vụ khách hàng lựa chọn, mua sắm, thanh toán thuận tiện, nhanh chóng; có nơi bảo quản hành lý cá nhân; có các dịch vụ ăn uống, giải trí, phục vụ người khuyết tật, phục vụ trẻ em, giao hàng tận nhà, bán hàng mạng, qua bưu điện, điện thoại.

## **b) Siêu thị hạng II:**

### **\* Áp dụng đối với Siêu thị kinh doanh tổng hợp:**

- Có diện tích kinh doanh từ 2.000 m<sup>2</sup> trở lên;

- Có danh mục hàng hoá kinh doanh từ 1.000 tên hàng trở lên;

- Công trình kiến trúc được xây dựng vững chắc, có tính thẩm mỹ, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật hiện đại đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an toàn và thuận tiện cho khách hàng; có bố trí nơi trông xe và khu vệ sinh cho khách hàng phù hợp với quy mô kinh doanh của Siêu thị;

- Có kho và các thiết bị kỹ thuật bảo quản, đóng gói, bán hàng, thanh toán và quản lý kinh doanh hiện đại;

- Tổ chức, bố trí hàng hoá theo ngành hàng, nhóm hàng một cách văn minh, khoa học để phục vụ khách hàng lựa chọn, mua sắm, thanh toán thuận tiện, nhanh chóng; có nơi bảo quản hành lý cá nhân; có các dịch vụ ăn uống, giải trí, phục vụ người khuyết tật, phục vụ trẻ em, giao hàng tận nhà, bán hàng qua bưu điện, điện thoại.

### **\* Áp dụng đối với Siêu thị chuyên doanh:**

- Có diện tích kinh doanh từ 500 m<sup>2</sup> trở lên;

- Có danh mục hàng hoá kinh doanh từ 10.000 tên hàng trở lên;

- Công trình kiến trúc được xây dựng vững chắc, có tính thẩm mỹ, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật hiện đại đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an toàn và thuận tiện cho khách hàng; có bố trí nơi trông xe và khu vệ sinh cho khách hàng phù hợp với quy mô kinh doanh của Siêu thị;

- Có kho và các thiết bị kỹ thuật bảo quản, đóng gói, bán hàng, thanh toán và quản lý kinh doanh hiện đại;

- Tổ chức, bố trí hàng hoá theo ngành hàng, nhóm hàng một cách văn minh, khoa học để phục vụ khách hàng lựa chọn, mua sắm, thanh toán thuận tiện, nhanh chóng; có nơi bảo quản hành lý cá nhân; có các dịch vụ ăn uống, giải trí, phục vụ người khuyết tật, phục vụ trẻ em, giao hàng tận nhà, bán hàng qua bưu điện, điện thoại.

**c) Siêu thị hạng III:**

**\* Áp dụng đối với Siêu thị kinh doanh tổng hợp:**

- Có diện tích kinh doanh từ 500 m<sup>2</sup> trở lên;
- Có danh mục hàng hoá kinh doanh từ 4.000 tên hàng trở lên;
- Công trình trúc được xây dựng vững chắc, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an toàn, thuận tiện cho khách hàng; có bố trí nơi trông giữ xe và khu vệ sinh cho khách hàng phù hợp với quy mô kinh doanh của Siêu thị;

- Có kho và các thiết bị kỹ thuật bảo quản, đóng gói, bán hàng, thanh toán và quản lý kinh doanh hiện đại;

- Tổ chức, bố trí hàng hoá theo ngành hàng, nhóm hàng một cách văn minh, khoa học để phục vụ khách hàng lựa chọn, mua sắm, thanh toán thuận tiện, nhanh chóng; có nơi bảo quản hành lý cá nhân, có các dịch vụ phục vụ người khuyết tật, giao hàng tận nhà.

**\* Áp dụng đối với Siêu thị chuyên doanh:**

- Có diện tích kinh doanh từ 500 m<sup>2</sup> trở lên;
- Có danh mục hàng hoá kinh doanh từ 500 tên hàng trở lên;
- Công trình trúc được xây dựng vững chắc, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an toàn, thuận tiện cho khách hàng; có bố trí nơi trông giữ xe và khu vệ sinh cho khách hàng phù hợp với quy mô kinh doanh của Siêu thị;

- Có kho và các thiết bị kỹ thuật bảo quản, đóng gói, bán hàng, thanh toán và quản lý kinh doanh hiện đại;

- Tổ chức, bố trí hàng hoá theo ngành hàng, nhóm hàng một cách văn minh, khoa học để phục vụ khách hàng lựa chọn, mua sắm, thanh toán thuận tiện, nhanh chóng; có nơi bảo quản hành lý cá nhân, có các dịch vụ phục vụ người khuyết tật, giao hàng tận nhà.

**3. Đánh giá những thuận lợi, khó khăn đối với việc phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trên địa bàn tỉnh**

**3.1. Thuận lợi**

Cùng với sự chuyển dịch mạnh mẽ về cơ cấu kinh tế của tỉnh, lấy công nghiệp làm khâu đột phá và gắn kết chặt chẽ với tiến trình phát triển thương mại cả nước, hoạt động thương mại Yên Bái tiếp tục được chấn chỉnh, đổi mới, có bước phát triển quan trọng, cơ bản đạt được mục tiêu đề ra, góp phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế chung của tỉnh.

- Công tác quản lý hoạt động của mạng lưới chợ và gần đây là mạng lưới siêu thị, TTTM đã được các cấp chính quyền chức năng quan tâm nhất là việc thường xuyên có chính sách ưu tiên giành quỹ đất cho các dự án đầu tư xây dựng các chợ đầu mối, chợ vùng cao cũng như đầu tư xây dựng siêu thị, TTTM.

- Hệ thống văn bản pháp lý hướng dẫn công tác quản lý các hoạt động kinh doanh, hoạt động đầu tư mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM được ban hành đúng thời điểm và tương đối hoàn thiện.

- Quy hoạch mạng lưới chợ trong phạm vi cả nước của Bộ Công Thương đã được phê duyệt là căn cứ pháp lý quan trọng cũng như là điều kiện đủ để xây dựng một cách hoàn thiện quy hoạch mạng lưới chợ các tỉnh.

- Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” của Bộ Chính trị và Chương trình xúc tiến thị trường thương mại trong nước của Bộ Công Thương được triển khai trong năm 2009 là cơ hội để tập trung củng cố và phát triển hệ thống phân phối nội tỉnh trong đó chợ, siêu thị, TTTM là mạng lưới phân phối quan trọng bậc nhất.

- Với hơn 80 km đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai chạy qua địa bàn, Yên Bái được coi là địa bàn chiến lược quan trọng của tuyến hành lang kinh tế Côn Minh - Hà Nội - Hải Phòng, là tỉnh trung chuyển giữa Hà Nội và Lào Cai nên cơ hội cho phát triển ngành thương mại, dịch vụ là rất lớn.

- Mạng lưới chợ hiện tại của tỉnh đã cơ bản được hình thành và đáp ứng tương đối đầy đủ nhu cầu tiêu dùng thường xuyên của nhân dân.

### **3.2. Khó khăn**

- Được quan tâm trong một vài năm trở lại đây nhưng nhìn chung, thị trường thương mại nội tỉnh Yên Bái vẫn chưa thật sự phát triển. Thị trường hàng hóa chỉ thật sự tập trung phát triển và sôi động tại các khu đô thị, trung tâm huyện, các địa bàn còn lại chủ yếu là thị trường tự cung tự cấp, hoạt động manh mún và phục vụ nhu cầu tại chỗ.

- Các kênh, luồng hàng hóa vào, ra trên địa bàn tỉnh còn manh mún, nhỏ lẻ, thời vụ, tích lũy dự phòng thấp. Hàng hóa cung ứng ra thị trường ngoài tỉnh được khai thác chủ yếu từ khu vực sản xuất trong tỉnh. Hàng hóa đưa vào thị trường chủ yếu phục vụ trực tiếp cho nhu cầu sản xuất và tiêu dùng với dung lượng nhỏ.

- Thu nhập và mức sống cơ bản của đại bộ phận người dân chưa cao và chỉ đáp ứng được những nhu cầu tối thiểu trong cuộc sống và sinh hoạt. Đây là nguyên nhân chính của việc chậm phát triển thị trường hàng hóa.

- Tập quán tiêu dùng của người dân đặc biệt là khu vực nông thôn còn lạc hậu.

- Kiến thức về kinh doanh cũng như những kiến thức thị trường của các đơn vị kinh doanh trên địa bàn còn rất hạn chế, chậm cập nhật, đổi mới nên chưa bắt kịp với nhu cầu thị trường.

- Công tác quản lý nhà nước về hoạt động của mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM chưa thật sự tương xứng với vai trò và ảnh hưởng của chợ, siêu thị, TTTM đến định hướng phát triển kinh tế, xã hội.

**PHẦN THỨ HAI****HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI****I. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH****1. Thực trạng phát triển mạng lưới chợ và cơ sở vật chất****1.1. Số lượng, cơ sở vật chất, an toàn giao thông và vệ sinh môi trường****a) Số lượng, phân bố và tình trạng đất đai của chợ trên địa bàn tỉnh**

Căn cứ các số liệu điều tra và thống kê tại địa bàn các huyện thị thành phố trong tỉnh, thời điểm 30/9/2009, tỉnh Yên Bái hiện có 105 chợ lớn nhỏ với tổng diện tích khoảng 209.626.000 m<sup>2</sup>, tăng 1 chợ nào so với năm 2008 và 2007. Các chợ được phân bố tại hầu hết cả các huyện thị thành phố cụ thể:

STT	Địa bàn	Số chợ		Tình trạng đất đai đến năm 2009		Diện tích tự nhiên (ha)	Tỷ lệ đất chợ/đất tự nhiên (%)
		Năm 2008	Năm 2009	Diện tích đất chợ (m <sup>2</sup> )	Diện tích xây dựng chợ (m <sup>2</sup> )		
1	Thành phố Yên Bái	11	11	25.142	13.993	10.815,45	0,0002
2	Thị xã Nghĩa Lộ	2	2	8.800	8.063	2.977,24	0,03
3	Huyện Yên Bình	18	18	45.500	4.230	77.319,67	0,006
4	Huyện Trấn Yên	14	14	28.936	4.492,6	62.859,54	0,0046
5	Huyện Văn Yên	17	18	25.875	5.963,5	139.154,11	0,002
6	Huyện Lục Yên	14	14	25.380	6.378,4	80.919,03	0,003
7	Huyện Văn Chấn	19	19	46.983	5.044	121.090,02	0,004
8	Huyện Trạm Tấu	4	4	1.400	938,8	74.618,53	0,00019
9	Huyện M.C. Chải	5	5	1.610	1.360,5	120.195,46	0,00013
<b>Tổng số</b>		<b>104</b>	<b>105</b>	<b>209.626</b>	<b>50.463,8</b>	<b>689.949,05</b>	<b>0,003</b>

**Biểu 1: Số lượng, phân bố và tình trạng đất đai của chợ trên địa bàn tỉnh**

Các chợ chủ yếu được bố trí tại các khu dân cư tập trung, khu trung tâm cụm xã là những địa điểm có mật độ khách hàng tiêu dùng cao.

Đến 2009, diện tích đất chợ đạt khoảng 209.626 m<sup>2</sup> chiếm 0,003% diện tích đất tự nhiên của tỉnh trong đó tập trung nhiều nhất tại 02 huyện Văn Chấn và Yên Bình.

**b) Số lượng chợ tính theo dân số, đơn vị hành chính và bán kính phục vụ của chợ**

Bán kính phục vụ của chợ được quy định chi tiết tại TCXDVN 361 : 2006 " Chợ - Tiêu chuẩn thiết kế " mục 6.1. Yêu cầu về quy hoạch và vị trí khu đất xây dựng chợ cụ thể:

- Chợ loại I không quy định bán kính phục vụ.
- Chợ loại II có bán kính đến 3.000 m (phục vụ từ 9 đến 12 vạn dân).
- Chợ loại III có bán kính đến 1.200 m (phục vụ từ 1,5 đến 2 vạn dân).

Căn cứ vào các các tiêu chí phân loại và quy định về bán kính phục vụ của chợ có thể tính toán và phân loại khả năng phục vụ bình quân của chợ theo các địa bàn cụ thể như sau:

STT	Địa bàn	Số chợ	Số phường, xã, thị trấn có chợ	Dân số (người)	Bình quân người/chợ	Bán kính phục vụ bình quân một chợ (m)
1	Thành phố Yên Bái	11	10/17	94.915	8.628,6	517,7 - 690,3
2	Thị xã Nghĩa Lộ	2	2/7	27.303	13.651,5	> 3.000
3	Huyện Yên Bình	18	17/26	106.225	5.901,4	354,1 – 472,1
4	Huyện Trấn Yên	14	14/22	81.177	5.798,4	347,9 – 463,8
5	Huyện Văn Yên	18	17/27	117.121	6.506,7	390,4 – 520,5
6	Huyện Lục Yên	14	13/24	104.770	7.483,6	449,0 – 598,7
7	Huyện Văn Chấn	19	18/31	146.378	7.704,1	462,2 – 616,3
8	Huyện Trạm Tấu	4	4/12	24.764	6.191,0	371,5 – 495,3
9	Huyện M.C. Chải	5	5/14	47.590	9.518,0	571,1 – 761,4
<b>Tổng số</b>		<b>105</b>	<b>100/159</b>	<b>750.243</b>	<b>7.145,2</b>	<b>428,7 – 571,6</b>

**Biểu 2: Số lượng chợ tính theo dân số, đơn vị hành chính và bán kính phục vụ của chợ**

Như vậy qua các số liệu phân tích cho thấy bán kính phục vụ bình quân 1 chợ nằm trong khoảng 428,7 - 571,6 m nghĩa là cứ bình quân khoảng 0,5 km chúng ta có một chợ. Số liệu này cho thấy khả năng đáp ứng của mạng lưới chợ đối với địa bàn dân cư là tương đối cao đồng thời cũng thể hiện tầm quan trọng của mạng lưới chợ đối với thị trường.

Khu vực chợ có khả năng phục vụ cao nhất là địa bàn huyện Trấn Yên và Yên Bình, thấp nhất là thị xã Nghĩa Lộ.

Tuy nhiên chỉ tiêu bán kính phục vụ chỉ phản ánh trung thực về mặt số lượng chợ trên diện tích tự nhiên còn trên thực tế chất lượng và khả năng phục vụ thực tế của các chợ trong từng địa bàn, khu vực là rất khác nhau.

### **c) Thực trạng và đầu tư xây dựng cơ sở vật chất chợ qua các năm**

Căn cứ theo tiêu chí phân loại chợ theo thời gian sử dụng, 105 chợ trên địa bàn tỉnh gồm 50 chợ kiên cố, 20 chợ bán kiên cố và 35 chợ tạm. Số chợ kiên cố giữ nguyên, chợ bán kiên cố tăng 3 chợ và chợ tạm giảm 2 chợ so với năm 2008.

STT	Địa bàn	Số chợ	Cơ sở hạ tầng		
			Chợ kiên cố	Chợ bán kiên cố	Chợ tạm
1	Thành phố Yên Bái	11	6	3	2
2	Thị xã Nghĩa Lộ	2	1		1
3	Huyện Yên Bình	18	6	4	8
4	Huyện Trấn Yên	14	6	4	4
5	Huyện Văn Yên	18	10	1	7
6	Huyện Lục Yên	14	7	2	5
7	Huyện Văn Chấn	19	8	3	8
8	Huyện Trạm Tấu	4	1	3	
9	Huyện M.C. Chải	5	5		
<b>Tổng số</b>		<b>105</b>	<b>50</b>	<b>20</b>	<b>35</b>

Biểu 3: Thực trạng cơ sở vật chất chợ qua các năm

Kết quả hoạt động đầu tư hạ tầng chợ qua các năm: Từ năm 2006 đến năm 2009 tổng số vốn đầu tư cho các dự án hạ tầng chợ đạt 25,605 tỷ đồng bằng 48% vốn đầu tư chợ giai đoạn trước (53,279 tỷ đồng) trong đó vốn Ngân sách trung ương là 4 tỷ chiếm 15,6 %, còn lại vốn ngân sách địa phương và sử dụng đất. Một số chợ được đầu tư lớn là chợ Trung tâm thành phố Yên Bái 19,461 tỷ đồng; chợ Nghĩa Tâm, huyện Văn Chấn đầu tư giai đoạn I: 3,052 tỷ đồng; giai đoạn II chợ thị trấn Cổ Phúc, huyện Trấn Yên 2,3 tỷ đồng.

STT	Địa bàn	Lũy kế vốn đầu tư chợ qua các năm (triệu đồng)							
		Đến 2006		2007		2008		2009	
		Số chợ	Vốn đầu tư	Số chợ	Vốn đầu tư	Số chợ	Vốn đầu tư	Số chợ	Vốn đầu tư
1	Thành phố Yên Bái	9	19.497	9	33.641	11	39.279	11	39.279
2	Thị xã Nghĩa Lộ	2	3.491	2	3.791	2	3.791	2	3.791
3	Huyện Yên Bình	18	4.039	18	4.914	18	4.914	18	4.915
4	Huyện Trấn Yên	16	8.569	16	9.263	14	9.133	14	9.133
5	Huyện Văn Yên	17	5.792	17	5.792	17	5.992	18	6.062
6	Huyện Lục Yên	14	6.034	14	6.034	14	6.417	14	6.418
7	Huyện Văn Chấn	19	4.046	19	4.271	19	4.771	19	6.799
8	Huyện Trạm Tấu	4	1.919	4	2.219	4	2.219	4	2.219
9	Huyện M.C. Chải	5	2.100	5	2.100	5	2.100	5	2.100
<b>Tổng số</b>		<b>104</b>	<b>53.278</b>	<b>104</b>	<b>72.025</b>	<b>104</b>	<b>76.856</b>	<b>105</b>	<b>80.716</b>

Biểu 4: Đầu tư cơ sở vật chất chợ qua các năm



Cơ bản các dự án đầu tư chợ trong giai đoạn 2006 - 2009 chủ yếu tập trung nâng cấp một số chợ đầu mối, chợ trung tâm bán buôn theo quy hoạch của Bộ Công Thương và cải tạo, nâng cấp một số chợ phường, xã, chợ tạm có hoạt động kinh doanh tốt, thu hút được nhiều người dân tham gia. Một số chợ trung tâm thị trấn có doanh thu khá xin trích lại một phần doanh thu để nâng cấp, cải tạo lại cơ sở hạ tầng, trang thiết bị như chợ thị trấn Mậu A, huyện Văn Yên, chợ thị trấn Yên Thế, huyện Lục Yên. Trong giai đoạn này chỉ có 1 chợ mới được hình thành tại xã Yên Hưng, huyện Văn Yên với quy mô chợ tạm xây dựng bằng vốn Ngân sách của xã và đóng góp của người dân.

#### **d) Thực trạng an toàn giao thông và vệ sinh môi trường, PCCC**

##### **\* Môi trường trong chợ:**

Theo báo cáo Quy hoạch bảo vệ môi trường tỉnh Yên Bái giai đoạn 2007 - 2010 tầm nhìn 2020 đo đạc, phân tích môi trường tại một số điểm dân cư tập trung trong đó có các chợ lớn thu được kết quả như sau: (Áp dụng theo TCVN 5937 - 2005 và TCVN 5949 - 1998).

STT	Địa điểm	SO <sub>2</sub> µg/m <sup>3</sup>	NO <sub>2</sub> µg/m <sup>3</sup>	CO µg/m <sup>3</sup>	Bụi µg/m <sup>3</sup>	Tiếng ồn dBA	Tiêu chuẩn cho phép (tính trên 5 thông số)
1	Chợ TT TP Yên Bái	240	160	2.570			Trong tiêu chuẩn cho phép
2	Chợ Mường Lò				320		Vượt thông số Bụi
3	Chợ TT Cổ Phúc	220	140	1.340	250	71,7	Trong tiêu chuẩn cho phép
4	Chợ TT Yên Thế	230	150	2.370	330	61,6	Trong tiêu chuẩn cho phép
5	Chợ TT Yên Bình	230	130	1.240	270	68,5	Trong tiêu chuẩn cho phép
6	Chợ TT Trạm Tàu	200	110	760	220	64,3	Trong tiêu chuẩn cho phép
7	Chợ TT Mù Cang Chải	170	100	680	200	58,6	Trong tiêu chuẩn cho phép

**Biểu 5: Môi trường trong chợ**

Tuy các thông số cơ bản về môi trường trong các chợ của Yên Bái vẫn nằm trong tiêu chuẩn cho phép nhưng thực tế công tác đảm bảo vệ sinh môi trường của hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Yên Bái vẫn chưa thật sự được coi trọng. Rất nhiều chợ không đảm bảo vệ sinh ngay trong cả khu vực họp chợ. Thậm chí có nhiều chợ đã hoạt động từ nhiều năm nay nhưng vẫn chưa có khu nhà vệ sinh công cộng, hệ thống thoát nước và xử lý nước thải gây ô nhiễm môi trường. Đối với các mặt hàng nông sản thực phẩm tươi sống, một số nơi không chú trọng đến khâu đóng gói, bảo quản sản phẩm trước khi bán hàng và việc sơ chế sản phẩm này thường thực hiện ngay tại chợ.

- Rác thải bình quân: Chợ loại II: 1,7 - 2,3 tấn/ngày; Chợ loại 3: 0,8 - 1,0 tấn/ngày.

- Nước thải bình quân: Chợ loại II: 2 - 2,2 m<sup>3</sup>/ngày; Chợ loại 3: 0,8 - 1 m<sup>3</sup>/ngày.

- Xử lý nước, rác thải.

+ *Thu gom rác thải*: Đối với chợ khu vực đô thị công tác thu gom rác thải chợ do công nhân công ty vệ sinh môi trường thực hiện (thông qua hợp đồng giữa Ban quản lý chợ với công ty vệ sinh môi trường) thu gom rác hàng ngày và vận chuyển rác thải sinh hoạt đến bãi rác công cộng. 100% các chợ không có cơ sở xử lý chất thải trước khi chuyển đến địa điểm xử lý chất thải công cộng.

Đối với các chợ thuộc vùng ven đô thị, vùng cao, vùng nông thôn việc thu gom, xử lý chất thải tùy tiện. Rác thải phần lớn đổ xuống rãnh, sông suối, ao hồ hoặc đốt, chôn lấp tại chỗ, dần tích tụ gây ô nhiễm môi trường đất, nước, không khí...

Việc xử lý lượng rác thải hàng ngày ở các chợ không tốt, gây mùi xú uế làm ảnh hưởng đến vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm và sức khỏe của những người tham gia họp chợ.

+ *Về nước thải*: Nước thải trong chợ theo rãnh thoát nước đổ ra hệ thống cống rãnh công cộng hoặc thải trực tiếp vào môi trường không thông qua bất cứ hình thức xử lý nào. Đặc biệt là khu kinh doanh thực phẩm tươi sống, hầu hết không có hệ thống cấp, thoát nước tốt do đó việc vệ sinh làm không triệt để, phế thải phân huỷ bốc mùi xú uế, không khí khu vực này ô nhiễm nặng, đặc biệt là vào mùa hè.

#### **\* Vấn đề an toàn giao thông:**

Do đặc điểm hình thành vị trí của chợ thường gắn liền với trung tâm kinh tế, các trục lộ và những đầu mối giao thông, chính vì vậy khi gia tăng số lượng người và phương tiện tham gia giao thông, lưu lượng hàng hoá đến chợ thì vấn đề an toàn giao thông trên khu vực sẽ ngày càng khó kiểm soát.

Chưa có những số liệu thống kê đầy đủ nhưng theo quan sát số vụ tai nạn giao thông tại địa điểm các cổng, khu ra vào chợ vẫn liên tục xảy ra giữa người tham gia giao thông và người mua hàng trong chợ.

Cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội của từng địa bàn xã, phường, thị trấn việc hình thành chợ tự phát ở các điểm tập trung dân cư lập nên đã khá phổ biến và phát triển. Bên cạnh việc thuận tiện trong mua bán hàng hoá tiêu dùng hàng ngày thì chợ tự phát do không có công tác quản lý nên đã gây ảnh hưởng xấu đến trật tự công cộng và an toàn giao thông.

Một vấn đề khác là công tác quản lý của các tổ chức, chính quyền các cấp chưa tốt đặc biệt cấp xã, phường, thị trấn nên để xảy ra tình trạng chợ cũ đã quá tải, chợ tự phát lấn chiếm lòng hè đường gây ảnh hưởng đến vệ sinh môi trường và cản trở giao thông.

#### **\* Thực trạng về an toàn PCCC của hệ thống chợ**

Các chợ tuy đã được đầu tư xây dựng kiên cố trên địa bàn tỉnh Yên Bái nhưng hầu hết trang thiết bị về phòng cháy, chữa cháy chưa theo tiêu chuẩn quy định. Một số chợ ở thành phố, thị trấn các huyện tuy có trang thiết bị phòng cháy, chữa cháy nhưng chủ yếu phòng chữa cháy nhỏ và mang tính chất hình thức, chưa có phương tiện và khả năng chữa cháy lớn nếu có sự cố xảy ra. Nguồn nước cung cấp cho chợ và phục vụ chữa cháy chủ yếu là nguồn nước sông, suối, ao hồ. Lực lượng phòng cháy, chữa cháy chủ yếu dựa vào lực lượng PCCC của tỉnh, chưa có chợ nào tổ chức lực lượng

và tập huấn nghiệp vụ về PCCC. Công tác PCCC chợ trên địa bàn tỉnh hiện là một vấn đề rất bức xúc đối với các chợ kinh doanh nhiều hàng quần áo, hàng khô.

## 1.2. Thực trạng phát triển kinh doanh trong chợ

### a) Lực lượng người tham gia kinh doanh trong chợ

Mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh thu hút khoảng 4.515 hộ kinh doanh thường xuyên và 10.980 người bán hàng trong chợ. Trong đó: Chợ khu vực thành thị (20 chợ) có 2.573 hộ kinh doanh cố định và 3.404 người tham gia kinh doanh trong chợ. Riêng 02 chợ trung tâm thành phố Yên Bái và chợ Mường Lò Thị xã Nghĩa Lộ mỗi chợ có gần 400 hộ kinh doanh thường xuyên; Chợ khu vực nông thôn (85 chợ) có 1.942 hộ kinh doanh cố định thu hút khoảng 7.576 người bán hàng theo phiên.

STT	Địa bàn	Số hộ kinh doanh cố định	Tổng số người bán hàng trong chợ	BQ hộ KD cố định/chợ
1	Thành phố Yên Bái	1.298	2.045	118
2	Thị xã Nghĩa Lộ	480	806	240
3	Huyện Yên Bình	684	1.250	38
4	Huyện Trấn Yên	562	1.625	40
5	Huyện Văn Yên	658	1.275	36
6	Huyện Lục Yên	448	1.490	32
7	Huyện Văn Chấn	651	1.479	34
8	Huyện Trạm Tấu	56	350	9
9	Huyện M.C. Chải	126	660	31
<b>Tổng số</b>		<b>4.515</b>	<b>10.980</b>	<b>43 hộ/chợ</b>

Biểu 6: Lực lượng người tham gia kinh doanh trong chợ

### b) Hàng hoá lưu thông qua chợ

Hàng hóa lưu thông trong chợ gồm nhiều chủng loại khác nhau nhưng có thể phân thành 03 nhóm:

- Các mặt hàng sử dụng dài ngày: bao gồm các nhóm hàng tư liệu sản xuất; trang sức; điện tử; phương tiện đi lại... chiếm khoảng 20%.

- Các mặt hàng sử dụng ngắn ngày: bao gồm các nhóm hàng thực phẩm khô, đóng hộp; hàng sách báo; nguyên vật liệu... chiếm khoảng 30%.

- Các mặt hàng sử dụng hàng ngày: là các nhóm hàng lương thực, thực phẩm tươi sống, hàng may mặc, đồ dùng gia đình... chiếm khoảng 50%.

Các phân loại các nhóm hàng trên chỉ có tính tương đối và căn cứ vào nhu cầu sử dụng thường xuyên của người tiêu dùng nhưng với kết quả trên có thể nhận thấy hàng hóa chính lưu thông qua chợ vẫn là các mặt hàng sử dụng hàng ngày.

Hoạt động của mạng lưới chợ mang lại nguồn thu đáng kể cho ngân sách nhà nước. Năm 2009 tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ xã hội là 4.018,48 tỷ đồng trong đó qua chợ trên địa bàn tỉnh chiếm khoảng 29% đạt khoảng 1.165,36 tỷ đồng.

Số thu phí chợ đạt khoảng 5 tỷ đồng, tăng 4,25% so với năm 2008 trong đó có một số chợ có kết quả thu khá là Chợ Trung Tâm - Thành phố Yên Bái tổng thu 720 triệu đồng; Chợ Mường Lò - Thị xã Nghĩa Lộ tổng thu 700 triệu đồng; Chợ Mậu A - huyện Văn Yên tổng thu 450 triệu đồng; Chợ Thị trấn Yên Thế - Huyện Lục Yên thu 250 triệu đồng.

### c) Các loại hình kinh doanh trong chợ

Năm 2006 số ki ốt kinh doanh cố định thường xuyên trong chợ trên địa bàn tỉnh chủ yếu là các thành phần tư nhân, hộ kinh doanh, người sản xuất nhỏ và người buôn bán nhỏ tham gia trực tiếp bán buôn, bán lẻ hàng hóa chưa có thành phần hợp tác xã hoặc doanh nghiệp tham gia. Nhưng đến nay đã có một số doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất, thương mại đăng ký quầy hàng cố định giới thiệu sản phẩm và bán hàng tại một số chợ lớn như chợ Trung tâm thành phố Yên Bái, chợ Mường Lò - thị xã Nghĩa Lộ và các chợ trung tâm huyện, thị trấn. Điều đó chứng tỏ thị trường kinh doanh trong chợ đang dần hấp dẫn được nhiều chủ thể kinh doanh nhất là khi thị trường trong nước đang ngày một được quan tâm phát triển.

Năm 2009 với cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” của Bộ Chính trị, các nhà sản xuất trong nước đã có cơ hội quảng bá, giới thiệu những sản phẩm nội địa giá rẻ, chất lượng cao tới tay người tiêu dùng và đối với những địa phương miền núi, kinh tế chưa phát triển như Yên Bái thì mạng lưới chợ là hệ thống phân phối ưu việt để đưa những hàng hóa trong nước tới người tiêu dùng và hy vọng trong những năm tới sẽ có nhiều những chủ thể kinh doanh là các nhà sản xuất có mặt và tham gia tích cực vào mạng lưới chợ truyền thống góp phần đa dạng hóa các loại hình kinh doanh trong chợ.

### d) Tính chất kinh doanh và lịch họp chợ

- *Tính chất kinh doanh:* Hầu hết thương nhân các chợ trên địa bàn tỉnh Yên Bái hiện nay chủ yếu là kinh doanh bán lẻ nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của dân cư trong khu vực. Một số chợ có vị trí thuận tiện thương nhân thực hiện việc bán buôn luân chuyển, phát luồng hàng tới các chợ trong tỉnh như chợ trung tâm thành phố Yên Bái; chợ Mường Lò, thị xã Nghĩa Lộ.

- *Lịch họp chợ:* Chợ được chia thành hai loại chợ thường xuyên và chợ họp theo phiên. Bình quân toàn tỉnh số chợ họp thường xuyên chiếm 20%, chợ họp theo phiên chiếm 77,1% và có 04 chợ không hoạt động chiếm 2,9%.

Yên Bái là tỉnh miền núi, các xã vùng nông thôn, vùng cao chợ họp phiên tồn tại và duy trì phổ biến. Do điều kiện cụ thể của từng khu vực tự nhiên, kinh tế - xã hội nên chỉ có các chợ tại thành phố Yên Bái, chợ trung tâm huyện, thị xã là có tổ chức họp thường xuyên.

Thời gian họp chợ mang tính thường xuyên, tập trung hàng ngày/tuần. Đối với chợ nông thôn số chợ họp theo phiên nhất định theo ngày trong tuần, tuần trong tháng.

Khảo sát tình hình họp chợ tại các chợ địa bàn trong tỉnh như sau:

STT	Địa bàn	Tổng số chợ	Hợp thường xuyên	Hợp theo phiên và không hoạt động
1	Thành phố Yên Bái	11	8	3
2	Thị xã Nghĩa Lộ	2	1	1
3	Huyện Yên Bình	18	2	16
4	Huyện Trấn Yên	14	2	12
5	Huyện Văn Yên	18	2	16
6	Huyện Lục Yên	14	2	12
7	Huyện Văn Chấn	19	2	17
8	Huyện Trạm Tấu	4	1	3
9	Huyện M.C. Chải	5	1	4
<b>Tổng số</b>		<b>105</b>	<b>21</b>	<b>84</b>

Biểu 7: Lịch hợp chợ theo địa bàn

### 1.3. Thực trạng tổ chức và quản lý chợ

#### a) Mô hình tổ chức quản lý chợ

STT	Địa bàn	Mô hình quản lý chợ				
		Công ty	Hợp tác xã	Ban quản lý	Tổ quản lý	Hình thức khác
1	Thành phố Yên Bái			1	8	2
2	Thị xã Nghĩa Lộ	1				1
3	Huyện Yên Bình		2		9	7
4	Huyện Trấn Yên		1		9	4
5	Huyện Văn Yên			1	11	6
6	Huyện Lục Yên	1	3		6	4
7	Huyện Văn Chấn				15	4
8	Huyện Trạm Tấu				1	3
9	Huyện M.C. Chải				3	2
<b>Tổng cộng</b>		<b>2</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>62</b>	<b>33</b>

Biểu 8: Các mô hình quản lý chợ hiện có

Cơ cấu mô hình quản lý, tỉnh Yên Bái có 105 chợ, trong đó:

- 2 công ty chợ, chiếm tỷ lệ 1,9%;
- 6 hợp tác xã chợ, chiếm tỷ lệ 5,7%;
- 2 chợ có Ban quản lý, chiếm tỷ lệ 2,9%;
- 62 chợ có tổ quản lý, chiếm tỷ lệ 58,1%;
- 33 chợ có hình thức quản lý khác, chiếm tỷ lệ 31,4%, chủ yếu là giao khoán cho các xã, các hội trong xã cử cán bộ thu vé chợ và tổ chức thu gom rác thải.

2 công ty chợ là Công ty cổ phần quản lý chợ và vệ sinh môi trường Yên Thế 100% vốn tư nhân, huyện Lục Yên và Công ty TNHH quản lý khai thác chợ Mường Lò, thị xã Nghĩa Lộ.

### **b) Thực trạng quản lý chợ**

\* **Quản lý cơ sở vật chất:** Nhìn chung ở những nơi chợ có Công ty, HTX hay Ban quản lý thì cơ sở vật chất chợ được đầu tư và quản lý tốt, những chợ chưa có hình thức Ban quản lý chợ mà chỉ có tổ quản lý thì việc tái đầu tư, kinh doanh hiệu quả thấp, tài sản xuống cấp và rất mất vệ sinh môi trường (nước thải, rác thải vv...).

\* **Quản lý tài chính:** Nguồn thu của chợ là thuế kinh doanh thì do cơ quan thuế trực tiếp thu tại các hộ kinh doanh cố định. Còn nguồn thu chủ yếu của các Ban quản lý, tổ quản lý chợ là các khoản thu tiền cho thuê quây sạp, tiền thu dịch vụ trông giữ xe, bảo vệ hàng hoá, bốc vác, vận chuyển hàng vv... số tiền thu được trừ chi phí hành chính, còn lại nộp cho cơ quan trực tiếp quản lý và Ủy ban nhân dân xã, phường, tùy theo cấp độ chợ được phân cấp quản lý.

Hiện các chợ trên địa bàn tỉnh đều có Ban quản lý, tổ quản lý chợ nhưng phần đông cán bộ quản lý chợ chưa được đào tạo, tập huấn về chuyên môn, do đó đã làm ảnh hưởng không ít đến tình hình chấp hành các chính sách pháp luật của nhà nước trong kinh doanh và phát huy hiệu quả trong kinh doanh, khai thác chợ.

\* **Quản lý các hộ kinh doanh:** Hoạt động kinh doanh mua bán ở các chợ khu vực nông thôn trong thời gian vừa qua còn rất hạn chế, mức lưu chuyển hàng hoá thấp, chủ yếu chỉ phục vụ nhu cầu sinh hoạt hàng ngày của nhân dân. Công tác bố trí sắp xếp ngành nhóm mặt hàng dịch vụ chưa khoa học văn minh, chứng từ sổ sách các hộ chưa được quản lý chặt chẽ, chất lượng hàng hoá chưa được quản lý, phát sinh hàng nhập ngoại nhiều vv... Với tiềm năng về phát triển hàng hoá nông sản nhưng chưa hình thành được chợ đầu mối chuyên doanh về chè, nông sản, hoa quả ... tại các vùng sản xuất tập trung.

Ban quản lý, tổ quản lý chợ trên địa bàn tỉnh quản lý các hộ kinh doanh bằng cách thống kê số lượng các hộ kinh doanh ở chợ thông qua cơ quan thuế vụ (đã đăng ký thuế môn bài) và thu lệ phí chợ, thuê ki ốt và các dịch vụ khác như dịch vụ trông giữ xe, lưu kho, giữ gìn trật tự an ninh, vệ sinh môi trường vv...

Chợ xã, phường hình thức quản lý là tổ quản lý chợ hoặc giao khoán cho tập thể hoặc cá nhân quản lý kinh doanh khai thác chợ. Cán bộ xã, phường thì kiêm nhiệm quản lý. Các Ban quản lý, tổ quản lý chợ hoạt động chưa có nội quy chợ và nếu có cũng chưa cụ thể, chưa được cấp có thẩm quyền phê duyệt để tổ chức thực hiện.

### **\* Thực trạng cán bộ quản lý chợ:**

Đến 10/2009 tổng số cán bộ quản lý chợ trên địa bàn là 220 người trong đó:

- *Phân theo tính chất quản lý:*

+ Hoạt động quản lý thường xuyên: 170 người, chiếm tỷ lệ 78,2%.

+ Hoạt động quản lý kiêm nhiệm: 48 người, chiếm tỷ lệ 21,8%.

- *Phân theo trình độ cán bộ:*

+ Đã qua đào tạo các lớp nghiệp vụ quản lý chợ: 67 người chiếm tỷ lệ 30,5%

+ Chưa học các lớp đào tạo nghiệp vụ quản lý chợ: 153 người chiếm 69,5%

#### **1.4. Thực trạng cơ chế chính sách.**

Các căn cứ phê duyệt phê duyệt Dự án Quy hoạch phát triển và đầu tư xây dựng mạng lưới chợ tỉnh Yên Bái đến năm 2015 theo định số 406/QĐ-UBND ngày 30/3/2007:

- Nghị định 02/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Thủ tướng Chính phủ về quản lý và phát triển chợ; Quyết định số 311/QĐ-TTg ngày 20/3/2003 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt đề án tiếp tục tổ chức thị trường trong nước, tập trung phát triển thương mại nông thôn đến năm 2010; Quyết định số 559/QĐ-TTg ngày 31/5/2004 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt chương trình phát triển chợ đến năm 2010; Văn bản chỉ đạo số 1122/TM-CSTTTN của Bộ Thương mại ngày 21/3/2003 hướng dẫn chỉ đạo tổ chức việc quản lý và phát triển chợ; Thông báo số 114/TB-UB ngày 13/7/2004 của UBND tỉnh Yên Bái thực hiện nhiệm vụ về thương mại; Quyết định số 208/2004/QĐ-UB ngày 02/7/2004 về Phê duyệt phương án chuyển đổi mô hình quản lý chợ trên địa bàn tỉnh Yên Bái sang thành lập doanh nghiệp hoặc hợp tác xã quản lý và kinh doanh khai thác chợ giai đoạn 2004 - 2008.

Các căn cứ xây dựng Dự án quy hoạch mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM tỉnh Yên Bái đến năm 2015, định hướng đến 2020:

- Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/9/2004 của Bộ Thương mại về việc ban hành Quy chế Siêu thị, TTTM;

- Tiêu chuẩn Việt nam TCVN 6161 : 1996 Phòng cháy chữa cháy - Chợ và TTTM: Yêu cầu thiết kế;

- Quyết định số 13/QĐ/2006/QĐ-BXD ngày 19/4/2006 của Bộ Xây dựng về việc ban hành TCXDVN 361 : 2006 “Chợ - Tiêu chuẩn thiết kế”;

- Quyết định số 04/2008/QĐ-BXD ngày 03 tháng 4 năm 2008 về việc ban hành: “Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Quy hoạch xây dựng”;

- Quyết định số 27/2007/QĐ-TTg ngày 15/2/2007 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án phát triển thương mại trong nước đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020.

- Quyết định số 012/QĐ-BCT ngày 26/12/2007 của Bộ Công Thương phê duyệt quy hoạch tổng thể mạng lưới chợ trên phạm vi toàn quốc đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020.

- Nghị định số 114/2009/NĐ-CP ngày 23/12/2009 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/1/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ;

Quyết định số 23/QĐ-TTg ngày 06/1/2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010 - 2015 và định hướng đến năm 2020”.

Kết hợp với quy hoạch đây là những hành lang pháp lý giúp cho các cấp, các ngành của địa phương thực hiện thống nhất, đồng bộ công tác quản lý chợ, siêu thị, TTTM. Tuy chưa hoàn toàn giải quyết được tất cả các vấn đề phát sinh trong công tác quản lý nhưng cơ bản các cơ chế, chính sách của Nhà nước đã đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội yêu cầu của nhân dân trên địa bàn tỉnh.

### **1.5. Tình hình phát triển mạng lưới chợ theo quy hoạch**

Sau khi Dự án quy hoạch phát triển và đầu tư mạng lưới chợ tỉnh Yên Bái đến 2010, định hướng đến năm 2015 được phê duyệt 4/2007, cho đến đầu quý IV năm 2009 đã có 13 chợ được đầu tư trong đó xây mới 1 chợ; nâng cấp, cải tạo 12 chợ. Tất cả các chợ đều được đầu tư theo định hướng quy hoạch tuy nhiên nếu xét giai đoạn đầu tư đến năm 2010 thì thời điểm hiện tại các dự án chợ mới thực hiện được một phần rất nhỏ so với chỉ tiêu đã đề ra cụ thể:

- **Chợ xây mới 1/30 đạt 3,3% kế hoạch.**
- **Chợ nâng cấp, cải tạo: 10/19 đạt 52,6% kế hoạch.**
- **Chợ tạm xây mới: 2/21 đạt 9,5% kế hoạch.**

## **2. Thực trạng mạng lưới siêu thị, TTTM**

### **2.1. Số lượng, cơ cấu**

- Hiện nay trên địa bàn Yên Bái đã có một vài cơ sở kinh doanh gần biên TTTM, hoạt động kinh doanh khá phong phú. Tuy nhiên căn cứ Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24 tháng 9 năm 2004 của bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) về Quy chế siêu thị, TTTM thì các cơ sở này chưa đủ tiêu chuẩn. Như vậy, hiện nay Yên Bái chưa có TTTM nào đi vào hoạt động, chỉ có các dự án đang đầu tư theo tiêu chuẩn TTTM (TTTM Hoà Bình Minh, đường Nguyễn Thái Học, TP Yên Bái, vốn đăng ký đầu tư 60 tỷ đồng; Dự án tổ hợp khách sạn, siêu thị - văn phòng Cửa Long VINASIN, Km5 phường Đông Tâm, TP Yên Bái, vốn đăng ký 185,7 tỷ đồng; Toà nhà Viettel, phường Hồng Hà, TP Yên Bái, vốn đăng ký 80 tỷ và dự án Khu thương mại - Du lịch - Dịch vụ Hoa Tây bắc tại thị xã Nghĩa Lộ, vốn đăng ký 37 tỷ đồng)

- Siêu thị là loại hình cửa hàng hiện đại: kinh doanh tổng hợp hoặc chuyên doanh; 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; có các phương thức phục vụ văn minh, thuận tiện nhằm thỏa mãn nhu cầu mua sắm hàng hóa của khách hàng. Tính đến hết năm 2009, trên địa bàn tỉnh (chủ yếu địa bàn Thành phố Yên Bái) có 04 siêu thị hoạt động gồm: siêu thị Sài Gòn Mart; siêu thị Anh Mỹ, siêu thị Mỹ Việt; Siêu thị Cát Thành. Tất cả các siêu thị đều đạt quy mô loại III và mới được xây dựng từ 2003 trở lại đây, cơ sở vật chất tương đối đồng bộ, cơ bản thỏa mãn các tiêu chí do Nhà nước quy định.

### **2.2. Phương thức kinh doanh**



- Hiện tại các siêu thị đang hoạt động trên địa bàn đều áp dụng phương thức kinh doanh hiện đại áp dụng cho các siêu thị tiêu chuẩn hiện nay, đặc điểm của phương thức này là:

+ *Đóng vai trò cửa hàng bán lẻ*: Siêu thị thực hiện chức năng bán lẻ - bán hàng hóa trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng để họ sử dụng chứ không phải để bán lại.

+ *Áp dụng phương thức tự phục vụ (self - service hay libre - service)*: Đây là phương thức bán hàng do siêu thị sáng tạo ra, được ứng dụng trong nhiều loại cửa hàng bán lẻ khác và là phương thức kinh doanh chủ yếu của xã hội văn minh... giữa phương thức tự chọn và tự phục vụ có sự phân biệt:

- Tự chọn: khách hàng sau khi chọn mua được hàng hoá sẽ đến chỗ người bán để trả tiền hàng, tuy nhiên trong quá trình mua vẫn có sự giúp đỡ, hướng dẫn của người bán. (các siêu thị tại Yên Bái đang sử dụng phương thức này)
- Tự phục vụ: khách hàng xem xét và chọn mua hàng, bỏ vào giỏ hoặc xe đẩy đem đi và thanh toán tại quầy tính tiền đặt gần lối ra vào. Người bán vắng bóng trong quá trình mua hàng.

+ *Phương thức thanh toán thuận tiện*: Hàng hóa gắn mã vạch, mã số được đem ra quầy tính tiền ở cửa ra vào, dùng máy quét để đọc giá, tính tiền bằng máy và tự động in hóa đơn. Đây chính là tính chất ưu việt của siêu thị, đem lại sự thỏa mãn cho người mua sắm... Đặc điểm này được đánh giá là cuộc đại "cách mạng" trong lĩnh vực thương mại bán lẻ.

+ *Sáng tạo nghệ thuật trưng bày hàng hoá*: Qua nghiên cứu cách thức vận động của người mua hàng khi vào cửa hàng, người điều hành siêu thị có cách bố trí hàng hóa thích hợp trong từng gian hàng nhằm tối đa hoá hiệu quả của không gian bán hàng. Do người bán không có mặt tại các quầy hàng nên hàng hóa phải có khả năng "tự quảng cáo", lôi cuốn người mua. Siêu thị làm được điều này thông qua các nguyên tắc sắp xếp, trưng bày hàng hóa nhiều khi được nâng lên thành nghệ thuật. Chẳng hạn, hàng có tỷ suất lợi nhuận cao được ưu tiên xếp ở những vị trí dễ thấy nhất, được trưng bày với diện tích lớn; những hàng hóa có liên quan đến nhau được xếp gần nhau; hàng khuyến mại phải thu hút khách hàng bằng những kiểu trưng bày đập vào mắt; hàng có trọng lượng lớn phải xếp ở bên dưới để khách hàng dễ lấy; bày hàng với số lượng lớn để tạo cho khách hàng cảm giác là hàng hoá đó được bán rất chạy...

+ *Hàng hóa chủ yếu là hàng tiêu dùng thường ngày như*: thực phẩm, quần áo, bột giặt, đồ gia dụng, điện tử... với chủng loại rất phong phú, đa dạng. Siêu thị thuộc hệ thống các cửa hàng kinh doanh tổng hợp, khác với các cửa hàng chuyên doanh chỉ chuyên sâu vào một hoặc một số mặt hàng nhất định. Theo quan niệm của nhiều nước, siêu thị phải là nơi mà người mua có thể tìm thấy mọi thứ họ cần và với một mức giá "ngày nào cũng thấp" (everyday - low - price). Chủng loại hàng hóa của siêu thị có thể lên tới hàng nghìn, thậm chí hàng chục nghìn loại hàng. Thông thường, một

siêu thị có thể đáp ứng được 70 - 80% nhu cầu hàng hóa của người tiêu dùng về ăn uống, trang phục, mỹ phẩm, đồ làm bếp, chất tẩy rửa, vệ sinh...

Hệ thống siêu thị tại tỉnh đang vận dụng khá tốt các đặc điểm trong phương thức kinh doanh đặc trưng của siêu thị hiện đại và ngày một thu hút được một lượng lớn khách hàng tới mua bán.

### 2.3. Tổ chức quản lý

Việc tổ chức quản lý hoạt động kinh doanh trong các siêu thị được chia thành 05 bộ phận chính:

- *Bộ phận kế toán*: Phụ trách các hoạt động kế toán.
- *Bộ phận nhập và kiểm hàng*: Có nhiệm vụ nhập, kiểm và phân phối hàng tới bộ phận quầy hàng.
- *Bộ phận quầy hàng*: Là bộ phận phụ trách các quầy trưng bày hàng hóa có nhiệm vụ sắp xếp hàng, quản lý quầy và tư vấn cho khách hàng nếu có nhu cầu.
- *Bộ phận thanh toán*: Điều khiển các máy thanh toán, thu tiền.
- *Bộ phận bảo vệ*: Có chức năng kiểm soát quá trình mua hàng, trông giữ đồ và phương tiện của khách.

Hầu hết các siêu thị đều quản lý kinh doanh dựa trên mô hình 05 bộ phận cơ bản này, ở một số siêu thị có thể kết hợp giữa bộ phận kế toán và bộ phận nhập, kiểm hàng thành một.

### 2.4. Thực trạng về đầu tư cơ sở vật chất, kỹ thuật và công nghệ

- Các dự án đầu tư xây dựng tổ hợp TTTM trên địa bàn tỉnh đã được công ty TNHH Hòa Bình Minh đi đầu và đăng ký triển khai xây dựng sớm từ năm 2005. Cho đến nay quá trình đầu tư xây dựng gặp phải những yếu tố khách quan do tác động lên xuống của giá cả thị trường nguyên vật liệu, lao động cộng với những ảnh hưởng không nhỏ của thiên tai nên nguồn vốn của công ty không được tập trung do đó thời gian đầu tư của dự án bị kéo dài hơn so với dự kiến. Ngoài ra hiện đang có 03 dự án xây dựng TTTM khác đang được triển khai, các nội dung cụ thể như sau:

STT	Dự án	Đơn vị đầu tư	Địa điểm thực hiện	Tổng vốn đăng ký (triệu đồng)	Thực hiện đến hết tháng 12/2009
1	Tổ hợp khách sạn-siêu thị-văn phòng Cửu Long Vinashin	Công ty cổ phần đầu tư cửa long Vinashin	Phường Đồng Tâm - thành phố Yên Bái	185.710	Khởi công từ tháng 10/2008 đến nay đang thực hiện giải phóng mặt bằng
2	Toà nhà Viettel tại Yên Bái	Công ty cổ phần đầu tư và xây dựng Viettel	Phường Hồng Hà, thành phố Yên Bái	80.000	Khởi công từ tháng 11/2008 đến nay đã hoàn thành 82%
3	TTTM Hoà Bình Minh	Công ty TNHH Hoà	Đường Nguyễn Thái Học, thành	80.000	Thực hiện được khoảng 65%

		Bình Minh	phố Yên Bái		
4	Khu thương mại-du lịch-dịch vụ Hoa Tây Bắc	Công ty cổ phần TMDL Hoa Tây Bắc	Tổ 22, phường Pú Trạng, thị xã nghĩa Lộ	37.000	Bắt đầu khởi công đầu quý IV

**Biểu 9: Các dự án TTTM trên địa bàn**

- Các siêu thị đang hoạt động trên địa bàn đều được đầu tư xây dựng 100% bằng vốn tư nhân với quy mô siêu thị tổng hợp với cơ sở trang thiết bị hiện đại theo tiêu chuẩn siêu thị loại III.

STT	Tên siêu thị	Địa chỉ	Quy mô	Hình thức kinh doanh	Diện tích sàn (m <sup>2</sup> )	Diện tích kinh doanh (m <sup>2</sup> )	Vốn đầu tư (triệu đồng)
1	Siêu thị Saigon Mark	603, đường Điện Biên, thành phố Yên Bái	Loại III	Tổng hợp	700	700	2.000
2	Siêu thị Anh Mỹ	36B Đại lộ Nguyễn Thái Học, thành phố Yên Bái	Loại III	Tổng hợp	1.000	750	6.500
3	Siêu thị Hoàn Mỹ	Phường Hồng Hà, thành phố Yên Bái	Loại III	Tổng hợp	1.300	2.000	10.000
4	Siêu thị Cát Thành	Phường Minh Tân, thành phố Yên Bái	Loại III	Tổng hợp	1.000	1.000	3.400

**Biểu 10: Các siêu thị trên địa bàn**

## 2.5. Lao động

STT	Tên siêu thị	Tổng số lao động	Đại học	Cao đẳng, trung cấp	Dậy nghề và chưa qua đào tạo
1	Siêu thị Anh Mỹ	22	0	8	14
2	Siêu thị Hoàn mỹ	28	0	10	18
5	Siêu thị Cát Thành	08	0	2	6
7	Sài Gòn Mart	12	0	4	8
	<b>Tổng cộng</b>	<b>70</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>46</b>

**Biểu 11: Khảo sát lao động trong các siêu thị**

Kết quả khảo sát lao động tại các siêu thị cho thấy chất lượng lao động trong các siêu thị còn thấp, tỷ lệ lao động qua các trường đào tạo chỉ chiếm 34,3% còn lại dậy nghề và chưa từng qua các lớp đào tạo. Điều này được giải thích do các siêu thị được hình thành từ nguồn vốn tư nhân nên lao động thường là các thành viên gia đình không qua đào tạo, chưa có việc làm đồng thời hầu hết các lao động là nhân viên

bán hàng, nhân viên quầy thanh toán nên chỉ cần qua một lớp bồi dưỡng kỹ năng bán hàng của siêu thị là có thể trở thành nhân viên.

### **3. Vị trí, vai trò của mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trong hệ thống phân phối trên địa bàn tỉnh**

#### **3.1. Vị trí, vai trò của chợ**

a) **Vị trí của chợ:** Chợ là một hình thức thương nghiệp ra đời sớm nhất. Hiện nay, chợ vẫn là loại hình thương nghiệp tồn tại phổ biến, tạo lập mối liên kết giữa lưu thông hàng hóa với sản xuất. Chợ vẫn chiếm vị trí thiết yếu và chưa thể thay thế đối với đời sống của nhân dân

b) **Vai trò của chợ:** Chợ có vai trò rất quan trọng, tạo ra môi trường trao đổi hàng hóa, thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng thường xuyên cho mọi tầng lớp nhân dân. Chợ là nơi tiêu thụ các sản phẩm nông, lâm, thủy sản, hàng công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp phục vụ sản xuất, tiêu dùng, thông qua đó kích thích sản xuất phát triển đặc biệt là sản xuất nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp.

- Chợ là nơi mưu sinh của một bộ phận lớn người dân thuộc mọi đối tượng và thành phần xã hội khác nhau. Các hoạt động kinh doanh thương mại, dịch vụ trong chợ là hình thức mà bất cứ ai cũng có thể tự tham gia vô điều kiện chỉ cần có đủ năng lực do đó đây là nơi tạo ra nhiều công ăn việc làm cho người lao động không có trình độ, người nghèo.

#### **3.2. Vị trí, vai trò của TTTM**

Có thể nói rằng, TTTM đã và đang có vị trí quan trọng trong đời sống kinh tế - xã hội không chỉ ở nước ta, mà còn đối với nhiều nước trên thế giới.

Những cơ sở để hình thành vị trí đó, bao gồm:

- Theo quan niệm của chính trị - kinh tế học, quá trình tái sản xuất xã hội bao gồm các khâu: sản xuất, phân phối, trao đổi và tiêu dùng. Trong đó, trao đổi được xem là khâu trung gian của quá trình tái sản xuất xã hội, là giai đoạn thực hiện giá trị của các hàng hoá được sản xuất sáng tạo ra. Các hoạt động trao đổi hàng hoá được diễn ra dưới nhiều hình thức và phương thức khác nhau, trong đó, TTTM là nơi diễn ra hoạt động xúc tiến và mua bán hàng hoá. Đến nay, cùng với quá trình phát triển của trình độ sản xuất xã hội, TTTM là một loại hình thương mại hiện đại, thỏa mãn được nhu cầu ngày càng cao của sản xuất và tiêu dùng.

- Theo quan điểm của xã hội học, lịch sử con người hình thành và phát triển theo cộng đồng. Vì vậy, trong mỗi con người luôn tồn tại bản tính xã hội, luôn có nhu cầu, ham muốn được tụ họp, gặp gỡ giao lưu với nhau. TTTM là nơi diễn ra hoạt động trao đổi hàng hoá, nhưng nó cũng là nơi gặp gỡ của những người sản xuất, người tiêu dùng thuộc các vùng sản xuất, các ngành sản xuất và nghề nghiệp khác nhau. Nhiều người và nhiều khi đến TTTM không phải vì mục đích mua hay bán hàng hoá mà chỉ là để thỏa mãn nhu cầu tìm hiểu, nâng cao hiểu biết xã hội của bản thân...

Xuất phát từ vị trí, vai trò của TTTM cũng hết sức quan trọng trong đời sống kinh tế - xã hội, thể hiện trên các mặt như:

+ TTTM là nơi thực hiện giá trị hàng hoá, là nơi tiêu thụ sản phẩm của người sản xuất. Đồng thời, cũng là nơi thực hiện nhu cầu của người mua, người tiêu dùng trực tiếp và là nơi quảng bá sản phẩm, nhất là những sản phẩm riêng có của mỗi vùng, địa phương đến vùng khác, địa phương khác. Nói cách khác, TTTM đóng vai trò hạt nhân trong quá trình phát triển của các hoạt động thương mại nói riêng và phát triển các quan hệ kinh tế nói chung.

+ TTTM là nơi thu, phát tập trung nhất các thông tin kinh tế - xã hội có tính thời sự nhất, qua đó góp phần điều chỉnh các hoạt động kinh tế, thương mại của các chủ thể kinh tế và người tiêu dùng, đảm bảo sự phát triển tương xứng giữa cung và cầu hàng hoá.

+ Là nơi hoạt động của một bộ phận thương nhân trong xã hội. Góp phần tạo công ăn, việc làm cho người lao động.

+ TTTM là nơi kích thích sản xuất hàng hoá, nảy nở và phát triển các quan hệ thị trường.

+ Trên phương diện quản lý xã hội, việc tổ chức và quản lý TTTM có hiệu quả sẽ tạo ra khoản thu đáng kể cho ngân sách thông qua các khoản thuế và lệ phí.

### **3.3. Vị trí, vai trò của siêu thị**

**a) Vị trí của siêu thị:** Siêu thị chiếm một vị trí quan trọng hàng đầu trong hệ thống phân phối, trong số rất nhiều hình thức phân phối trong hệ thống phân phối từ người sản xuất đến người tiêu dùng thì siêu thị đáp ứng được một cách tốt nhất nhu cầu của người tiêu dùng. Nếu như các kênh phân phối truyền thống người tiêu dùng phải di chuyển rất nhiều nơi, đi rất nhiều địa điểm bán hàng mới có thể mua đủ các loại hàng hoá mà mình mong muốn thì đối với siêu thị người tiêu dùng có thể mua mọi loại hàng hoá cần thiết. Là cầu nối quan trọng giữa sản xuất và tiêu dùng. Siêu thị giúp giải quyết được nhiều mâu thuẫn trong kênh phân phối hàng hoá... Siêu thị là một loại cửa hàng riêng nằm trong hệ thống mạng lưới bán lẻ hàng hoá và dịch vụ, với mặt hàng kinh doanh chủ yếu là các hàng hoá thuộc nhu cầu hàng ngày.

**b) Vai trò của siêu thị:** Các siêu thị tổng hợp và chuyên doanh giải quyết được rất nhiều mâu thuẫn giữa sản xuất và tiêu dùng hàng hoá:

- Trong khi người tiêu dùng có nhu cầu về nhiều loại hàng hoá với khối lượng nhỏ nhưng người sản xuất để đảm bảo lợi nhuận phải sản xuất một hoặc một số hàng hoá với khối lượng lớn, để đạt hiệu quả sản xuất. Tuy nhiên, sản xuất khối lượng lớn không thể cung ứng trực tiếp cho nhiều người tiêu dùng, do đó hệ thống siêu thị giải quyết tốt sự khác biệt giữa sản xuất quy mô lớn và tiêu dùng đa dạng khối lượng nhỏ. Bằng cách mua từ nhiều nhà sản xuất khác nhau cung cấp cho nhiều người tiêu dùng tại một địa điểm.

- Trong nền kinh tế có sự khác biệt về không gian giữa sản xuất và tiêu dùng. Do nhiều người sản xuất tại nhiều địa điểm khác nhau nhiều người tiêu dùng ở nhiều nơi khác nhau. Siêu thị giúp giải quyết vấn đề này trong quá trình phân phối hàng hoá. Siêu thị mua hàng hoá của người sản xuất về một địa điểm để bán lại cho người tiêu dùng với giá thấp nhất trong hệ thống phân phối.

- Siêu thị còn giúp giải quyết sự khác biệt về không gian giữa sản xuất và thời gian tiêu dùng không trùng khớp, có thể sản xuất có tính thời vụ còn tiêu dùng quanh năm hoặc ngược lại. Vì sản xuất thường không xảy ra cùng thời gian với nhu cầu tiêu dùng sản phẩm nên phải dự trữ hàng hoá. Sự ăn khớp về thời gian giữa sản xuất và tiêu dùng được các siêu thị giải quyết một phần sự khác biệt này.

- Mặt khác, quá trình phân phối hàng hoá các siêu thị nắm bắt được nhu cầu thực tế của thị trường cả về sản phẩm, thời gian và không gian nên có thể chuyển tải những thông tin cần thiết về nhu cầu thị trường cho những người sản xuất và cung ứng hàng hoá, vì thế tạo lập cầu nối để dẫn dắt người sản xuất định hướng vào nhu cầu thị trường, giảm thiểu các tầng, nấc trung gian trong hệ thống phân phối, do đó sẽ có mức giá bán lẻ thấp nhất trong mạng lưới bán lẻ hàng hoá thông thường.

- Siêu thị còn đóng vai trò chức năng tài chính cung cấp tiền mặt và tín dụng cần thiết cho hoạt động sản xuất hàng hoá: Ví dụ: Siêu thị Metro đã cung cấp tài chính cho các hộ nông dân sản xuất rau sau đó mua lại rau để bán trong siêu thị.

- Siêu thị còn đóng vai trò như là người chia sẻ rủi ro với các nhà sản xuất. Nếu như trước kia các nhà sản xuất phân phối hàng hoá và tự gánh chịu rủi ro đối với hàng hoá của mình thì hiện nay một số siêu thị đã bắt đầu tự kinh doanh rủi ro. Họ thường mua đứt hàng hoá của các doanh nghiệp (với giá thấp) sau đó tự chịu trách nhiệm về bảo hành, vận chuyển hàng hoá đối với khách hàng nhằm thu được lợi nhuận cao hơn.

- Siêu thị còn có vai trò cung cấp thông tin thị trường, do bán hàng trực tiếp cho khách hàng nên các siêu thị là người hiểu rõ nhất nhu cầu của khách hàng, những thay đổi về thị hiếu của khách hàng để từ đó cung cấp thông tin phản hồi đối với các nhà sản xuất, tác động tới sản xuất để các nhà sản xuất có thể tạo ra các sản phẩm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

- Ngoài ra siêu thị còn giữ một số vai trò khác như: hoàn thiện thêm sản phẩm, có thể là bao gói, gắn nhãn mác hoặc đóng hộp. Một số siêu thị còn thực hiện một số công đoạn chế biến một phần đặc biệt là đối với hàng thực phẩm. Ngoài ra siêu thị còn giữ vai trò tạo dựng và duy trì mối liên hệ với những người mua tiềm năng.

## II. THỰC TRẠNG CÔNG TÁC QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ HOẠT ĐỘNG MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI

### 1. Hoạt động đầu tư

Xác định mạng lưới chợ và sau này là các siêu thị, TTTM sẽ là những loại hình phân phối chính nên tỉnh Yên Bái luôn thực hiện tốt những quy định, chủ chương của Chính phủ và các Bộ, Ban, Ngành trung ương trong hoạt động đầu tư mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM cụ thể:

- Định hướng, đề xuất thực hiện 13 dự án đầu tư hạ tầng chợ từ nguồn vốn Ngân sách theo quy định tại Nghị định số 02/2004/NĐ-CP của Chính phủ về quản lý hoạt động chợ và Quy hoạch phát triển và đầu tư mạng lưới chợ đến năm 2010, định hướng đến 2015. Phân theo nguồn vốn từng năm gồm:

+ Năm 2007, vốn trung ương hỗ trợ là 2.000 triệu đồng cho 7 chợ thuộc 5 huyện, thị xã là các chợ Vũ Linh (được cấp 311 triệu/490 triệu dự toán quy hoạch được duyệt), Tân hương (264/488 triệu), Đại minh (300/550 triệu) thuộc huyện Yên bình; Đào Thịnh (300/697 triệu) huyện Trấn Yên; khu C chợ Mường Lò (300/996 triệu) thị xã Nghĩa Lộ; chợ đầu mối Nghĩa Tâm (225/991 triệu) và chợ trung tâm huyện Trạm Tấu 300/991 triệu. Vốn thuộc Ngân sách tỉnh hỗ trợ 393 triệu cho chợ đầu mối Trấn Yên và 3.000 triệu cho chợ trung tâm thành phố Yên Bái. Vốn thuộc Ngân sách thành phố hỗ trợ: 200 triệu hỗ trợ xây dựng chợ phường Hồng Hà, 11.220 triệu nâng cấp chợ thành phố Yên Bái và 209 triệu mở rộng chợ phường Yên Ninh.

+ Trong năm 2008, Ngân sách tỉnh hỗ trợ đầu tư nâng cấp, cải tạo và xây dựng 04 chợ là: chợ thành phố Yên Bái 5.241 triệu đồng trong đó Ngân sách tỉnh là 1.800 triệu đồng; Cải tạo chợ Phường Yên ninh - thành phố Yên Bái 267 triệu đồng; xây dựng chợ đầu mối Nghĩa Tâm - huyện Văn Chấn 500 triệu đồng; nâng cấp mở rộng chợ Yên Thế - huyện Lục Yên 383 triệu đồng.

+ Năm 2009, vốn ngân sách tỉnh đầu tư 2.027 triệu đồng là chợ đầu mối Nghĩa Tâm, huyện Văn Chấn. Tính đến thời điểm tháng 31/11/2009 đã hoàn thành quyết toán giai đoạn I của Dự án xây dựng chợ đầu mối Nghĩa Tâm với số số tiền là 2.705 triệu đồng trên tổng số vốn được phê duyệt cả thời kỳ là 4.451 triệu đồng.

- Đề xuất 04 chợ vào định hướng quy hoạch chợ đầu mối và chợ tổng hợp loại I trong Quy hoạch mạng lưới chợ trên phạm vi toàn quốc của Bộ Công Thương gồm:

+ Nâng cấp mở rộng chợ xã Nghĩa Tâm lên Chợ đầu mối nông sản tổng hợp xã Nghĩa Tâm, huyện Văn Chấn quy mô 3ha, vốn đầu tư 30.000 triệu đồng;

+ Nâng cấp mở rộng chợ thị trấn Cổ Phúc từ chợ loại II lên Chợ đầu mối nông sản tổng hợp thị trấn Cổ Phúc, huyện Trấn Yên quy mô 3ha, vốn đầu tư 30.000 triệu đồng;

+ Nâng cấp mở rộng chợ trung tâm thành phố Yên Bái lên Chợ tổng hợp bán buôn, bán lẻ loại I thành phố Yên Bái quy mô 17.250 m<sup>2</sup>, vốn đầu tư: 20.700 triệu đồng;

+ Nâng cấp mở rộng chợ Mường Lò lên Chợ tổng hợp bán buôn, bán lẻ Mường Lò, thị xã Nghĩa Lộ quy mô 14.000 m<sup>2</sup>, vốn đầu tư 16.800 triệu đồng;

- Tham gia ý kiến thẩm định vào các dự án đầu tư TTTM, siêu thị có địa điểm tại địa bàn tỉnh gồm:

+ Dự án tổ hợp khách sạn - siêu thị - văn phòng Cửa Long Vinashin;

+ Dự án xây dựng toà nhà Viettel tại Yên Bái;

+ Dự án xây dựng TTTM Hoà Bình Minh;

+ Dự án xây dựng khu thương mại - du lịch Hoa Tây Bắc, thị xã Nghĩa Lộ.

## **2. Hoạt động kinh doanh**

### **2.1. Quản lý thị trường kinh doanh**

Thị trường kinh doanh trong mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM thường xuyên được kiểm tra, kiểm soát thông qua các đội quản lý thị trường của Chi cục QLTT tỉnh. Kết quả kiểm tra cho thấy các lỗi vi phạm của các thương nhân kinh doanh chủ yếu là trong chợ với các vi phạm về hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ, hàng trốn thuế, hàng giả, kém chất lượng nhưng với số lượng nhỏ, tính chất vụ việc không lớn và phức tạp. Đối với hệ thống các siêu thị thì hàng hóa cơ bản có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, đã qua kiểm định và niêm yết công khai.

## **2.2. Hoạt động xúc tiến thương mại**

Công tác xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường đã được quan tâm và thực hiện trong các năm trở lại đây thông qua các biện pháp kêu gọi và bảo hộ cho các siêu thị tham gia các đợt bán hàng tiêu điểm trong năm hưởng ứng các cuộc vận động của Nhà nước như “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” của Bộ Chính trị, Chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước của Bộ Công Thương nhằm kích cầu tiêu dùng trong tỉnh đã thu hút được các đơn vị tham gia và đem lại những kết quả khích lệ.

## **3. Thực trạng công tác chuyển đổi mô hình quản lý chợ**

Thực hiện công tác chuyển đổi mô hình quản lý chợ từ năm 2004 nhưng đến năm 2006, hoạt động chuyển đổi mới đạt được một số kết quả:

- Chuyển đổi xong mô hình Ban quản lý chợ Mường Lò - Thị xã Nghĩa Lộ sang thành lập Công ty TNHH kinh doanh và khai thác chợ Mường Lò theo Quyết định số 141/2006/QĐ-UBND ngày 22 tháng 4 năm 2006 của Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái.

- Năm 2007 hoàn tất chuyển đổi được 5 chợ thuộc 2 huyện là: chợ xã Trúc Lâu thành HTX chợ thương mại Ngọc Thành, chợ xã An Lạc chuyển giao cho HTX nông lâm nghiệp tổng hợp An Lạc, chợ xã Mường Lai chuyển giao cho HTX nông lâm nghiệp tổng hợp Mường Lai thuộc huyện Lục Yên; chợ xã Vĩnh Kiên chuyển giao cho HTX dịch vụ nông lâm nghiệp Vĩnh Kiên và chợ xã Bảo Ái chuyển giao cho HTX Điện nước Bảo Ái thuộc huyện Yên Bình.

- Năm 2008, Phối hợp với Sở Tài chính và các ngành liên quan định giá tài sản chợ Yên Thế, tham mưu cho UBND tỉnh phê duyệt phương án bán đấu giá toàn bộ tài sản chợ cho Công ty cổ phần quản lý chợ và vệ sinh môi trường Yên thế quản lý, kinh doanh và khai thác.

Quá trình tổ chức thực hiện công tác chuyển đổi mô hình quản lý chợ chưa thể tiến hành đồng loạt do còn gặp phải một số khó khăn:

- Khi chuyển đổi mô hình quản lý từ những chợ được đầu tư 100% vốn ngân sách nhà nước thành công ty TNHH 1 thành viên: Theo Nghị định số 95/2006/NĐ-CP của Chính phủ về việc chuyển đổi công ty nhà nước thành công ty TNHH một thành viên thay thế cho Nghị định số 63/2001/NĐ-CP và Thông tư số 25/2007/TT-BTC ngày 02/4/2007 của Bộ Tài chính hướng dẫn xử lý tài chính khi chuyển đổi công ty nhà nước thành công ty TNHH một thành viên thay thế cho Thông tư số 26/2002/TT-BTC thì việc chuyển đổi gặp phải khó khăn do quy định về vốn điều lệ quá lớn.



- Khi chuyển đổi mô hình quản lý từ những chợ tạm (chưa được đầu tư từ nguồn vốn ngân sách Nhà nước), chợ cụm xã vùng cao, vùng sâu, vùng xa, thuộc các chương trình phát triển kinh tế - xã hội, xoá đói giảm nghèo, định canh định cư của Nhà nước thành thành mô hình Hợp tác xã theo tinh thần Nghị định 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển quản lý chợ gặp những vướng mắc:

+ Hầu hết các chợ tạm đều có cơ sở vật chất thấp kém, tạm bợ. Nguồn thu từ chợ là không cao và không thường xuyên, ổn định do tập quán họp theo phiên của người kinh doanh.

+ Các chợ tạm trên địa bàn xã thuộc quản lý và là nguồn thu cố định của xã. Những chợ này được xã dựng lên bằng tre nứa để đáp ứng nhu cầu giao lưu, trao đổi hàng hoá của bà con, tuy đầu tư là không đáng kể nhưng khi tiến hành vận động xã chuyển giao cho Hợp tác xã thì không phải xã nào cũng đồng ý và ủng hộ chủ trương của tỉnh.

+ Hầu hết các chợ tạm đều được giao khoán cho một cá nhân, hộ gia đình hay một tổ chức trực tiếp trông coi, quản lý theo hợp đồng. Vì vậy khi tiến hành chuyển đổi thì phải đợi hết thời hạn hợp đồng mà xã đã ký với cá nhân, hộ gia đình hoặc tổ chức thì mới có thể làm thực hiện được. Ngoài ra thì với một số xã không có HTX dịch vụ tổng hợp phù hợp với yêu cầu chuyển đổi.

### III. ĐÁNH GIÁ CHUNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA CẦN GIẢI QUYẾT

#### **1. Kết quả, tồn tại và nguyên nhân trong hoạt động của mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM hiện có**

##### ***1.1. Kết quả đạt được***

- Nhận thức được vai trò, vị trí của mạng lưới chợ và gần đây là mạng lưới siêu thị, TTTM trong phát triển kinh tế - xã hội, những năm qua UBND tỉnh, các ngành chức năng và các địa phương đã quan tâm đến công tác phát triển, quản lý thông qua việc giành quỹ đất, đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng.

- Hoạt động của mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh đã góp phần mở rộng giao lưu hàng hóa, phục vụ tốt nhu cầu mua bán hàng hóa của nhân dân địa phương. Thông qua chợ, tăng cường mối quan hệ hợp tác giao lưu tình cảm và giữ gìn bản sắc văn hóa của từng vùng. Chợ đã trở thành yếu tố kinh tế, văn hóa không thể thiếu trong đời sống của nhân dân địa phương và đồng bào các dân tộc hiện nay.

- Tại các chợ trung tâm, việc sắp xếp, bố trí địa điểm kinh doanh đã theo quy hoạch ngành hàng nên thuận tiện cho người mua, người bán, thực hiện công tác vệ sinh, văn minh thương nghiệp, thu hút được số lượng lớn lao động tham gia kinh doanh, giải quyết được việc làm thường xuyên và có thu nhập bình quân từ 800.000đ đến 1.200.000đ/tháng.

- Công tác phòng chống cháy nổ đã được tổ chức chặt chẽ, các chợ đã được trang bị hệ thống phòng chống cháy nổ, thiết kế hệ thống nước, điện phục vụ cho việc bảo vệ hàng hóa, có đường điện phục vụ các hộ kinh doanh riêng, có quy định cụ thể đối với hộ kinh doanh và các đối tượng ra vào chợ phải thực hiện nhiệm vụ phóng

cháy, chữa cháy. Chính vì vậy thời gian qua toàn tỉnh chưa xảy ra vụ cháy chợ nào gây thiệt hại lớn.

- Công tác vệ sinh, an ninh trật tự, tổ chức bảo vệ hàng hóa của hầu hết các chợ đã tương đối tốt, các chợ đều có nội quy về giữ gìn vệ sinh, trật tự trị an trong chợ, đảm bảo an toàn hàng hóa cho các hộ kinh doanh gửi hàng trong chợ. Phối hợp với cơ quan công an có biện pháp ngăn chặn kịp thời các hiện tượng mất trật tự, gây rối, trộm cắp của các đối tượng trong chợ, tạo niềm tin cho các hộ kinh doanh.

Đối với mạng lưới siêu thị, tuy mới hình thành với số lượng còn hạn chế nhưng các siêu thị đã mang lại một luồng gió mới vào thói quen, tập quán tiêu dùng của người dân khu vực thành thị.

- Hoạt động đầu tư các TTTM, siêu thị đã đạt được những kết quả đáng kể. Đã có 04 dự án xây dựng TTTM được khởi công và 04 siêu thị đang hoạt động có hiệu quả.

- Hoạt động đầu tư xây dựng các TTTM, siêu thị đã tạo ra xung lực cho việc phát triển hoàn thiện hệ thống phân phối trong đó người tiêu dùng là đối tượng hưởng lợi.

- Hàng hóa trong các siêu thị trong tỉnh hiện nay đa dạng về chủng loại, mẫu mã và được bày bán tiện lợi theo từng khu vực, từng ngành hàng đồng thời có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, được niêm yết giá công khai nên người dân có thể nhanh chóng tự lựa chọn những mặt hàng cần thiết với chất lượng và giá cả hợp lý.

- Với sự xuất hiện các siêu thị, thị trường hàng hóa đang được lành mạnh hóa. Người dân có nhiều hơn những sự lựa chọn trong việc mua bán những loại hàng có chất lượng, đảm bảo và hơn cả là sự thoải mái trong tâm lý mua sắm.

## **1.2. Một số tồn tại và nguyên nhân**

### **a) Tồn tại:**

*Ngoài những kết quả đã đạt được, mạng lưới chợ còn gặp phải một số tồn tại như sau:*

- Loại hình chợ trong mạng lưới chợ của tỉnh hiện nay rất đơn điệu, hầu hết là chợ kinh doanh tổng hợp. Một số chợ được đầu tư nâng cấp lên chợ đầu mối, chợ loại I tổng hợp nhưng hình thức kinh doanh cũng như nguồn hàng chưa được phát triển.

- Diện tích đất sử dụng cho đầu tư xây dựng chợ thấp hơn so với yêu cầu, chợ tuy nhiều nhưng bố trí chưa hợp lý, thiếu tính hệ thống, nhiều chợ vị trí chưa phù hợp với quy hoạch chung, còn tình trạng tự phát các chợ cóc, chợ xép, chợ vi phạm lộ giới giao thông ở một số địa phương, làm ảnh hưởng đến trật tự giao thông, cảnh quan môi trường, một số chợ nằm quá sát khu dân cư, sát đường giao thông và trên 90% chợ hiện nay không có tường rào bao quanh chợ gây khó khăn cho việc vận chuyển và lưu trữ hàng hóa ra vào chợ.

- Cơ sở hạ tầng của chợ cơ bản còn nghèo, chập vác, xuống cấp. Đầu tư cải tạo, nâng cấp chưa tập trung, thiếu đồng bộ. Công tác lập kế hoạch xây dựng cơ bản cũng

nư việc đầu tư xây dựng còn gặp nhiều khó khăn do thiếu vốn, công trình xây dựng thường không đảm bảo tiến độ và phải kéo dài.

- Quy mô chợ phần lớn còn nhỏ, tỷ lệ chợ kiên cố thấp.

- Vấn đề vệ sinh môi trường, an toàn trật tự trong các chợ còn nhiều hạn chế. Một số chợ chưa có hệ thống xử lý nước thải vì vậy gây ra úng lụt thường xuyên khi có mưa bão. Nhiều chợ chưa có nhà vệ sinh công cộng, thiếu nước sạch phục vụ cho các hộ kinh doanh hàng ăn uống, rau quả tươi, thực phẩm tươi sống...

- Công tác tổ chức quản lý tại các chợ chưa chặt chẽ và đồng bộ. Số công ty chợ, chợ có Ban quản lý thấp, những chợ có Tổ quản lý hoạt động chuyên biệt chưa cao.

- Công tác đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ của Công ty, Ban quản lý chợ chưa được quan tâm.

- Công tác quản lý nhà nước đối với chợ còn nhiều thiếu sót. Việc phân cấp quản lý theo ngành và địa phương chưa thống nhất và chưa rõ trách nhiệm, dễ phát sinh tùy tiện trong công tác quản lý. Mỗi quan hệ cộng quản của các ngành liên quan đối với các ban quản lý, tổ quản lý chợ còn chưa gắn bó trong việc quản lý, hướng dẫn các hộ kinh doanh và mọi hoạt động tại chợ. Chưa đáp ứng được yêu cầu quản lý và bảo vệ lợi ích của người mua bán tại chợ, dẫn đến tình trạng cán bộ ngành nào thực hiện chức năng, nhiệm vụ của ngành đó. Công tác giữ gìn trật tự an ninh gặp khó khăn, UBND xã, phường và cơ quan công an chưa quan tâm phối hợp cùng với ban quản lý, tổ quản lý chợ quản lý tốt an ninh tại khu chợ, gây ảnh hưởng đến công tác bảo vệ ban đêm cũng như an ninh trật tự của khu vực.

*Đối với mạng lưới siêu thị, TTTM tuy mới được hình thành nhưng quá trình quản lý, hoạt động kinh doanh của siêu thị cũng mắc phải những tồn tại:*

- Công tác quản lý hoạt động đầu tư và hoạt động kinh doanh của các siêu thị, TTTM chưa được phân cấp và quy định trách nhiệm rõ ràng. Quy chế siêu thị, TTTM ban hành kèm theo Quyết định số 1371/2004/QĐ - BTM ngày 24/09/2004 của Bộ trưởng Bộ Thương mại chỉ phân loại được các siêu thị, TTTM còn tiêu chí về quản lý quy hoạch, đầu tư và hoạt động kinh doanh thì chưa được đề cập đến.

- Các dự án đầu tư TTTM trên địa bàn được cấp đất và triển khai rất sớm khi dự án được phê duyệt nhưng quá trình thực hiện của chủ đầu tư không đúng với quy định về thời gian và tiến độ.

- Chưa có chế tài quản lý hoạt động của các siêu thị do đó việc phối hợp, chỉ đạo các siêu thị tham gia các chương trình của tỉnh, của ngành còn chưa được hưởng ứng.

#### **b) Nguyên nhân:**

*Với mạng lưới chợ:*

- Chậm quy hoạch phát triển hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh nên việc đầu tư phát triển chợ thiếu đồng bộ.

- Nhận thức của các cấp, các ngành về vị trí, vai trò của thị trường nội tỉnh chưa thật đầy đủ, trong đó có hệ thống chợ; công tác tổ chức thị trường chưa được chú trọng đúng mức, thiếu sự chỉ đạo cụ thể trong việc thực hiện các cơ chế, chính sách đã có.

- Đầu tư cho chợ trong những năm trở lại đây đã được Nhà nước khuyến khích dưới nhiều hình thức nhưng trên thực tế do ngân sách địa phương eo hẹp, thương nhân chưa quan tâm nhiều đến lĩnh vực này nên hệ thống chợ trên địa bàn những năm qua chậm đổi mới và hiệu quả đối với đời sống kinh tế - xã hội chưa được phát huy tối đa.

- Do quy mô hạn hẹp, nhiều chợ trung tâm đã trở nên quá tải đòi hỏi phải được đầu tư mở rộng, nâng cấp. Trước tình hình đó tỉnh đã đưa ra những giải pháp gỡ về vốn nhưng hiệu quả mang lại chưa cao.

- Do không nghiên cứu kỹ tập quán tiêu dùng, tính năng của hàng hóa nên một số chợ có kết cấu xây dựng, phân bố ngành hàng không phù hợp, một số chợ xây xong không có người họp do không phù hợp với tập quán, phong tục gây ra tổn thất, lãng phí lớn về tiền của, vật chất của Nhà nước, của nhân dân.

*Với mạng lưới siêu thị, TTTM:*

- Chưa có những cơ chế, chính sách cụ thể, rõ ràng và đầy đủ về quản lý hoạt động của siêu thị, TTTM.

- Hoạt động đầu tư các TTTM thường có quy mô và vốn đầu tư rất lớn đồng thời vốn đầu tư chủ yếu là vốn tư doanh nghiệp nên trước những biến động của giá cả thị trường thì quá trình đầu tư cũng chịu những ảnh hưởng kéo dài trong từng giai đoạn nhất định.

## **2. Đánh giá kết quả, bất cập và hạn chế của Dự án quy hoạch phát triển và đầu tư mạng lưới chợ tỉnh Yên Bái đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020**

### **2.1. Kết quả đạt được**

Thực hiện Quyết định số 406/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt dự án Quy hoạch phát triển và đầu tư mạng lưới chợ tỉnh Yên Bái đến năm 2010 và định hướng đến 2020 từ tháng 4 năm 2007 đến nay quá trình tổ chức thực hiện đã được gần 3 năm, dự án đã thu được một số kết quả:

- Dự án Quy hoạch, phát triển và đầu tư mạng lưới chợ được lập ra trong bối cảnh các Bộ, ngành trung ương đang tập trung thực hiện quy hoạch tổng thể mạng lưới chợ trên phạm vi cả nước do đó đã đóng góp những chỉ tiêu quan trọng về hiện trạng mạng lưới chợ miền núi, đề xuất, đóng góp những ý kiến cho quy hoạch mạng lưới chợ đầu mối, chợ tổng hợp loại I của địa phương vào quy hoạch chung của cả nước.

- Dự án là kết quả của quá trình điều tra, khảo sát và đánh giá thực trạng mạng lưới chợ trên địa bàn toàn tỉnh từ đó nêu bật những khó khăn, hạn chế, bất cập của mạng lưới chợ cũng như đưa ra những biện pháp cụ thể giải quyết những tồn tại và khắc phục những hạn chế trên cơ sở củng cố cơ sở hạ tầng, phát triển mạng lưới chợ.

- Sự ra đời của Dự án đóng góp vào quy hoạch tổng thể kinh tế - xã hội của tỉnh cũng như quy hoạch chi tiết của các ngành đặc biệt là cơ sở đề xuất cho những dự án đầu tư cơ sở hạ tầng từ các nguồn vốn phi Chính phủ, vốn tài trợ của các quốc gia khác như nguồn vốn ADB của Ngân hàng phát triển Châu Á.

- Quá trình tổ chức thực hiện từ năm 2007 đến nay đã tham mưu, đề xuất đầu tư nâng cấp, cải tạo và mở rộng cho 13 chợ trên địa bàn thông qua 17 dự án qua các năm với tổng số vốn là 25.440 triệu đồng.

## **2.2. Những bất cập, hạn chế và nguyên nhân**

Tuy đạt được những kết quả nhưng Dự án quy hoạch phát triển và đầu tư mạng lưới chợ tỉnh Yên Bái đến năm 2010, định hướng đến 2015 cũng bộc lộ nhiều bất cập, hạn chế trong quá trình tổ chức thực hiện:

- Các dự báo về các chỉ tiêu phát triển mạng lưới chợ chưa thật sự phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế - xã hội chung của toàn tỉnh.

- Trong quá trình thực hiện nội dung dự án, do chưa nghiên cứu hết nhu cầu thị trường, tập quán, thói quen của thương nhân đồng thời quá căn cứ vào những đề xuất của cơ quan quản lý cấp huyện nên hiệu quả thực hiện dự án chưa cao đặc biệt là các chợ đầu tư xây mới (chợ quy hoạch phát triển). Các dự án chợ thuộc mục này chiếm 43% tổng số hình thức đầu tư chợ nhưng giai đoạn đến 2010 mới có 1 chợ xây mới đạt 3,3% kế hoạch.

- Quy hoạch mới chỉ tập trung vào việc đề xuất các phương án xây mới, nâng cấp cải tạo mạng lưới chợ hiện có mà chưa đề cập đến công tác quản lý các chợ xếp tại các khu dân cư, trường học, dọc các tuyến giao thông.

- Quy định về mô hình tổ chức quản lý chợ chưa rõ ràng đặc biệt với những chợ quy hoạch phát triển.

- Quy hoạch đã nêu được hướng đầu tư cho các chợ hiện có, đề xuất những phương án quy hoạch các chợ mới nhưng hoàn toàn chưa đề cập đến định hướng phát triển nguồn hàng nhất là hàng nông lâm sản, thực phẩm của địa phương; định hướng phát triển thị trường lưu thông hàng hóa trong chợ.

- Quy hoạch chưa đề cập đến tất cả các loại hình chợ có thể phát triển trên địa bàn tỉnh như chợ văn hóa, chợ du lịch vùng cao.

## **3. Một số vấn đề đặt ra cần giải quyết**

Để khắc phục những hạn chế, bất cập trong thực trạng cũng như trong công tác quản lý của mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trên địa bàn tỉnh, cần tập trung giải quyết một số vấn đề sau:

### **3.1. Về quản lý hoạt động đầu tư**

#### **a) Mạng lưới chợ:**

- Mạng lưới chợ của tỉnh được đánh giá là đã hình thành nhưng vẫn còn đơn điệu, chưa có nhiều loại hình chợ.

- Việc đầu tư chợ hiện nay thường chưa được quan tâm đúng mức khi tiêu chuẩn cơ bản các hạng mục trong chợ của một số chợ chưa được đảm bảo.
- Vẫn có tình trạng đầu tư xây dựng chợ nhưng không có người hợp.
- Một số chợ đầu tư dàn trải, có chợ thì thiếu diện tích, chợ thì quá rộng không đủ người hợp.

**b) Mạng lưới siêu thị, TTTM:**

- Chưa có quy hoạch chi tiết quỹ đất cho mạng lưới siêu thị, TTTM.
- Đầu tư các công trình siêu thị, TTTM thường kéo dài hơn so với thời gian, giai đoạn quy định.
- Chưa có chế tài xử lý đối với những siêu thị vi phạm hoạt động đầu tư không đúng tiêu chuẩn.

**3.2. Về quản lý hoạt động kinh doanh**

**a) Mạng lưới chợ:**

- Hoạt động kinh doanh trong chợ thường diễn ra phức tạp, khó quản lý, đối tượng kinh doanh hỗn hợp, hàng hóa đa dạng.
- Chưa quản lý được cung cầu hàng hóa trong chợ trước những biến động.
- Đội ngũ thương nhân kinh doanh trong chợ chiếm số lượng lớn nhưng chúng ta chưa tận dụng và quản lý triệt để được.

**b) Mạng lưới siêu thị, TTTM:**

- Đối với các TTTM sau khi thành lập phải có chính sách thu hút các doanh nghiệp tham gia kinh doanh.
- Đối với các siêu thị, chúng ta chưa có chính sách để quản lý để các siêu thị trở thành một hạt nhân phục vụ cho công tác quản lý và điều tiết thị trường.
- Theo quy chế do Bộ Thương mại ban hành năm 2004, tất cả các siêu thị, TTTM phải có nội quy và nội quy ấy phải được các sở thương mại ký duyệt; trên biển hiệu phải ghi rõ tên doanh nghiệp kinh doanh, địa chỉ, số điện thoại và hạng của siêu thị. Siêu thị phải có nơi trông giữ xe, thiết bị phòng cháy chữa cháy... Trong siêu thị không được bày bán hàng không rõ nguồn gốc, xuất xứ, hàng không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm nhưng hầu hết các siêu thị trên địa bàn đều vi phạm những lỗi này.

**PHẦN THỨ BA****DỰ BÁO CUNG CẦU THỊ TRƯỜNG HÀNG HOÁ VÀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ĐẾN NĂM 2020****I. TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI TỈNH ĐẾN NĂM 2020****1. Định hướng phát triển kinh tế - xã hội**

Phần đầu đến năm 2020 Yên Bái cơ bản trở thành một tỉnh công nghiệp, là địa bàn giữ vị trí chiến lược quan trọng về an ninh - quốc phòng, đầu mối giao thông vận tải, nằm trong hệ thống các điểm phát triển du lịch vùng miền núi phía Bắc. Duy trì tốc độ tăng trưởng kinh tế hợp lý và bền vững, công nghiệp giữ vai trò chủ đạo. Các doanh nghiệp đầu tư đổi mới trang thiết bị, nâng cao trình độ công nghệ, sản xuất ra khối lượng sản phẩm lớn, chất lượng cao, có ưu thế trong cạnh tranh và xuất khẩu; tăng nhanh tỷ trọng du lịch trong cơ cấu phát triển dịch vụ; phát huy tiềm năng thế mạnh trong chăn nuôi. Phát triển kinh tế gắn với phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo an ninh - quốc phòng. Đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân được nâng lên.

**1.1. Về kinh tế**

Căn cứ mục tiêu của chiến lược phát triển kinh tế - xã hội đất nước. Căn cứ thực trạng nền kinh tế - xã hội của tỉnh xuất phát điểm từ nền kinh tế thấp nên đặt ra yêu cầu phải tiếp tục phấn đấu đạt mức tăng trưởng kinh tế cao hơn trong các thời kỳ sau để thu hẹp dần khoảng cách chênh lệch về mức thu nhập bình quân đầu người, tránh nguy cơ tụt hậu quá xa so với mức bình quân đầu người chung cả nước. Với mục tiêu phấn đấu phát triển kinh tế - xã hội đến năm 2015 và 2020 như sau:

Chỉ tiêu	Cơ cấu kinh tế (%)			Tốc độ tăng trưởng kinh tế (%)	
	2010	2015	2020	2010 - 2015	2016 - 2020
<b><u>Nền kinh tế</u></b>	<b><u>100</u></b>	<b><u>100</u></b>	<b><u>100</u></b>	<b><u>13,0</u></b>	<b><u>13,5</u></b>
- Nông lâm nghiệp	33	26	19	5,4	5,2
- Công nghiệp, xây dựng	34	40	46	16,0	15,0
- Dịch vụ	33	34	35	14,5	15,3
Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)	- Thời kỳ 2010 - 2015: 25.000 - Thời kỳ 2016 - 2020: 50.000				

**1.2. Về xã hội**

Dựa trên cơ sở quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Yên Bái, mục tiêu quy hoạch về xã hội đến năm 2015 và năm 2020 như sau:

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2015	Năm 2020
1. Dân số trung bình	Người	795.000	833.000
- Tỷ lệ tăng dân số tự nhiên	%	1,086	1,006
- Dân số trong độ tuổi lao động	Người	466.220	499.720
- Số lao động được giải quyết việc làm	Người	17.000	17.000
2. Tỷ lệ hộ nghèo	%	Giảm 4% mỗi năm theo chuẩn Quốc gia từng thời kỳ	
3. Tổng số xã có điện lưới	Xã	159	159
4. Tỷ lệ phủ sóng phát thanh	%	95	98
- Tỷ lệ phủ sóng truyền hình	%	95	98
- Tỷ lệ dân số được nghe phát thanh	%	95	100
- Tỷ lệ dân số được xem truyền hình	%	85	90
5. Tỷ lệ xã, phường phổ cập giáo dục tiểu học	%	97	100
- Tổng số trường	trường	669	684
- Tổng số học sinh	học sinh	192.425	199.347
- Số người đi học/1 vạn dân	người	2.420,4	2.393,1
- Tỷ lệ lao động qua đào tạo	%	42	50
6. Số bác sỹ/1 vạn dân	Bác sỹ	7,5	8,0
- Số giường bệnh/1 vạn dân	Giường	37,75	36,03
- Tỷ lệ trẻ em được tiêm vắc xin	%	> 99	> 99
- Tỷ lệ trẻ em dưới 5 tuổi suy dinh dưỡng	%	19	16
- Tỷ lệ bướu cổ/dân số	%	6	5
- Tỷ lệ sốt rét/dân số	%	0,6	0,4

## 2. Quy hoạch phát triển các ngành kinh tế

### 2.1. Nông lâm nghiệp

Giá trị sản xuất nông nghiệp năm 2015 tăng lên 2.225 tỷ đồng, bình quân 5 năm 2010 - 2015 tăng 5,4% và năm 2020 tăng lên 2.882 tỷ đồng, bình quân 5 năm 2016 - 2020 tăng 5,3%.

Trong sản xuất nông nghiệp, đẩy mạnh phát triển chăn nuôi, đưa chăn nuôi trở thành khâu đột phá trong phát triển nông nghiệp để tiếp tục tăng nhanh tỷ trọng ngành chăn nuôi trong nông nghiệp. Chuyển từ phương thức chăn thả gia súc tự nhiên sang chăn nuôi theo phương thức bán công nghiệp, lấy hộ gia đình là đơn vị chăn nuôi chủ yếu. Trong sản xuất lâm nghiệp, tỷ trọng trồng rừng và khai thác lâm sản đều tăng lên, tuy nhiên mức tăng chậm và dần ổn định.

### 2.2. Công nghiệp

Tiếp tục xác định phát triển công nghiệp để tạo bước đột phá cho phát triển kinh tế - xã hội. Phấn đấu tăng nhanh giá trị sản xuất công nghiệp. Phát triển công nghiệp theo hướng tập trung vào các lĩnh vực chế biến nông lâm, khoáng sản, vật liệu



xây dựng... nhằm khai thác các tiềm năng lợi thế của tỉnh như: chế biến chè, chế biến tinh bột sắn, chế biến gỗ, sản xuất giấy để, sứ cách điện, xi măng, gạch, cao lanh, cacbonát canxi, đá mỹ nghệ, đá xây dựng... Phát huy thế mạnh sẵn có tại các địa phương về phát triển thủy điện nhỏ nhằm đảm bảo cung cấp điện sinh hoạt tại chỗ cho đồng bào các dân tộc vùng sâu, vùng xa. Phát triển một số ngành công nghiệp mới như sơn công nghiệp, ván ép, giấy bao bì... Phát triển công nghiệp phụ trợ, công nghiệp chế tạo, cơ khí, lắp ráp điện tử, dệt may, giày da...

Giá trị sản xuất công nghiệp năm 2015 đạt 7.200 tỷ đồng, bình quân 5 năm 2010 - 2015 tăng 19,9%; năm 2020 tăng lên 15.000 tỷ đồng, bình quân 5 năm 2016 - 2020 tăng 15,8%.

Tập trung đầu tư các cụm, khu công nghiệp nhằm đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Xây dựng các khu, cụm công nghiệp trở thành địa bàn quan trọng, trở thành động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển đô thị và các ngành dịch vụ.

Về chuyển dịch cơ cấu sản xuất trong công nghiệp: Dự báo những năm tới tỷ trọng công nghiệp quốc doanh có xu hướng ổn định ở mức 41% - 42%, tỷ trọng công nghiệp ngoài quốc doanh có xu hướng giảm xuống và công nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài sẽ tăng lên; đồng thời tỷ trọng công nghiệp khai thác sẽ giảm xuống và công nghiệp chế biến sẽ tăng lên.

### **2.3. Ngành dịch vụ**

Tiếp tục phát triển mạnh thương mại, đảm bảo hàng hoá lưu thông thông suốt. Mở rộng các loại thị trường, cả thị trường nông thôn và thị trường vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc với các hình thức kinh doanh đa dạng và quy mô phù hợp với từng vùng

Đầu tư khai thác các tiềm năng du lịch để đưa du lịch thành một mũi đột phá trong phát triển ngành dịch vụ. Tập trung vào các loại hình dịch vụ du lịch chất lượng cao, gắn với du lịch sinh thái và các di tích lịch sử, lễ hội truyền thống mang đậm đà bản sắc dân tộc của từng vùng, đáp ứng nhu cầu của du khách trong nước và quốc tế.

Tập trung đổi mới, nâng cao chất lượng và đa dạng hoá các mặt hàng xuất khẩu, tăng tỷ trọng các sản phẩm đã qua chế biến phục vụ tiêu dùng và xuất khẩu. Củng cố và mở rộng thị trường xuất khẩu, thực hiện có hiệu quả các chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại. Xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm xuất khẩu.

Nâng cao chất lượng các dịch vụ vận tải, đồng thời chú trọng năng lực và trách nhiệm của người điều khiển phương tiện và chất lượng các phương tiện vận tải để đảm bảo an toàn giao thông. Tiếp tục phát triển các dịch vụ vận tải hành khách chất lượng cao như: vận tải lữ hành, tắc xi.

Phát triển các dịch vụ bưu chính viễn thông với chất lượng và giá cước hợp lý nhằm nâng cao sức cạnh tranh, đáp ứng xu hướng và nhu cầu hội nhập, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao dân trí, nâng cao mức sinh hoạt của người dân, đáp ứng nhu cầu thông tin liên lạc, đảm bảo quốc phòng an ninh trên địa bàn toàn tỉnh

Tiếp tục thực hiện các biện pháp tăng thu cho ngân sách, giải pháp cơ bản là phát triển mạnh các ngành sản xuất và dịch vụ, phần đầu giảm dần trợ cấp từ Trung ương.

**a) Tốc độ tăng và cơ cấu sản xuất các ngành dịch vụ:**

Dự báo trong những năm tới, tốc độ tăng giá trị sản xuất các ngành vận tải, bưu điện, thương mại và du lịch sẽ ở mức 14,5 - 17%/năm; tỷ trọng các ngành thương mại, du lịch, vận tải, bưu điện sẽ tiếp tục tăng lên:

Chỉ tiêu	Cơ cấu sản xuất (%)			Tốc độ tăng trưởng (%)	
	2010	2015	2020	2010 - 2015	2016 - 2020
<b>Ngành dịch vụ</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>15,4</b>	<b>16,5</b>
- Thương mại, du lịch	24	25,0	26,0	16,3	16,4
- Vận tải, bưu điện	19	18,5	18,0	14,6	14,5
- Dịch vụ khác	57	56,5	56,0	15,3	17,2

**b) Thương mại:**

Phát huy nguồn lực tối đa từ các thành phần kinh tế, tranh thủ có hiệu quả nguồn lực từ bên ngoài, tiếp tục khuyến khích đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ trực tiếp hoạt động kinh doanh thương mại như: hệ thống chợ, hệ thống cửa hàng, kho tàng và cơ sở kinh doanh hiện đại (trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tự chọn).

Tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ trên thị trường đến năm 2015 đạt 8.700 tỷ đồng và đến năm 2020 tăng lên 17.500 tỷ đồng, tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2010 - 2015 là 16,8% và giai đoạn 2016 - 2020 là 15%.

**c) Du lịch:**

Khuyến khích phát triển các sản phẩm du lịch độc đáo, mang đậm nét đặc trưng của đồng bào các dân tộc tỉnh Yên Bái, trong đó đặc biệt chú trọng đến các sản phẩm du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí và văn hóa lễ hội, làng nghề truyền thống.

Tập trung phát triển nhanh cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch, phần đầu từ năm 2015 trở đi có được hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch tương đối đồng bộ, đảm bảo nhu cầu phát triển du lịch: Toàn tỉnh có khoảng 100 cơ sở lưu trú phục vụ du lịch, trong đó có trên 3 cơ sở đạt tiêu chuẩn 3 sao trở lên và có trên 70% cơ sở đạt tiêu chuẩn tối thiểu; đến năm 2020 có trên 120 cơ sở lưu trú, trong đó có trên 5 cơ sở đạt tiêu chuẩn 3 sao trở lên và có trên 75% cơ sở đạt tiêu chuẩn tối thiểu.

Dự kiến giai đoạn 2010 - 2020 đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật 04 khu du lịch chính, gồm: Khu du lịch Tân Hương hồ Thác Bà; Khu du lịch sinh thái Suối Giàng huyện Văn Chấn; Khu du lịch sinh thái Văn Hội huyện Trấn Yên; Quần thể di tích Đại Cại huyện Lục Yên.

**d) Xuất nhập khẩu:**

Tập trung đổi mới, nâng cao chất lượng và đa dạng hóa các sản phẩm xuất khẩu, tăng tỷ trọng các sản phẩm xuất khẩu đã qua chế biến. Đổi mới công nghệ và trang thiết bị của các cơ sở chế biến hàng xuất khẩu. Thành lập hiệp hội các ngành hàng xuất khẩu để giúp nhau, trao đổi thông tin, kinh nghiệm và hỗ trợ nhau khi có sự biến động lớn về thị trường.

Tập trung tăng khối lượng và đảm bảo chất lượng một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu có lợi thế như: sứ điện, đá bột đá hạt, giấy vàng mã, chè, tinh bột sắn, quế... Dự kiến kim ngạch xuất khẩu năm 2015 là 45 triệu USD, năm 2020 là 80 triệu USD. Kim ngạch nhập khẩu năm 2015 dự kiến là 15 triệu USD, năm 2020 là 25 triệu USD.

### 3. Quy hoạch giao thông

Tiếp tục củng cố, khôi phục, nâng cấp kết cấu hạ tầng giao thông hiện có, đầu tư chiều sâu một số công trình quan trọng và xây dựng mới một số công trình cấp thiết để từng bước hoàn chỉnh mạng lưới giao thông nhất là hệ thống giao thông đường bộ.

#### 3.1. Đường bộ

##### a) Đường Quốc lộ:

- *Giai đoạn 2010 - 2015*: Hoàn thành tuyến cao tốc Nội Bài - Lào Cai, trong đó giai đoạn 1 dự kiến hoàn thành đoạn Hà Nội - Yên Bái 4 làn xe vào năm 2012. Đầu tư nâng cấp Quốc lộ 32C đạt tiêu chuẩn đường cấp III miền núi, trong đó đoạn từ km 89+400m - km 96+500 đạt tiêu chuẩn đường đô thị cấp khu vực. Đầu tư nâng cấp Quốc lộ 37, đoạn thành phố Yên Bái - Khe Sang đạt tiêu chuẩn đường cấp II miền núi. Đầu tư nâng cấp Quốc lộ 32, đoạn Ba Khe - Nghĩa Lộ đạt tiêu chuẩn đường cấp III miền núi. Thảm lại mặt đường Quốc lộ 37 đoạn qua thành phố Yên Bái.

- *Giai đoạn 2016 - 2020*: Nâng cấp Quốc lộ 32 được đầu tư nâng cấp thành đường 4 làn xe. Chuyển Quốc lộ 37 đi tránh thành phố Yên Bái theo hướng từ Phà Hiên đi ven hồ Thác Bà cắt Quốc lộ 70 tại xã Phú Thịnh, đi qua cầu Văn Phú về ngã ba Hợp Minh.

##### b) Đường tỉnh lộ:

- *Giai đoạn 2010 - 2015*: Tiếp tục nâng cấp các tuyến tỉnh lộ hiện có, tỷ lệ nhựa hoá đạt 100%, đầu tư xây dựng mới các tuyến: Khánh hoà - Lâm Giang - Đông An - Phong Dụ Thượng theo tiêu chuẩn đường cấp IV miền núi; đường Trạm Tấu - Bắc Yên; đường Tân Nguyên - Phan Thanh - An Phú; đường Đại Đồng - Tuy Lộc; đường Yên Thế - Vĩnh Kiên; đường Púng Luông - Nậm Khắt - Làng Sang - Ngọc Chiến (Mường La, Sơn La). Đầu tư xây dựng các tuyến đường ngang Văn Chấn - Văn Yên như: đường Tân Nguyên - Mậu A - An Thịnh - Đại Sơn - Mỏ Vàng - An Lương - Quốc lộ 32 theo tiêu chuẩn đường cấp IV miền núi; đường Phong Dụ - Sùng Đô. Đầu tư nâng cấp đường Khánh Hoà - Yên Thế thành đường cấp V miền núi; đường nối Quốc lộ 70 với đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai. Nâng cấp đường Km 4 - cầu Văn Phú theo tiêu chuẩn đường cấp IV kết hợp đô thị. Đầu tư xây dựng tuyến đường Hoàng Thi từ Thịnh Hưng đi Hán Đà theo tiêu chuẩn đường cấp IV. Nâng cấp và xây dựng mới hệ thống cầu yếu trên địa bàn tỉnh Yên Bái. Xây dựng đường vành đai 3

thành phố Yên Bái nối Quốc lộ 70 - Minh Bảo - thị trấn Cổ Phúc - đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai

- *Giai đoạn 2016 - 2020*: Đầu tư xây dựng và nâng cấp một số tuyến đường quan trọng: Nâng cấp đường Yên Bái - Khe Sang thành đường cấp IV miền núi. Tiếp tục nâng cấp và xây mới hệ thống cầu yếu trên địa bàn tỉnh Yên Bái. Xây dựng cầu vượt sông Hồng tại thành phố Yên Bái. Xây dựng cầu Cổ Phúc vượt sông Hồng. Đầu tư xây dựng đường từ Trạm Tấu (Yên Bái) đến Mường La (Sơn La); đường Đại Đồng (Quốc lộ 70) - Minh Bảo - Đá Bia - Nam Cường - Tuy Lộc theo tiêu chuẩn đường cấp III kết hợp đô thị. Nâng cấp đường Hợp Minh - Mỹ, đường Đại Lịch - Minh An thành đường cấp IV. Đầu tư xây dựng tuyến đường Âu Lâu - Quy Mông - Đông An - Trái Hút theo tiêu chuẩn đường cấp IV. Đầu tư nâng cấp tuyến đường từ Khánh Hoà - Minh Xuân - Vĩnh Tuy lên thành đường cấp IV.

### c) Đường đô thị:

- *Giai đoạn 2010 - 2015*: Tiếp tục xây dựng mới và nâng cấp các tuyến đường đô thị theo quy hoạch thành phố Yên Bái, thị xã Nghĩa Lộ và các đô thị khác. Thực hiện nâng cấp các đường Lý Thường Kiệt, Trần Phú. Xây dựng đường trung tâm phường Tân An, đường từ trung tâm thành phố Yên Bái - đường nối Quốc lộ 70 - Quốc lộ 32C (đường Bru điện - Nhà khách số 2 kéo dài).

- *Giai đoạn 2016 - 2020*: Xây dựng hoàn thiện hệ thống đường nội thị của thị xã Mậu A; đại lộ Xuân Lan. Đầu tư xây dựng đường và nút giao thông thành phố Yên Bái (xây dựng một số nút giao thông tập thể, qua đường sắt). Hoàn thiện hệ thống đường đô thị kết hợp với hệ thống hạ tầng kỹ thuật đô thị, hệ thống bãi đỗ xe, quảng trường, cây xanh, vườn hoa, hệ thống đèn tín hiệu, phân làn, phân luồng đảm bảo an toàn giao thông.

### d) Giao thông nông thôn:

- *Giai đoạn 2010 - 2015*: Tập trung phát triển các tuyến đường trục chính của các huyện, phục vụ vận chuyển nguyên liệu cho các khu, cụm công nghiệp của tỉnh và vùng tập trung dân cư. Hoàn thiện hệ thống đường huyện, đường liên xã. Đầu tư đảm bảo 100% các xã có đường giao thông ô tô đến trung tâm xã được cứng hoá, đi lại được 4 mùa. Củng cố hệ thống đường giao thông nông thôn, đến năm 2015 có khoảng 60% - 65% đường giao thông nông thôn được kiên cố hoá.

- *Giai đoạn 2016 - 2020*: Tiếp tục củng cố hệ thống đường giao thông nông thôn. Nâng cấp các tuyến đường huyện, đường xã đạt tiêu chuẩn cấp IV trở lên, đường thôn bản đạt cấp A, B giao thông nông thôn trở lên. Đến năm 2020 có trên 50% đường giao thông nông thôn (nối các thôn bản) được kiên cố hoá.

## 3.2. Đường sắt

- *Giai đoạn 2011 - 2020*: Lập dự án nâng cấp toàn tuyến, hoà nhập tuyến đường sắt xuyên Á trong khu vực. Nâng cấp hoàn thiện hệ thống thông tin tín hiệu hiện đại. Đầu tư cải tạo, nâng cấp ga Yên Bái, ga Văn Phú thành ga hạng I, nâng cấp ga Mậu A lên ga hạng III. Lập dự án đầu tư tuyến đường sắt Yên Bái - Thái Nguyên.

- Từ năm 2020: Xây dựng tuyến đường sắt đồng bộ, hiện đại phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển ngành đường sắt Việt Nam đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

### **3.3. Đường thủy**

- Giai đoạn 2010 - 2015: Đầu tư xây dựng cảng sông Văn Phú thành cảng vùng, xây dựng các bến thủy nhỏ tại các xã ven hồ Thác Bà. Tiếp tục đầu tư các phương tiện thủy đảm bảo chất lượng phục vụ vận tải hàng hoá và hành khách.

- Giai đoạn 2016 - 2020: Khởi thông và xây dựng toàn tuyến sông Hồng (Hà nội - Việt Trì - Yên Bái - Lào Cai), đầu tư xây dựng bến cảng Mậu A. Tiếp tục đầu tư các phương tiện thủy đảm bảo chất lượng phục vụ vận tải hàng hoá và khách hàng.

## **4. Quy hoạch phát triển đô thị, các điểm dân cư tập trung**

Trong tương lai một số trung tâm đô thị lớn sẽ được mở rộng địa giới hành chính phù hợp với yêu cầu của sự phát triển, các trung tâm cụm xã sẽ tiếp tục được đầu tư xây dựng để thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội vùng cao, vùng đặc biệt khó khăn.

Từ nay đến năm 2020, các thị trấn, thị tứ sẽ từng bước được đầu tư nâng cấp và xây dựng mới hệ thống kết cấu hạ tầng phù hợp với yêu cầu của sự phát triển kinh tế - xã hội toàn tỉnh cũng như từng huyện thị.

- Thành phố Yên Bái là trung tâm huyện lỵ theo quy hoạch sẽ được mở rộng thêm, hệ thống kết cấu hạ tầng của thành phố sẽ được đầu tư theo tiêu chuẩn đô thị loại II, với 5 khu chức năng: khu công nghiệp; khu thương mại; khu du lịch; khu hành chính; khu văn hoá thể thao, y tế, giáo dục.

- Xây dựng khu đô thị trung tâm hàng chính - chính trị tỉnh (Km5).

- Đầu tư nâng cấp, mở rộng địa giới hành chính thị xã Nghĩa Lộ đạt tiêu chuẩn đô thị loại III.

- Thị trấn huyện lỵ Yên Bình là thị trấn cửa ngõ của tỉnh, dự kiến sẽ đầu tư phát triển theo quy mô của một số thị xã đạt tiêu chuẩn đô thị loại IV gắn với khu công nghiệp phía Nam.

- Đầu tư nâng cấp thị trấn Mậu A (huyện Văn Yên) thành thị xã đạt tiêu chuẩn đạt đô thị loại IV.

- Đầu tư nâng cấp thị trấn Cổ Phúc (huyện Trấn Yên) thành thị xã đạt tiêu chuẩn loại đô thị loại IV năm 2015 và đô thị loại III năm 2020.

- Đầu tư nâng cấp xã Sơn Thịnh (huyện Văn Chấn) thành thị trấn đạt tiêu chuẩn đô thị loại V.

- Đầu tư phát triển các điểm đô thị huyện lỵ và các chuỗi đô thị gắn theo Quốc lộ và tỉnh lộ như: Hưng Khánh, Mỹ, Ba Khe, Minh An, Nghĩa Tâm, ngã ba Kim, Khánh Hoà, Việt Cường - Vân Hội, Báo Đáp, Trái Hút, Mỹ Gia - Cẩm Nhân, Tú Lệ.

- Xây dựng các trung tâm cụm xã tại các điểm tập trung dân cư gắn với phát triển các thị tứ.

## **5. Quy hoạch khu, cụm công nghiệp**

**5.1. Giai đoạn 2011 - 2015:** Phần đầu đến năm 2015 toàn tỉnh có 22 khu, cụm công nghiệp, gồm 05 khu công nghiệp (trong đó 01 khu công nghiệp quốc gia) và 17 cụm công nghiệp.

- Tổng diện tích đất quy hoạch dự kiến sử dụng là 1.551,92 ha.

- Tổng vốn đầu tư dự kiến: 1.432,48 tỷ đồng.

- Phần đầu đạt tỷ lệ lấp đầy 60 - 70% diện tích.

- Đối với khu công nghiệp: Điều chỉnh tăng quy mô 03 khu công nghiệp gồm: Khu công nghiệp phía Nam, khu công nghiệp Âu Lâu và khu công nghiệp Minh Quân.

- Đối với cụm công nghiệp: Mở rộng, nâng quy mô diện tích quy hoạch các cụm công nghiệp gồm: cụm công nghiệp Sơn Thịnh, cụm công nghiệp Thịnh Hưng, cụm công nghiệp Vĩnh Lạc, cụm công nghiệp Báo Đáp, cụm công nghiệp Hưng Khánh, cụm công nghiệp Yên Thế.

Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng thiết yếu của các cụm công nghiệp, gồm: cụm tiêu thụ công nghiệp Tân Lĩnh, cụm công nghiệp Y Can, cụm công nghiệp phía Tây cầu Mậu A, cụm công nghiệp Đông An, cụm công nghiệp Pú Trạng.

Đầu tư xây dựng mới 05 cụm công nghiệp cấp huyện gồm: cụm công nghiệp vùng thượng huyện Văn Chấn, cụm công nghiệp vùng ngoại huyện Văn Chấn, cụm công nghiệp Đông Hồ, cụm công nghiệp Trạm Tàu, cụm công nghiệp Âu Lâu.

**5.2. Giai đoạn 2016 - 2020:** Phần đầu đến năm 2020 toàn tỉnh có 25 khu, cụm công nghiệp gồm 05 khu (trong đó có 03 khu công nghiệp quốc gia) và 20 cụm công nghiệp.

- Tổng diện tích đất quy hoạch dự kiến sử dụng là 2.282,92 ha.

- Tổng vốn đầu tư dự kiến: 1.023,4 tỷ đồng.

- Phần đầu đạt tỷ lệ lấp đầy 70% - 80% diện tích.

- Đối với khu công nghiệp: Tiếp tục đầu tư mở rộng diện tích Khu công nghiệp phía Nam để đạt quy mô 430 ha. Đồng thời đầu tư mở rộng tăng quy mô diện tích để chuyển 02 khu công nghiệp cấp tỉnh thành khu công nghiệp quốc gia, gồm: khu công nghiệp Âu Lâu và khu công nghiệp Minh Quân.

- Đối với cụm công nghiệp: Đầu tư mở rộng nâng quy mô diện tích của các cụm công nghiệp, gồm: cụm công nghiệp vùng ngoài huyện Văn Chấn, cụm công nghiệp vùng thượng huyện Văn Chấn, cụm công nghiệp Vĩnh Lạc, cụm công nghiệp Hưng Khánh, cụm công nghiệp Y Can, cụm công nghiệp Đông An, cụm công nghiệp Sơn Thịnh, cụm công nghiệp phía Tây cầu Mậu A, cụm công nghiệp Tân Lĩnh, cụm công nghiệp Yên Thế.

Đầu tư xây dựng mới 03 cụm công nghiệp, gồm: cụm công nghiệp dọc Quốc lộ 70 thuộc huyện Yên Bình, cụm công nghiệp Phú Thịnh, cụm công nghiệp Mù Cang Chải.

## II. DỰ BÁO CUNG CẦU THỊ TRƯỜNG HÀNG HOÁ CỦA TỈNH ĐẾN NĂM 2020

## 1. Dự báo nhu cầu tiêu dùng (sức mua) của thị trường và các hình thức phân phối chính

Theo Báo cáo điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Yên Bái thời kỳ 2006 - 2020 và Báo cáo điều chỉnh quy hoạch ngành thương mại đến năm 2015, định hướng đến năm 2020 các chỉ tiêu liên quan đến tiêu dùng (sức mua) của thị trường được tính toán và dự báo như sau:

- Dân số của tỉnh đến năm 2015 là 795.000 người, năm 2020 là 833.000 người, tỷ lệ tăng tự nhiên giai đoạn 2010 - 2015 là 1,086%; giai đoạn 2016 - 2020 là 1,006%

- GDP ngành thương mại đến năm 2015 đạt 1.547 tỷ đồng chiếm 10,49% GDP toàn tỉnh; đến năm 2020 tăng lên 3.849 tỷ đồng chiếm 12,67% GDP toàn tỉnh, tốc độ bình quân giai đoạn 2011 - 2015 là 25% và giai đoạn 2016 - 2020 là 20%.

- Tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ trên thị trường đến năm 2015 đạt 8.700 tỷ đồng và đến năm 2020 tăng lên 17.500 tỷ đồng, tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2011 - 2015 là 16,8% và giai đoạn 2016 - 2020 là 15%.

- Thu nhập bình quân đầu người đến năm 2015 đạt 19,5 triệu đồng và năm 2020 là 38 triệu đồng, tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2011 - 2015 là 14,3%, giai đoạn 2016 - 2020 là 14,27%

- Quỹ tiêu dùng năm 2015 đạt 9.156 tỷ đồng chiếm 65% GDP, đến năm 2020 tăng lên 17.115 tỷ đồng chiếm 36,6% GDP toàn tỉnh. Tốc độ tăng bình quân quỹ tiêu dùng giai đoạn 2011 - 2015 là 19,13%, giai đoạn 2016 - 2020 là 13,32%. Trong đó tiêu dùng của bộ phận dân cư là 3.886 triệu đồng chiếm 42% năm 2015, năm 2020 tăng lên 5.615 tỷ đồng chiếm 33%

*Như vậy tổng mức lưu chuyển hàng hóa đến năm 2015 sẽ chiếm 95% quỹ tiêu dùng và đến năm 2020 chiếm 102,2%. Điều này chứng tỏ tốc độ tăng của tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ sẽ nhanh hơn so với tốc độ tăng của quỹ tiêu dùng hay nói cách khác chi tiêu của xã hội sẽ tăng nhanh trong những giai đoạn tới đặc biệt là tỷ trọng các loại hàng hóa có giá trị vật chất lớn, các mặt hàng cao cấp sẽ tăng lên và chiếm tỷ trọng ngày một cao trong cơ cấu tiêu dùng của người dân.*

Nhu cầu và thói quen tiêu dùng của người dân thời kỳ tới cũng sẽ có nhiều thay đổi đối với từng nhóm hàng từ đó tác động tới sự hình thành và phát triển của các hình thức phân phối:

- Hiện nay, phần lớn người tiêu dùng có thói quen mua các mặt hàng thực phẩm (nhất là thực phẩm tươi sống) tại các chợ, các hộ kinh doanh độc lập. Trong những năm tới, cùng với quá trình đô thị hoá, thu nhập của dân cư tăng, ý thức về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm tốt hơn nên xu hướng mua hàng tại các loại hình siêu thị, cửa hàng chuyên doanh tăng cao, với tốc độ dự kiến trên 150%/năm. Tiếp đến là các loại hình truyền thống như cửa hàng của các hợp tác xã, các hộ kinh doanh độc lập tăng khoảng trên 30%/năm nhưng vẫn là loại hình kinh doanh chiếm trên 80% doanh thu nhóm hàng thực phẩm.

- Xu hướng mua hàng mỹ phẩm và dược phẩm tại các cửa hàng chuyên doanh vẫn tiếp tục chiếm tỷ trọng cao, do vậy loại hình này có tốc độ bán hàng tăng bình quân hàng năm khoảng 12%. Trong đó, các cửa hàng chuyên doanh theo hệ thống, bán nhiều mặt hàng cao cấp chiếm tỷ trọng lớn ở thành phố và cửa hàng chuyên doanh độc lập, bán chủ yếu các mặt hàng bình dân chiếm tỷ trọng lớn ở khu vực nông thôn.

- Còn nhóm hàng quần áo và thời trang, việc mua sắm được thực hiện theo nhiều kênh phân phối khác nhau: chợ truyền thống, cửa hàng chuyên doanh, cửa hiệu thời trang, siêu thị, TTTM hay cửa hàng hạ giá. Nếu như người tiêu dùng ở đô thị mua sắm phần lớn các sản phẩm được sản xuất bởi các nhà máy có tên tuổi hoặc các sản phẩm nhập khẩu tại các cửa hàng chuyên doanh, siêu thị, thì người tiêu dùng ở vùng nông thôn lại mua sắm phần lớn các sản phẩm nội địa nhưng không rõ nguồn gốc sản xuất tại các chợ truyền thống. Dự báo tốc độ bán lẻ nhóm hàng này thời gian tới sẽ tăng khoảng 5% - 8%/ năm.

- Nhóm hàng đồ gỗ và đồ gia dụng nội địa, nhờ ứng dụng công nghệ hiện đại và trình độ thiết kế được nâng cao nên đã chiếm một thị phần quan trọng. Hơn nữa, nhờ nâng cao thu nhập nên nhu cầu cải thiện điều kiện sinh hoạt trong mỗi gia đình ngày càng lớn hơn, tạo tiền đề thuận lợi để mở rộng quy mô kinh doanh nhóm hàng này. Theo đó, các cửa hàng chuyên doanh tiếp tục là loại hình thương mại mà người tiêu dùng lựa chọn, trong đó, loại cửa hàng chuyên doanh theo hệ thống sẽ có tốc độ tăng trưởng trên 29%/năm, cao hơn loại cửa hàng chuyên doanh độc lập (trên 11%/năm).

- Đối với nhóm đồ dùng lâu bền, nhu cầu đối với các sản phẩm công nghệ thông tin và truyền thông là rất cao. Các sản phẩm điện tử như máy thu hình màu, các loại đầu ghi VCD và DVD cũng ngày càng trở nên phổ dụng. Các sản phẩm điều hoà, tủ lạnh, máy giặt, lò vi sóng, máy xay sinh tố, bàn là, nồi cơm điện... đang có thị phần chủ yếu ở thành phố Yên Bái, thị xã Nghĩa Lộ với tỷ lệ khoảng 45% sẽ ngày càng mở rộng thị trường sang các đô thị khác và khu vực nông thôn. Hiện nay, người tiêu dùng mua sắm các sản phẩm này phần lớn thông qua loại hình siêu thị điện máy và cửa hàng chuyên doanh do, một phần nhỏ thông qua siêu thị kinh doanh tổng hợp. Trong thời gian tới xu hướng mua sắm tại loại hình cửa hàng chuyên doanh sẽ vẫn chiếm ưu thế nhưng loại hình siêu thị điện máy cũng sẽ dần được phát triển.

## **2. Dự báo nguồn cung ứng hàng hoá**

Để cân đối nhu cầu vật tư, hàng hoá cho sản xuất và tiêu dùng trên địa bàn, dưới tác động của quy luật cung cầu và sự điều hành của Nhà nước, Yên Bái có mối quan hệ thương mại với nhiều đơn vị sản xuất kinh doanh trong nước, nhưng chủ yếu là các tỉnh miền núi phía bắc và khu vực đồng bằng Bắc bộ. Một số nhóm mặt hàng cơ bản qua quan sát thực tế của Sở Công Thương, cụ thể:

- Nhóm hàng lương thực, thực phẩm tươi sống: hiện nay Yên Bái đã tự cân đối được trên 90% bằng nguồn sản xuất tại địa phương. Tuy nhiên để đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường, mỗi năm Yên Bái nhập vào khoảng 40 ngàn tấn gạo và khoảng 15% - 30% nhu cầu thực phẩm tươi sống, chủ yếu là gia súc, gia cầm và các



loại của quả.

- Nhóm hàng công nghiệp tiêu dùng bao gồm: hàng điện máy, điện tử, cơ khí chế tạo; phương tiện giao thông, vải vóc, giấy dép và thời trang... gần như 100% được cung ứng từ bên ngoài và có nhiều nguồn gốc khác nhau gồm: hàng hoá sản xuất trong nước và hàng do nước ngoài sản xuất được cung ứng vào thị trường của tỉnh qua các đơn vị nhập khẩu trong nước. Trong đó nguồn hàng chính được cung ứng cho thị trường là từ các nhà sản xuất tại địa bàn Hà Nội và các tỉnh khu vực đồng bằng Bắc bộ. Nguồn hàng do nước ngoài sản xuất nhập khẩu vào Yên Bái chủ yếu có nguồn gốc từ Trung Quốc qua cửa khẩu các tỉnh phía Bắc như: Lào Cai, Hà Giang, Lạng Sơn... Hàng từ Hàn Quốc, Nhật Bản và các nước Đông Nam Á khác chủ yếu qua các doanh nghiệp nhập khẩu đầu mối. Lực lượng tham gia kinh doanh các nguồn hàng này chủ yếu là doanh nghiệp, hộ kinh doanh và các cơ sở đại lý bán hàng của các nhà sản xuất.

- Nhóm hàng thực phẩm chế biến, dược phẩm, hoá mỹ phẩm chủ yếu là nhập vào từ bên ngoài. Hiện nay Yên Bái có một số cơ sở sản xuất thực phẩm, thuốc chữa bệnh nhưng quy mô nhỏ, danh mục sản phẩm khá đơn điệu. Riêng sản xuất chế biến thực phẩm trên địa bàn quy mô các cơ sở rất nhỏ, sản phẩm chưa có thương hiệu, phục vụ nhu cầu tại chỗ là chính.

- Nhóm hàng vật tư phân bón, thuốc trừ sâu, xăng dầu, xi măng, sắt thép vật liệu xây dựng... Đây là nhóm hàng có sự tham gia kinh doanh của các doanh nghiệp Nhà nước và doanh nghiệp cổ phần. Các doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp ngoài nhà nước có sự liên kết khá chặt chẽ trong kinh doanh với các hình thức đại lý bán buôn, bán lẻ (điển hình cho sự liên kết này là ngành kinh doanh xăng dầu). Trong nhóm này ngoại trừ xi măng, gạch, gỗ xây dựng... Yên Bái đã tự đáp ứng được cơ bản nhu cầu, các sản phẩm còn lại phải nhập vào từ bên ngoài.

### III. DỰ BÁO XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN

#### 1. Xu hướng phát triển các loại hình chợ, siêu thị, TTTM

Xu hướng tiêu dùng của người Việt Nam đang thay đổi nhanh, theo hướng mua sắm - giải trí nghĩa là mua bán kết hợp với giải trí. Việc thay đổi xu hướng tiêu dùng sẽ ảnh hưởng lớn đến việc phát triển và hình thành các loại hình phân phối khác nhau từ đó các nhà đầu tư kinh doanh sẽ phải có những định hướng nhất định cho từng loại hình.

##### 1.1. Xu hướng phát triển các loại hình chợ

Chợ hiện vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong doanh thu bán lẻ của hệ thống phân phối trên địa bàn và là một kênh quan trọng để trao đổi hàng hóa, thông tin cũng như quảng bá những đặc trưng, đặc sản văn hóa của địa phương đến khách du lịch do đó trong những giai đoạn tiếp theo chợ sẽ vẫn sẽ giữ vai trò chủ đạo trong việc phục vụ đời sống vật chất, tinh thần của người dân cũng như trong phát triển kinh tế - xã hội. Tuy nhiên cùng với nhu cầu ngày một cao của người tiêu dùng cộng với những tác động khách quan của thị trường hàng hóa chợ sẽ dần được xã hội hóa và phát triển theo nhiều hình thức theo yêu cầu của thị trường:

- Hoạt động quản lý, đầu tư chợ sẽ dần được gắn chặt với quyền lợi, lợi ích của các thương nhân kinh doanh trong chợ. Bảo hộ, bảo trợ của Nhà nước sẽ được hạn chế dần ở mức đầu tư cơ sở vật chất ban đầu, quá trình nâng cấp, cải tạo, đầu tư mới sẽ giao cho thương nhân.

- Chợ sẽ phát triển minh bạch theo các loại hình khác nhau trong đó các chợ đầu mối sẽ là nơi tập trung nguồn hàng nông lâm sản, thực phẩm trong tỉnh, các chợ trung tâm huyện thị thành phố sẽ trở thành các chợ loại I, loại II tổng hợp bán buôn, bán lẻ chuyển nguồn hàng tới các chợ xã, phường còn lại.

- Các chợ ở khu vực thành thị, trung tâm các huyện sẽ phát triển dần theo hướng văn minh, hiện đại đáp ứng đủ các tiêu chuẩn quy định. Chợ khu vực nông thôn, miền núi sẽ được đầu tư khang trang, sạch sẽ nhưng vẫn giữ được những nét đặc trưng của chợ nông thôn miền núi.

### **1.2. Xu hướng phát triển các loại hình TTTM**

Đặc trưng của TTTM là sự kết hợp liên hoàn giữa các mô hình thương mại, dịch vụ, du lịch khác nhau trong cùng một hệ thống không gian do đó đây là một mô hình thương mại cao cấp khi nó yêu cầu phải đáp ứng được tối đa những nhu cầu cao cấp của người tiêu dùng, người sử dụng dịch vụ. Không gian trong các TTTM (không gian kinh doanh, dịch vụ, giải trí...) thường yêu cầu cao hơn nhiều so với siêu thị do đó với Yên Bái, các TTTM đang và sẽ được đầu tư sẽ phát triển theo xu hướng:

- Quy mô đầu tư các TTTM sẽ ở mức trung bình nhỏ (loại III).  
- Vốn đầu tư cơ bản sẽ thuộc các tổng công ty, các tập đoàn lớn mạnh trong nước.

- TTTM sẽ được ưu tiên giành quỹ đất tại những vị trí thuận lợi nhất cho mọi hoạt động đi kèm.

- Trước mắt, các TTTM được hình thành sẽ phần lớn chỉ phục vụ cho hoạt động kinh doanh của các chủ đầu tư do năng lực của các doanh nghiệp trong tỉnh còn hạn chế.

### **1.3. Xu hướng phát triển các loại hình siêu thị**

Siêu thị là loại hình phân phối hiện đại và tiện lợi trong hệ thống phân phối với những đặc trưng mà mạng lưới chợ không có được, ngày càng được người tiêu dùng tín nhiệm và lui đến thường xuyên, hệ thống siêu thị trên địa bàn sẽ phát triển theo xu hướng:

- Hình thành các loại hình siêu thị bán lẻ tổng hợp với quy mô loại II, loại III tại khu vực thành phố, thị xã, trung tâm huyện và các khu, cụm thương mại dịch vụ tổng hợp nhằm đáp ứng nhu cầu mua bán hàng hóa của bộ phận người tiêu dùng là cán bộ, công nhân viên chức và giới trẻ.

- Xuất hiện các siêu thị chuyên doanh đồ gia dụng, hàng tiêu dùng công nghiệp, hàng điện máy... nâng cấp và tiêu chuẩn hóa từ các cửa hàng chuyên doanh lớn nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng văn minh của người dân.

- Ngoài việc hình thành các siêu thị đơn lẻ, mạng lưới phân phối phát triển sẽ xuất hiện các hệ thống chuỗi siêu thị của các tập đoàn phân phối, tập đoàn bán lẻ hàng đầu trong nước và quốc tế với quy mô gọn nhẹ để có thể “luôn lách”, đi sâu vào tất cả các khu vực thị trường.

- Dần dần xuất hiện các siêu thị trực tuyến, siêu thị bán hàng qua mạng để hạn chế tối đa thời gian của người tiêu dùng không cần đi ra ngoài mà vẫn mua được những món hàng hóa ưng ý.

## **2. Xu hướng tác động qua lại giữa mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM**

Như vậy có thể khẳng định việc xuất hiện các hình thức thương mại hiện đại sẽ có tác động tích cực trong việc hoàn thiện hệ thống phân phối, thúc đẩy các hình thức thương mại truyền thống theo hướng hiện đại, văn minh và phục vụ tốt nhất nhu cầu tiêu dùng - giải trí của người dân, đảm bảo và duy trì cạnh tranh lành mạnh theo hướng:

- Không giống như tại các trung tâm kinh tế lớn của cả nước, các siêu thị, TTTM hiện nay trên địa bàn xuất hiện không làm ảnh hưởng đến quỹ đất của các chợ truyền thống. Mạng lưới chợ tại khu vực thành thị sẽ được duy trì cùng song song tồn tại với các siêu thị trong thời gian tới vì quỹ đất của thành phố vẫn còn.

- Siêu thị, TTTM và chợ mỗi loại hình hướng tới một nhóm đối tượng, cũng như một thời điểm kinh doanh khác nhau. Nếu xét về đối tượng thì siêu thị phục vụ nhóm khách hàng tri thức, giới trẻ, giới công chức hoặc khách du lịch; TTTM phục vụ nhóm khách hàng cao cấp hơn như doanh nhân; chợ thì là địa điểm mua bán của người tiêu dùng bình dân, người già và đội ngũ công nhân lao động. Mặt khác nếu xét theo tính thời điểm kinh doanh thì siêu thị, trung tâm thương mại phục vụ nhu cầu tức thời của khách tham quan (đi xem rồi thích thì mua) còn chợ thì là nơi phục vụ nhu cầu sinh hoạt thường ngày của người dân.

- Siêu thị, TTTM là nơi bày bán những sản phẩm chọn lọc, chất lượng và được đảm bảo nhưng giá lại thường cao hơn ngoài chợ do đó các loại hình kinh doanh này sẽ có thể bổ trợ cho nhau theo hướng hình thành một chuỗi liên kết nhiều nhà từ nhà sản xuất đến chợ và đến các siêu thị, TTTM.

## PHẦN THỨ TƯ

### **QUY HOẠCH MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ĐẾN NĂM 2015, ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2020**

#### **I. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU, ĐỊNH HƯỚNG**

##### **1. Quan điểm phát triển**

- Đa dạng hoá nhiều loại hình và cấp độ, nhiều công năng, kết hợp truyền thống với hiện đại trong phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM.

- Xây dựng và phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM phù hợp với trình độ phát triển kinh tế, cơ cấu kinh tế, quy mô giao dịch, dòng vận động hàng hoá, điều kiện giao thông, nguồn lực và lịch sử, văn hoá, phong tục, truyền thống của các địa phương.

- Phân bố mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM hợp lý và có trọng điểm, tương thích với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và của các ngành kinh tế.

- Tiêu chuẩn hoá, tổ chức hoá, hiện đại hoá, tạo sự đồng bộ trong phát triển giữa mạng lưới chợ, siêu thị và TTTM.

- Nhà nước tiếp tục hỗ trợ đầu tư phát triển chợ, đồng thời đẩy nhanh xã hội hoá trong đầu tư phát triển mạng lưới chợ. Khuyến khích các thành phần kinh tế trong và ngoài nước đầu tư xây dựng các siêu thị, TTTM trên cơ sở tinh ưu tiên về vị trí, giá thuê đất, đào tạo lao động, xúc tiến thị trường...

- Phát triển mạng lưới chợ đòi hỏi phải có sự phối hợp và thúc đẩy nhịp nhàng với phát triển kinh tế hàng hoá, cải cách cơ chế lưu thông hàng hoá, nâng cao thu nhập của người nông dân. Hạn chế tối đa việc sử dụng đất nông nghiệp trong đầu tư các công trình chợ, siêu thị, TTTM.

##### **2. Mục tiêu phát triển**

###### **2.1. Mục tiêu chung**

- Phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, trung tâm nhằm thoả mãn nhu cầu tiêu dùng và nâng cao mức sống của nhân dân, tăng thu nhập của nông dân, bảo đảm cho các thị trường hàng hoá phát triển ổn định.

- Đến năm 2015, mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM của tỉnh có kết cấu và được phân bố hợp lý, đồng bộ; chủng loại hàng hóa, trình độ và phương thức giao dịch được nâng cao. Công tác quản lý chợ dần được xã hội hóa, xây dựng được môi trường cạnh tranh lành mạnh; thúc đẩy mở rộng kinh doanh theo chuỗi đến các chợ; hoạt động kinh doanh dần đi vào nề nếp tránh tình trạng lộn xộn như trước đây.

- Đến năm 2020 xây dựng mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM toàn diện, bao gồm chợ dân sinh, siêu thị bán lẻ hoạt động phân phối theo mô hình chuỗi; chợ đầu mối hàng nông sản với đầy đủ các chức năng, cơ chế hình thành giá hợp lý khoa học và thực hiện chế độ bán đấu giá là chính; TTTM, chợ bán buôn, bán lẻ tổng hợp ở các trung tâm kinh tế của tỉnh, hình thành mạng lưới lưu thông hàng hoá thông suốt, việc

quản lý đi vào nề nếp, cấu trúc hợp lý và trang thiết bị đầy đủ. Trong hệ thống phân phối thực hiện được các nguyên tắc “thị trường hình thành giá cả, Nhà nước điều tiết thị trường”; phân bố hợp lý quy mô, kết cấu, số lượng; phát triển mạng lưới chợ, siêu thị có tính thống nhất, đa dạng về loại hình và cấp độ, hình thành giao dịch theo mạng, lấy chợ đầu mối nông sản làm trung tâm thúc đẩy nhiều loại hình bán lẻ nông sản cùng phát triển như các cửa hàng tiện lợi, chợ bán lẻ, siêu thị kinh doanh theo dạng chuỗi...

## **2.2. Mục tiêu phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trên các thị trường hàng hoá**

### **a) Đối với thị trường hàng nông sản:**

- Từng bước xây dựng và hình thành mạng lưới chợ nông sản có tính trật tự, cạnh tranh và thống nhất để hình thành thị trường hàng nông sản lớn, thống nhất trong tỉnh, đồng thời kết nối với thị trường nông sản trong nước và quốc tế.

- Hình thành mạng lưới chợ đầu mối bán buôn hàng nông sản với cơ chế hoạt động hiện đại với chân rết là các chợ, siêu thị bán lẻ. Hoàn thiện các chức năng cung cấp thông tin, tập hợp và phân phối hàng hoá, phát huy vai trò của chợ bán buôn trong việc hình thành giá nông sản, đổi mới các phương thức giao dịch, kết hợp chặt chẽ giữa phương thức lưu thông hiện đại với chợ bán buôn nông sản.

- Thực hiện chế độ, tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm, phát huy ưu thế về chất lượng và giá cho hàng nông sản, bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng và người sản xuất.

- Hình thành cơ cấu và phương thức giao dịch trên thị trường hàng nông sản phù hợp với đặc trưng của khu vực và đặc trưng của chủng loại sản phẩm. Đối với thóc gạo, trên cơ sở chợ đầu mối thóc gạo ở các khu vực sản xuất đang được mở rộng ra hiện nay, lựa chọn để từng bước hình thành thị trường giao dịch kỳ hạn. Đối với hàng nông sản tươi sống, vấn đề vệ sinh an toàn của hàng nông sản tươi sống cần phải được tiêu chuẩn hoá trong lưu thông, cần căn cứ vào nhu cầu của thị trường hàng nông sản trong và ngoài nước để kịp thời điều chỉnh cơ cấu, đảm bảo có thể cung ứng hàng nông sản đạt yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng, xây dựng và thực hiện tiêu chuẩn cho chợ nông sản sạch.

### **b) Đối với thị trường hàng công nghiệp tiêu dùng:**

- Phát triển mạng lưới chợ hàng công nghiệp tiêu dùng đảm bảo mục tiêu chính là hình thành các điểm thị trường thuận tiện và hiệu quả cao cho hoạt động mua bán, tăng cường mở rộng nhu cầu trong nước. Chợ hàng công nghiệp tiêu dùng hàng ngày ở nông thôn chủ yếu hướng vào mục tiêu mở rộng các chuỗi kinh doanh để cung ứng hàng hoá thuận tiện cho người dân, tăng cường khai thác cơ sở vật chất của chợ để đáp ứng nhu cầu về đời sống vật chất và văn hoá không ngừng tăng lên của người dân ở nông thôn, từ đó thúc đẩy tăng nhu cầu tiêu dùng trong nước.

- Phát triển mạng lưới chợ hàng công nghiệp tiêu dùng phù hợp với trình độ phát triển kinh tế của từng khu vực, phù hợp với định hướng phát triển các hệ thống thị trường hàng hoá để có các hình thức kinh doanh đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ở

những khu vực khác nhau. Đối với khu vực phát triển nhanh, hệ thống phân phối hiện đại và các chuỗi kinh doanh sẽ phát triển nhanh nên cần tập trung hình thành các TTTM, siêu thị, chợ quy mô lớn về hàng công nghiệp tiêu dùng trong khu vực. Đối với khu vực phát triển trung bình, cần phải phát triển nhanh mạng lưới chợ, siêu thị quy mô nhỏ và vừa để thúc đẩy hình thành hệ thống phân phối linh hoạt, có sức cạnh tranh, tạo lập yếu tố và điều kiện cho phát triển thị trường của khu vực. Đối với khu vực kém phát triển, cùng với việc điều chỉnh cơ cấu sản xuất nông thôn và tăng khối lượng hàng hoá, cần tăng nhanh việc xây dựng cơ sở hạ tầng chợ nông thôn, nhanh chóng thay đổi tình trạng lạc hậu của chợ nông thôn và chú trọng phát huy tác dụng hỗ trợ của thương nhân ở các thành phố lớn để hình thành các chuỗi cung ứng hàng công nghiệp tiêu dùng đến tận chợ xã.

### 3. Định hướng phát triển

#### 3.1. Định hướng phát triển các loại hình chợ, các siêu thị, TTTM theo địa bàn

- Đầu tư phát triển TTTM, siêu thị, và nâng cấp các chợ dân sinh bán lẻ tại các khu dân cư ở thành thị và tại các xã, cụm xã ở nông thôn, miền núi.

+ *TTTM, siêu thị ở thành thị*: sẽ ưu tiên phát triển tại những khu vực đầu mối giao thông, khu mua sắm tập trung, phố đi bộ, khu dân cư mới, các chợ hoạt động không hết công năng, kém hiệu quả. Khuyến khích nguồn vốn tư nhân đầu tư xây dựng các siêu thị, cửa hàng tự chọn.

+ *Chợ dân sinh ở thành thị*: hạn chế xây mới; chủ yếu cải tạo các chợ đã xuống cấp đảm bảo cơ sở hạ tầng hiện đại hợp mỹ quan, đảm bảo vệ sinh môi trường. Với những chợ nhỏ không đủ tiêu chuẩn có thể xem xét chuyển sang các loại hình bán lẻ hiện đại như siêu thị, cửa hàng thực phẩm, cửa hàng tiện lợi; nâng cấp thành các chợ bán lẻ nông sản, thực phẩm ở các khu vực dân cư.

+ *Chợ dân sinh ở nông thôn, miền núi*: mạng lưới chợ vẫn là kênh lưu thông hàng hoá chủ yếu trong thời kỳ từ nay đến năm 2020; mỗi chợ sẽ là hạt nhân để quy tụ, tập trung các hoạt động trao đổi, mua bán hàng hoá tổng hợp ở từng khu vực dân cư. Khuyến khích tăng số hộ kinh doanh trên chợ và tăng thời gian bán hàng hàng ngày của các hộ. Chú trọng việc đầu tư xây dựng cơ sở vật chất cho khu vực chợ. Gắn đầu tư xây dựng chợ với quy hoạch khu vực nông thôn, quy hoạch dân cư nông thôn và quy hoạch phát triển thương mại trên từng địa bàn cụ thể. Việc phát triển không gian kiến trúc chợ phải theo cấu trúc hợp lý và phù hợp với đặc điểm hoạt động của từng loại chợ khác nhau.

- Nâng cấp và mở rộng, xây mới các chợ đầu mối tổng hợp bán buôn, bán lẻ hạng I tại các trung tâm kinh tế của tỉnh.

+ Cải tạo và nâng cấp, mở rộng các chợ hiện có và xây mới ở các trung tâm kinh tế của tỉnh.

+ Mỗi chợ đầu mối tổng hợp bán buôn, bán lẻ, chợ hạng I trên địa bàn cả nước được phát triển như hạt nhân để hình thành các khu TTTM của tỉnh, vừa có vai trò phát luồng hàng hoá đến các chợ bán lẻ tổng hợp trên địa bàn, vừa là các TTTM - dịch vụ tổng hợp của tỉnh.

### **3.2. Định hướng phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM theo thị trường hàng hoá**

#### **a) Định hướng phát triển mạng lưới phân phối hàng nông sản:**

Xây dựng và hoàn thiện chợ bán buôn nông sản ở nơi sản xuất hàng nông sản tập trung của tỉnh; chợ, siêu thị, TTTM bán lẻ nông sản - thực phẩm ở thành thị trong đó chủ yếu là mạng lưới chợ và siêu thị. Tập trung phát triển mạng lưới chợ phiên giao dịch hàng nông sản để bảo quản hoặc là nguyên liệu chế biến để hình thành mạng lưới chợ nông sản thống nhất, hiệu quả cao và phủ khắp thị trường trong tỉnh. Xây dựng mạng lưới chợ nông sản, siêu thị, TTTM bán lẻ hàng tiêu dùng cần được coi là bộ phận cấu thành quan trọng của hệ thống thị trường nông sản, với nhiệm vụ chủ yếu là tiêu thụ các sản phẩm hàng nông sản sản xuất trong tỉnh, kết hợp hài hòa công năng phục vụ của chợ, siêu thị, TTTM; phát huy các chức năng tập trung hàng hoá, cung cấp thông tin và hình thành giá cả của hệ thống phân phối.

#### **b) Định hướng phát triển mạng lưới phân phối hàng tư liệu sản xuất:**

- Định hướng lưu thông hàng vật tư sản xuất qua mạng lưới chợ chủ yếu đối với hàng tư liệu sản xuất dùng trong ngành nông nghiệp. Định hướng phát triển mạng lưới chợ hàng tư liệu sản xuất nông nghiệp theo hướng không ngừng tăng cường và hoàn thiện xây dựng mạng lưới chợ tư liệu sản xuất có sự cạnh tranh lành mạnh, chuẩn mực về chất lượng hàng hoá và các hành vi giao dịch, đa dạng các chủ thể kinh doanh; thông qua tăng cường các biện pháp có hiệu quả như giám sát hoạt động kinh doanh trong chợ, quản lý ngành nghề, xây dựng cơ chế đồng bộ phù hợp với thể chế kinh tế thị trường để giám sát hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh tư liệu sản xuất cho ngành nông nghiệp.

- Đối với mạng lưới siêu thị, TTTM cần tập trung đầu tư phát triển hàng vật tư sản xuất dùng trong ngành công nghiệp, xây dựng, chế biến. Định hướng phát triển mạng lưới siêu thị, TTTM tổng hợp, chuyên doanh hàng tư liệu sản xuất công nghiệp, xây dựng, chế biến theo hướng chuyên nghiệp hóa, hiện đại hóa và đáp ứng tối ưu nhu cầu của người tiêu dùng.

#### **c) Định hướng phát triển mạng lưới phân phối hàng công nghiệp tiêu dùng:**

Định hướng phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM kinh doanh hàng công nghiệp tiêu dùng theo hướng phát triển cân đối giữa khu vực thành thị và nông thôn, tập trung vào một số mặt sau đây:

- Nâng cao nhận thức về tầm quan trọng và tiềm lực to lớn của việc phát triển mạng lưới chợ hàng công nghiệp tiêu dùng ở thị trường nông thôn trong tổng thể nền kinh tế quốc dân của nước ta, thông qua phát triển mạng lưới chợ ở nông thôn để mở rộng nhu cầu, mở rộng thị trường hàng công nghiệp tiêu dùng, đẩy mạnh kinh tế phát triển.

- Căn cứ vào nhu cầu của nông dân để mở rộng mạng lưới chợ hàng công nghiệp tiêu dùng, qua đó định hướng cho các nhà sản xuất công nghiệp thích ứng theo nhu cầu hàng tiêu dùng ở thị trường nông thôn. Thúc đẩy hiện đại hoá các phương

thức kinh doanh hàng công nghiệp tiêu dùng trong mạng lưới chợ ở nông thôn, tạo yếu tố quan trọng để phát triển nhanh kinh tế nông thôn.

- Phát triển các hệ thống phân phối hiện đại như TTTM, siêu thị trong quá trình xây dựng và phát triển khu vực thành thị nhất là các siêu thị, TTTM tổng hợp tại các điểm nút giao thông, khu dân cư, khu đô thị. Cần nghiên cứu vận dụng một cách phù hợp các phương thức kinh doanh hiện đại để áp dụng trong quá trình cải tạo mạng lưới chợ truyền thống ở nông thôn, mở rộng mạng lưới chợ bán buôn, bán lẻ hàng công nghiệp tiêu dùng, nâng cao hiệu quả hoạt động của chợ cũng như chất lượng cuộc sống của người dân nông thôn. Từng bước xây dựng hệ thống thị trường hàng công nghiệp tiêu dùng thống nhất ở cả thành thị và nông thôn thông qua hệ thống phân phối đồng bộ giữa chợ, siêu thị, TTTM.

### **3.3. Định hướng đối với các thành phần kinh tế đầu tư phát triển mạng lưới chợ, siêu thị TTTM**

Khuyến khích các thành phần kinh tế trong và ngoài nước đầu tư vào các siêu thị, chợ dân sinh tại khu vực thành thị, các khu công nghiệp để cung cấp hàng hoá giá rẻ cho người có thu nhập trung bình, thu nhập thấp. Khuyến khích các doanh nghiệp trong nước, nước ngoài tăng cường đầu tư đồng bộ và hiện đại hoá các chợ đầu mối nông sản trên cơ sở áp dụng công nghệ logistics, các TTTM hiện đại, cao cấp; đầu tư vào các chợ, siêu thị tổng hợp bán buôn, bán lẻ ở các trung tâm kinh tế trong tỉnh. Tạo điều kiện thuận lợi để các hộ kinh doanh cá thể tham gia góp vốn đầu tư xây dựng, nâng cấp các loại chợ ở các vùng kinh tế.

### **3.4. Định hướng hỗ trợ vốn đầu tư phát triển hệ thống chợ, siêu thị, TTTM**

- Nhà nước hỗ trợ đầu tư về mặt bằng và hạ tầng kỹ thuật của chợ 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. Ưu tiên tập trung vốn đầu tư phát triển chợ đầu mối bán buôn nông sản tại các vùng nông sản hàng hoá tập trung, làm tiền đề để từng bước phát triển thành các sàn giao dịch hàng hoá, chợ đấu giá, kể cả các trung tâm mua bán hàng hoá theo phương thức giao sau. Lồng ghép việc xây dựng chợ với các dự án và chương trình phát triển kinh tế - xã hội khác, hỗ trợ thêm bằng nguồn vốn ngân sách địa phương hoặc bằng các cơ chế, chính sách (tài chính, tín dụng, đất đai...) để tạo dựng hạ tầng kỹ thuật trong và ngoài chợ; đồng thời huy động các nguồn lực của doanh nghiệp, cá nhân và hộ kinh doanh trên địa bàn tham gia cùng đầu tư xây dựng, khai thác và quản lý chợ.

- Với hệ thống siêu thị, TTTM Nhà nước khuyến khích mọi thành phần kinh tế bằng mọi nguồn vốn tham gia đầu tư xây dựng theo quy hoạch. Có chính sách ưu đãi về vị trí, giá thuê địa điểm cho các dự án TTTM, siêu thị tại các khu thương mại dịch vụ tổng hợp. Với các dự án có quy mô lớn, tỉnh sẽ có chính sách chuyển đổi hình thức và chủ thể kinh doanh tại các vị trí thuận lợi như các chợ nhỏ, hoạt động kém hiệu quả; các công trình của các công ty Nhà nước không còn hiệu quả kinh doanh.

## **II. QUY HOẠCH MẠNG LƯỚI CHỢ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH**

### **1. Tiêu chuẩn kinh tế - kỹ thuật đối với mạng lưới chợ**



**1.1. Tiêu chuẩn kỹ thuật xây dựng chợ**

(Áp dụng quy chuẩn theo TCXDVN 361 : 2006 " Chợ - Tiêu chuẩn thiết kế ")

**a) Cấp công trình đối với từng loại chợ**

\* **Chợ loại 1:** Là công trình cấp 1 hoặc cấp 2, có số tầng nhà từ 1 đến 4 tầng, thuộc cấp tỉnh, thành phố quản lý.

\* **Chợ loại 2:** Là công trình cấp 2 hoặc cấp 3, có số tầng nhà từ 1 đến 3 tầng, thuộc cấp quận, huyện, thị trấn quản lý.

\* **Chợ loại 3:** Là công trình cấp 3 hoặc cấp 4, có số tầng cao từ 1 đến 2 tầng, thuộc cấp phường, xã quản lý.

**Chú thích:** Cấp công trình chợ tuân thủ theo các quy định trong TCVN 2748 : 1991 “Phân cấp công trình xây dựng - Nguyên tắc chung” (Chú ý tránh hiểu nhầm cấp công trình này với cấp công trình trong Nghị định 209/2004/NĐ-CP là cơ sở để xếp hạng và lựa chọn nhà thầu trong hoạt động xây dựng, xác định số bước thiết kế, thời hạn bảo hành công trình xây dựng);

**b) Tiêu chuẩn sử dụng đất xây dựng chợ**

Đất xây dựng chợ là diện tích phạm vi chợ, được tính theo quy mô số điểm kinh doanh. Chỉ tiêu sử dụng đất tối thiểu xây dựng chợ được quy định tại bảng dưới đây:

TT	Quy mô số điểm kinh doanh (ĐKD)	m <sup>2</sup> đất/ ĐKD	Diện tích đất (m <sup>2</sup> )
1	100	16,0	1.600
2	300	15,5	4.650
3	500	15,0	6.500
4	700	14,5	10.150
5	1000	14,0	14.000
6	1500	13,0	19.500
7	2000	12,0	24.000
8	> 2000	12,0	> 24.000

**Chú thích:**

- Chỉ tiêu m<sup>2</sup> đất / ĐKD trên đây là quy định tối thiểu.

- Nếu quy mô số điểm kinh doanh và chỉ tiêu sử dụng đất không có trong bảng trên thì dùng phương pháp nội suy.

- Đối với các loại chợ như chợ đầu mối, chợ chuyên doanh, chợ truyền thống văn hoá... (đặc biệt) do đặc thù hoạt động của chợ loại này thường không theo quy luật cố định, vì vậy cần chú trọng diện tích đất cho các hoạt động ngoài trời. Tùy vào tính chất ngành hàng và hình thức kinh doanh để có các đề xuất cụ thể về chỉ tiêu sử dụng đất, được phê duyệt thông qua dự án.

Đối với công trình chợ tại các khu đô thị yêu cầu diện tích đất từ 1.500 - 8.000 m<sup>2</sup>.

**c) Yêu cầu về thiết kế mặt bằng tổng thể chợ**

- Tùy theo tính chất quy mô chợ và diện tích khu đất đã xác định, cần bố trí diện tích các hạng mục của chợ sao cho phù hợp, đạt các yêu cầu về chỉ tiêu quy hoạch cho phép.

- Thiết kế mặt bằng tổng thể của chợ, thường bao gồm các loại diện tích chiếm đất như: diện tích xây dựng nhà chợ chính (và các hạng mục công trình có mái khác), diện tích mua bán ngoài trời, diện tích đường giao thông nội bộ và bãi đỗ xe, diện tích sân vườn, cây xanh (được quy định chi tiết tại điều 6, mục 6.5 - 6.8 TCXDVN 361 : 2006 " Chợ - Tiêu chuẩn thiết kế ).

- Tỷ lệ diện tích đất xây dựng các hạng mục trong chợ được quy định cụ thể như sau:

TT	Hạng mục công trình	Tỷ lệ
1	Diện tích xây dựng nhà chợ chính (và các hạng mục công trình có mái khác).	< 40%
2	Diện tích mua bán ngoài trời.	> 25%
3	Diện tích đường giao thông nội bộ và bãi xe	> 25%
4	Diện tích sân vườn, cây xanh.	≥ 10%

**Chú thích:** - Đối với chợ được xây dựng trong khu trung tâm thành phố (thị xã) cho phép mật độ xây dựng nhà chợ chính và các hạng mục công trình có mái khác chiếm tới 70%. Tuy nhiên vẫn phải bảo đảm các tiêu chuẩn về an toàn và PCCC.

- Trong trường hợp ngoài phạm vi chợ đã có bãi xe của khu vực được xác định theo quy hoạch thì tỷ lệ diện tích bãi đỗ xe trong bảng trên có thể giảm xuống tùy theo điều kiện cụ thể.

- Đối với các loại chợ như chợ đầu mối, chợ chuyên doanh, chợ truyền thống văn hoá... (đặc biệt) thì tỷ lệ diện tích đất xây dựng (theo ngưỡng tối đa và tối thiểu) trong bảng trên cho phép thay đổi. Trong đó, diện tích xây dựng nhà chợ phải theo xu hướng giảm và được phê duyệt thông qua dự án.

- Khi thiết kế mặt bằng tổng thể chợ cần đáp ứng yêu cầu sử dụng hiện tại: về cơ cấu chức năng, về cảnh quan khu vực, về mối quan hệ giao thông, hạ tầng kỹ thuật giữa bên trong và bên ngoài phạm vi chợ. Đồng thời phải tính đến khả năng phát triển của chợ trong tương lai.

- Đối với chợ đầu mối (chuyên doanh nông phẩm, hàng tươi sống,...) khi thiết kế mặt bằng tổng thể chỉ nên tổ chức không gian nhà chợ chính 1 tầng, ưu tiên diện tích chủ yếu cho các hoạt động ngoài trời, đặc biệt chú ý diện tích giao thông cho các phương tiện vận chuyển đi lại. Diện tích kinh doanh (ngoài trời hoặc có mái) cho phép tính cả diện tích đỗ xe khi hoạt động mua bán diễn ra ngay trên phương tiện vận chuyển.

- Đối với các khu đô thị, mật độ xây dựng thuần tối đa của công trình chợ trong các khu vực xây dựng mới là 40%, trong các khu vực quy hoạch cải tạo là 60%.

#### **d) Nội dung công trình và giải pháp thiết kế nhà chợ chính và các hạng mục công trình có mái khác**

Nhà chợ chính là hạng mục kiến trúc chủ thể của khu chợ bao gồm những nội dung hoạt động chính với tính chất kinh doanh thường xuyên của chợ. Các không gian của nhà chợ chính được phân chia như sau:

- Không gian các điểm kinh doanh (lô quây) của chủ hàng;
- Không gian giao thông mua hàng của khách;

- Không gian các phòng làm việc theo kiểu hành chính - trong đó chủ yếu là nơi làm việc của Ban quản lý chợ;
- Không gian kinh doanh dịch vụ;
- Không gian chức năng phụ trợ;
- Không gian chức năng kỹ thuật công trình.

(được quy định chi tiết tại điều 7, mục 7.2 - 7.7 **TCXDVN 361 : 2006 " Chợ - Tiêu chuẩn thiết kế )**

*Chú thích:* Tuỳ theo đồ án quy hoạch mặt bằng tổng thể, các không gian như phòng làm việc của Ban quản lý chợ, các phòng dịch vụ có thể được bố trí phân tán ngoài nhà chợ chính.

Khi thiết kế xây dựng nhà chợ chính và các hạng mục công trình có mái khác cần đảm bảo các tiêu chuẩn, yêu cầu đối với các khu chức năng như:

- Tiêu chuẩn diện tích các bộ phận chức năng;
- Yêu cầu về giải pháp thiết kế kết cấu và kiến trúc;
- Yêu cầu về thiết kế nội thất;
- Yêu cầu về cấu tạo kiến trúc và công tác hoàn thiện.

(được quy định chi tiết tại điều 7, mục 7.8 - 7.11 **TCXDVN 361 : 2006 " Chợ - Tiêu chuẩn thiết kế )**

#### **Đ) Yêu cầu thiết kế hệ thống kỹ thuật**

Hệ thống kỹ thuật trong chợ gồm: Hệ thống cấp thoát nước, Hệ thống điện chiếu sáng và điện động lực, Hệ thống thông tin, camera quan sát và biển hiệu quảng cáo, Hệ thống thông gió và điều hoà không khí, Hệ thống phòng cháy chữa cháy và Hệ thống thu gom rác thải.

(được quy định chi tiết tại điều 8, mục 8.1 - 8.6 **TCXDVN 361 : 2006 " Chợ - Tiêu chuẩn thiết kế )**

Khi đầu tư xây dựng chợ, cần căn cứ vào quy mô, cấp độ chợ để lựa chọn phương án thiết kế hệ thống kỹ thuật cho phù hợp.

#### **e) Yêu cầu duy tu và bảo dưỡng chợ**

- Chợ là một môi trường có nhiều khu vực ẩm ướt, độ lưu thông không khí kém, nhiều bụi... từ đó, chất lượng công trình dễ bị hư hỏng và xuống cấp nhanh. Trong khi đó chợ là nơi thường xuyên đông người, yêu cầu về an toàn cho người là vấn đề phải đặc biệt được quan tâm. Các thiết bị kỹ thuật trong môi trường này cũng dễ dàng bị hư hỏng, xuống cấp. Công tác duy tu bảo dưỡng phải được coi trọng hàng đầu trong nhiệm vụ của đơn vị quản lý chợ.

- Phải có chế độ bắt buộc và định kỳ duy tu bảo dưỡng công trình chợ. Đặc biệt đối với các chi tiết kiến trúc và hệ thống kỹ thuật.

- Để chống thấm dột, mái nhà phải được duy tu và bảo dưỡng thường xuyên. Nếu hệ khung sườn kết cấu mái bằng thép phải thường xuyên bảo dưỡng và sơn chống rỉ theo định kỳ.

- Đối với các chi tiết kiến trúc như trần treo, vật liệu ốp trên cao, cửa sổ ở vị trí bất lợi, bản lề cửa, lan can, vật liệu lát nền sàn, các thiết bị vệ sinh,... phải thường xuyên kiểm tra, khi bị hư hỏng phải được sửa chữa ngay.

- Đối với hệ thống điện phải thường xuyên kiểm tra mức độ tăng phụ tải điện, hạn chế và ngăn ngừa kịp thời, tránh những vụ cháy do chập dây điện xảy ra.

- Hệ thống máy bơm nước, đặc biệt là bơm nước phục vụ chữa cháy phải được kiểm tra thường xuyên. Các thiết bị PCCC phải luôn luôn bảo đảm chất lượng sử dụng khi cần thiết. Đảm bảo thường trực nguồn nước chữa cháy, tuyệt đối cấm sử dụng nước chữa cháy vào mục đích sinh hoạt. Hệ thống báo cháy và chữa cháy tự động trong các chợ được trang bị, phải được kiểm tra, đo chỉ số kỹ thuật thường xuyên, để luôn bảo đảm ở trạng thái sẵn sàng hoạt động. Các biển báo, tiêu lệnh, chỉ dẫn sử dụng thiết bị và chỉ dẫn thoát hiểm phải luôn đầy đủ, rõ ràng.

- Các hệ thống cống rãnh, ống thoát nước của chợ thường xuyên phải được làm vệ sinh và thông tắc. Vì chợ là môi trường có rất nhiều rác bẩn nên các hệ thống này rất dễ bị hư hỏng và gây ảnh hưởng đến môi trường chợ.

- Các hệ thống thông tin như: điện thoại, loa thông báo công cộng, camera quan sát, hệ thống hiển thị thông tin, hệ thống thông gió và điều hoà không khí... phải có cán bộ chuyên trách đảm nhận quản lý và vận hành. Thường xuyên thông báo cho các chủ hộ kinh doanh, giáo dục ý thức cho mọi người về công tác duy tu bảo dưỡng.

## **1.2. Tiêu chuẩn kinh tế, xã hội khi đầu tư xây dựng chợ**

### **a) Vị trí, địa điểm**

- Xác định vị trí xây dựng chợ phải phù hợp với mạng lưới chợ hiện có, gắn với các khu vực dân cư, các khu trung tâm trong quy hoạch thành phố và thuận lợi với các nguồn cung cấp hàng chuyên doanh.

- Đối với các loại chợ như chợ đầu mối, chợ truyền thống văn hoá,... được xây dựng mới nên đặt ở vùng ngoại vi đô thị.

- Đối với chợ đầu mối chuyên doanh nông phẩm cần được khuyến khích xây dựng nhằm phát triển kinh tế nông nghiệp, nhưng cần phải được đặt ở vị trí thích hợp trong quy hoạch mạng lưới.

- Vị trí của chợ phải thỏa mãn các khoảng cách về an toàn PCCC và điều kiện an toàn vệ sinh môi trường. Không bố trí chợ gần trường học, bệnh viện hoặc những công trình có yêu cầu cách ly về tiếng ồn.

- Các hướng giao thông tiếp cận chợ phải được phối hợp với hệ thống giao thông đô thị, liên hệ thuận tiện với bến xe, bến tàu, đảm bảo lưu thông hàng hóa.

### **\* Chợ trong các khu đô thị:**

- Không bố trí các chợ đầu mối, chợ bán buôn quy mô lớn nội trong khu đô thị.

- Quy hoạch các chợ nhỏ và vừa tại các điểm dân cư, điểm mua sắm tập trung, tránh các điểm nút giao thông, trường học, Ủy ban...

- Phải cách các trạm bán lẻ xăng dầu ít nhất 100m.

**\* Chợ ngoài các khu đô thị:**

- Ưu tiên xây mới chợ ở gần các khu, cụm công nghiệp phục vụ nhu cầu của người lao động nghèo.
- Quy hoạch các chợ đầu mối nông sản, chợ loại I bán buôn tại các vị trí giao thông thuận lợi giữa các tuyến cung cầu hàng hóa.

**\* Chợ trong các khu trung tâm xã:**

- Mỗi xã cần tổ chức tối thiểu một chợ được bố trí ở vị trí thuận tiện đường giao thông đi lại, trên khu đất cao, dễ thoát nước.
- Chợ phải có chỗ để xe đạp, xe máy, có nơi thu, chứa chất thải rắn trong ngày, có nhà vệ sinh công cộng.

**b) Bán kính phục vụ**

(được quy định chi tiết tại điều 6, mục 6.1 TCXDVN 361 : 2006

**" Chợ - Tiêu chuẩn thiết kế )**

- Chợ loại 1 không quy định bán kính phục vụ.
- Chợ loại 2 có bán kính đến 3.000 m (phục vụ từ 9 đến 12 vạn dân).
- Chợ loại 3 có bán kính đến 1.200 m (phục vụ từ 1,5 đến 2 vạn dân).

Với những chợ trong khu đô thị phục vụ trong đơn vị ở cần đảm bảo bán kính phục vụ không quá 500 m. Riêng đối với khu vực có địa hình phức tạp, bán kính phục vụ của các loại công trình này không quá 1,0 km.

**2. Quy hoạch mạng lưới chợ**

**2.1. Mục tiêu tổng quát**

Căn cứ đề án phát triển thương mại trong nước đến năm 2010, định hướng đến năm 2020 của Chính phủ. Phát triển và quản lý hiệu quả mạng lưới chợ với sự đa dạng về loại hình và cấp độ chợ cũng như hình thức tổ chức quản lý, góp phần mở rộng thị trường, đẩy mạnh lưu thông hàng hóa và kinh doanh dịch vụ, phát triển sản xuất và cải thiện đời sống nhân dân.

**2.2. Mục tiêu cụ thể**

Tập trung các nguồn lực đầu tư xây dựng mạng lưới chợ trong từng giai đoạn cụ thể như sau:

**a) Giai đoạn 2010 - 2015:**

- Toàn tỉnh có 135 chợ trong đó:
  - + *Chợ đầu mối:* 03 chợ, xây mới 01 chợ
  - + *Chợ văn hóa, du lịch:* 02 chợ.
  - + *Chợ loại I tổng hợp:* 03 chợ.
  - + *Chợ loại II:* 03 chợ.
  - + *Chợ loại III:* 124 chợ, xây mới 29 chợ.
- Phân theo địa bàn:

+ Thành phố Yên Bái:	11 chợ.
+ Thị xã Nghĩa Lộ:	05 chợ, tăng 03 chợ.
+ Huyện Yên Bình:	25 chợ, tăng 07 chợ.
+ Huyện Trấn Yên:	19 chợ, tăng 05 chợ.
+ Huyện Văn Yên:	24 chợ, tăng 06 chợ.
+ Huyện Lục Yên:	16 chợ, tăng 02 chợ.
+ Huyện Văn Chấn:	22 chợ, tăng 03 chợ.
+ Huyện Trạm Tấu:	06 chợ, tăng 02 chợ.
+ Huyện Mù Cang Chải:	07 chợ, tăng 02 chợ.

- Hết giai đoạn này toàn tỉnh phân đầu 92% số chợ trong đó tất cả chợ ở khu vực thành thị đạt kiên cố (124/135 chợ). Giảm bình quân số người/chợ xuống còn 5.888,9 người, bán kính phục vụ bình quân một chợ giảm xuống trong khoảng 353,3 m - 471,1 m.

- Kiên quyết di dời 100% số chợ hợp tự phát tại các địa điểm không nằm trong quy hoạch, ảnh hưởng đến hành lang an toàn giao thông, mỹ quan đô thị vào hợp tại các chợ quy hoạch gần nhất. Không để tình trạng chợ quá tải, dân tràn ra hợp ngoài chợ.

- Về mô hình quản lý chợ: 100% chợ đầu mối, chợ loại I, loại II hoạt động theo mô hình doanh nghiệp hoặc Ban quản lý; 30% - 50% số chợ loại III được xây dựng kiên cố hoạt động theo mô hình doanh nghiệp và HTX.

- 70% số cán bộ quản lý được đào tạo nghiệp vụ quản lý chợ.

#### **b) Giai đoạn 2016 - 2020:**

- Toàn tỉnh có 158 chợ trong đó:

+ Chợ đầu mối:	04 chợ, xây mới 01 chợ.
+ Chợ văn hóa, du lịch:	02 chợ.
+ Chợ loại I tổng hợp:	03 chợ.
+ Chợ loại II:	04 chợ (nâng cấp chợ phường Nguyễn Thái Học).
+ Chợ loại III:	145 chợ (giảm chợ Nguyễn Thái Học), xây mới 22 chợ

- Phân theo địa bàn:

+ Thành phố Yên Bái:	15 chợ, tăng 04 chợ
+ Thị xã Nghĩa Lộ:	06 chợ, tăng 01 chợ.
+ Huyện Yên Bình:	28 chợ, tăng 03 chợ.
+ Huyện Trấn Yên:	21 chợ, tăng 02 chợ.
+ Huyện Văn Yên:	30 chợ, tăng 06 chợ.
+ Huyện Lục Yên:	20 chợ, tăng 04 chợ.
+ Huyện Văn Chấn:	24 chợ, tăng 02 chợ.

- + *Huyện Trạm Tu:* 06 ch.
- + *Huyện Mù Cang Chi:* 08 ch, tng 01 ch.

- Kết thúc ton giai đoạn quy hoạch phân đu 100% số ch trên địa bàn đạt chuẩn kiên c.

- 88% số xã, phường, thị trấn trong tỉnh có ch.

- Giảm bình quân số người/ch xuống còn 5.272,1 người, bán kính phục vụ bình quân một ch giảm xuống trong khoảng 316,3 m - 421,7 m

- Về mô hình quản lý ch: 100% ch đầu mối, ch loại I, loại II hoạt động theo mô hình doanh nghiệp hoặc Ban quản lý; 100% số ch loại III hoạt động theo mô hình doanh nghiệp và HTX.

- 100% số cán bộ quản lý được đào tạo nghiệp vụ quản lý ch.

### **2.3. Quy hoạch chi tiết**

#### **a) Ch đầu mối**

(Chi tiết tại Phần Phụ Lục, Biểu 2)

Ch đầu mối là nơi tập trung hàng hóa của người sản xuất trong vùng để phát hàng tới hệ thống phân phối do đó ngoài việc bố trí tại nơi sản xuất, ch đầu mối phải được xây dựng phù hợp và tiện lợi với mạng lưới giao thông nhất là cần gần các Quốc lộ, tỉnh lộ. từ những căn cứ đó định hướng quy hoạch phát triển các ch đầu mối bán buôn trên địa bàn tỉnh như sau:

- Đối với ch xã Nghĩa Tâm huyện Văn Chấn đã được đầu tư và quy hoạch thành ch đầu mối nông sản theo Quy hoạch của Bộ Công Thương hết giai đoạn I. Đầu Giai đoạn 2010 - 2015 sẽ tiếp tục đầu tư giai đoạn II của dự án theo quy hoạch của Bộ. Sau khi dự án đầu tư hoàn thiện sẽ định hướng quy hoạch nguồn hàng nông lâm sản, hàng tiêu thụ công nghiệp của các huyện khu vực miền Tây của tỉnh gồm lúa, gạo, ngô, táo mèo, thổ cẩm... và một số loại nông sản khác làm đầu mối trung chuyển giữa các tỉnh thành như Hà Nội, Việt Trì, Phú Thọ qua Yên Bái (theo tuyến Quốc lộ 32) tới Lai Châu, Sơn La. Giai đoạn 2016 - 2020 ch sẽ hoạt động với quy mô tiêu chuẩn, định kỳ 3 năm sẽ tiến hành tu bổ, cải tạo các hạng mục xuống cấp bằng nguồn vốn quản lý ch.

- Đối với ch thị trấn Cổ Phúc huyện Trấn Yên Tổng mức đầu tư theo dự án được phê duyệt trong giai đoạn I là 7,6 tỷ đồng, vốn quyết toán tại thời điểm 1/2007 là 5,3 tỷ đồng. Cơ sở vật chất hiện tại của ch đã hoàn thiện một số hạng mục tuy nhiên giai đoạn tới cần tiếp tục đầu tư phần còn lại của giai đoạn I, chuyển sang giai đoạn II đồng thời tiến hành quy hoạch gi từ ch loại II lên ch đầu mối, tận dụng mọi nguồn vốn để hoàn thành dự án đầu tư vào đầu giai đoạn 2010 - 2015. Nguồn hàng trong ch sẽ tập trung vào các sản phẩm nông lâm sản tại khu sản xuất, chăn nuôi tập trung của huyện Trấn Yên, Yên Bình, Văn Yên như chè, rau quả tươi, thịt cung ứng cho địa bàn thành phố Yên Bái, các huyện lân cận và là đầu mối trung chuyển tới một số tỉnh bạn như Tuyên Quang, Hà Giang, Phú Thọ.

- Giai đoạn 2016 - 2020 các chợ đầu mối cấp khu vực đã có hoạt động ổn định tại hai khu vực trọng điểm là khu Miền Tây và khu vực thành phố Yên Bái, huyện Trấn Yên, Yên Bình, Văn Yên cơ bản hình thành được thị trường trung chuyển và phân luồng hàng trong tỉnh. Thời điểm này sẽ tiếp tục đầu tư quy hoạch thêm 02 chợ đầu mối nông sản tổng hợp và chợ gia súc cấp tỉnh tại địa bàn xã Khánh Hòa nằm trên tuyến Quốc lộ 70 và xã Tân Lĩnh huyện Lục Yên.

+ Quy hoạch chợ đầu mối Khánh Hòa vào giai đoạn 2016 - 2020 là địa điểm đầu mối thu gom các loại hàng nông sản các xã trong huyện Lục Yên, Văn Yên, Yên Bình như lúa gạo, khoai, cây ăn quả... trao đổi và phát luồng hàng với các huyện thị thành phố tỉnh Lào Cai.

+ Chợ đầu mối trao đổi gia súc như trâu, bò, dê đã được các cấp các ngành có ý tưởng thành lập từ lâu khi khu vực này tập trung rất nhiều gia súc của các xã lân cận và đặc biệt có thể dễ dàng trao đổi, giao lưu với Chợ trâu Cán Cấu huyện Si Ma Cai tỉnh Lào Cai một trong những chợ chuyên bán đại gia súc lớn nhất nước ta. Do đó trong Giai đoạn 2010 - 2015 sẽ bố trí quy hoạch khu đất gần chợ Tân Lĩnh thành một khu chợ đầu mối tập trung các loại gia súc trong vùng trong đó phần lớn là trâu bò.

### **b) Chợ tổng hợp loại I bán buôn, bán lẻ ở các trung tâm kinh tế của tỉnh**

(Chi tiết tại Phần Phụ Lục, Biểu 3)

Cũng giống như chợ đầu mối, chợ tổng hợp loại I có chức năng phân luồng hàng hóa tới mạng lưới phân phối cấp thấp hơn và phải được đầu tư xây dựng gần các tuyến giao thông nhưng chợ loại I có chức năng bán lẻ nên phải xây dựng tại các trung tâm khu đô thị, khu kinh tế làm hạt nhân phát triển cho các chợ bán lẻ, chợ dân sinh.

#### **\* Đối với chợ trung tâm thành phố Yên Bái:**

- Tổng mức đầu tư dự toán được phê duyệt: 43.109.000.000 đồng.

Giai đoạn I : 11.514 .075.500 đồng.

Giai đoạn II: 31.594.924.500 đồng.

- Tổng vốn đầu tư đến năm 2008 : 31.933.304.282 đồng.

*Trong đó:* Giải phóng mặt bằng: 17.680.536.900 đồng.

Xây lắp : 14.252.767.382 đồng.

- Còn lại: **11.175.695.718 đồng.**

Hiện tại cơ sở vật chất của chợ đã cơ bản hoàn thành và khang trang tại khu chợ mới (khu B), hàng hóa trong chợ được bố trí hợp lý theo từng ngành hàng cụ thể. Giai đoạn 2010 - 2015 tiếp tục đầu tư các hạng mục còn lại và nâng cấp cải tạo khu chợ cũ (khu A) cho đồng bộ với tổng thể quy hoạch chợ.

#### **\* Đối với chợ Mường Lò thị xã Nghĩa Lộ:**

- Tổng mức đầu tư dự toán được phê duyệt: 5.500.000.000 đồng.



- Tổng vốn đầu tư đến năm 2008: 992.940.174 đồng.
- Còn lại: **4.507.059.826 đồng.**

Cơ sở vật chất hiện nay của chợ đã tương đối hoàn thiện ở khu A, B, khu C đang tiếp tục được đầu tư tuy nhiên quy hoạch ngành hàng và vị trí phân bổ còn chưa hợp lý. Chợ hiện nay đang được quản lý theo mô hình Công ty TNHH tự cân đối thu chi nên việc đầu tư nâng cấp cải tạo nhỏ có thể sử dụng theo nguồn vốn tự có. Giai đoạn 2010 - 2015 tới sẽ tiếp tục bố trí vốn đầu tư hoàn thiện phần còn lại của dự án để thu hút thương nhân, nâng cấp thành chợ loại I theo đúng quy hoạch.

Ngoài 02 chợ đã được đầu tư theo quy hoạch của Bộ, giai đoạn tới sẽ tiếp tục đầu tư nâng cấp một chợ trung tâm thị trấn, trung tâm huyện lên chợ loại I:

\* **Chợ loại I Mậu A huyện Văn Yên:** Hiện chợ thị trấn Mậu A đang hoạt động với quy mô chợ loại III. Giai đoạn 2010 - 2015 sẽ tiến hành đầu tư nâng cấp mở rộng diện tích và thu hút các cửa hàng xung quanh vào họp trong chợ phần đầu cuối giai đoạn có thể đáp ứng các tiêu chí theo quy định để trở thành chợ loại I tổng hợp.

### c. Chợ văn hóa và chợ du lịch

(Chi tiết tại Phần Phụ Lục, Biểu 4)

Trên địa bàn tỉnh hiện nay có một số chợ miền núi gắn liền với tập quán tiêu dùng, văn hóa đặc trưng của đồng bào dân tộc do đó trong định hướng phát triển kinh tế - xã hội, thương mại dịch vụ của địa phương ngoài việc phát triển các chợ kinh doanh sẽ kết hợp phát triển thêm mô hình chợ văn hóa, chợ du lịch cụ thể:

\* **Chợ văn hóa, du lịch thị trấn Trạm Tấu huyện Trạm Tấu:** Là chợ vùng cao với đầy đủ những điều kiện thuận lợi để phát triển thành chợ văn hóa trước hết phục vụ nhu cầu trao đổi hàng, giao lưu văn hóa, tinh thần và lưu giữ những nét độc đáo trong tập quán của nhân dân các dân tộc trong huyện sau đó là phục vụ nhu cầu khách tham quan, du lịch và thúc đẩy phát triển hàng hóa tự sản xuất của đồng bào. Dự kiến quy hoạch chợ vào Giai đoạn 2010 – 2015 với tổng vốn đầu tư dự kiến 15.000 triệu đồng.

\* **Chợ văn hóa, du lịch thị trấn Mù Cang Chải, huyện Mù Cang Chải:** Chợ Mù Cang Chải đang trong quá trình được đầu tư, nâng cấp thành chợ tập trung và phân bổ hàng hóa trong huyện, giữa huyện với các huyện khác của các tỉnh bạn. Việc đầu tư chợ được định hướng quy hoạch là một chợ kinh doanh kết hợp với du lịch văn hóa của đồng bào dân tộc các xã vùng cao xung quanh huyện trong đó phân khu chức năng có khu vực giao lưu, trao đổi văn hóa của nhân dân. Dự kiến quy hoạch chợ vào Giai đoạn 2010 – 2015 với tổng vốn đầu tư khoảng 27.800 triệu đồng.

### d) Chợ loại II

(Chi tiết tại Phần Phụ Lục, Biểu 5)

Một số chợ đang có hoạt động tốt và đáp ứng được tiêu chí theo quy định sẽ định hướng quy hoạch nâng cấp mở rộng lên thành chợ loại II làm đầu mối phân phối hàng hóa tới các chợ phường, xã và các điểm bán lẻ cụ thể:

**- Thành phố Yên Bái:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:* Quy hoạch nâng cấp mở rộng chợ phường Yên Ninh thành chợ tổng hợp loại II bán buôn, bán lẻ hàng thực phẩm tươi sống, gia súc, gia cầm.

+ *Giai đoạn 2016 - 2020:* Nâng cấp cải tạo chợ phường Nguyễn Thái Học thành chợ tổng hợp loại II bán buôn, bán lẻ thực phẩm khô, thực phẩm đóng hộp, hàng ăn chín...

**- Huyện Yên Bình:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:* Nâng cấp mở rộng chợ trung tâm thị trấn Yên Bình lên chợ loại II tổng hợp bán buôn, bán lẻ.

**- Huyện Lục Yên:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:* Nâng cấp mở rộng chợ trung tâm thị trấn Yên Thế lên chợ loại II tổng hợp bán buôn, bán lẻ.

**đ) Chợ dân sinh (loại III)**

(Chi tiết tại Phần Phụ Lục, Biểu 6, 7, 8)

**- Thành phố Yên Bái:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:*

- Chợ quy hoạch phát triển: Hiện trạng thành phố đang có 09 chợ loại III, giai đoạn này không quy hoạch phát triển thêm chợ nào.
- Chợ tạm xây mới: đầu tư xây dựng chợ xã Văn Tiến, chợ xã Âu Lâu từ hình thức chợ tạm lên chợ bán kiên cố và kiên cố.
- Chợ cải tạo: cải tạo hạ tầng chợ phường Hồng Hà, chợ phường Đồng Tâm, chợ phường Nguyễn Phúc và chợ xã Minh Bảo.
- Chợ mở rộng: mở rộng diện tích chợ phường Yên Thịnh.

+ *Giai đoạn 2016 - 2020:*

- Chợ quy hoạch phát triển: xây mới 04 chợ tại địa bàn các xã Giới Phiên, Tân Thịnh, Văn Phú và Hợp Minh nâng tổng số chợ loại III toàn thành phố lên 12 chợ.
- Chợ cải tạo: cải tạo định kỳ chợ phường Minh Tân.

**- Thị xã Nghĩa Lộ:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:*

- Chợ quy hoạch phát triển: đầu tư xây mới thêm 03 chợ tại các phường Pú Trạng, Tân An và chợ xã Nghĩa Phúc nâng tổng số chợ loại III lên 04 chợ.
- Chợ tạm xây mới: đầu tư xây dựng chợ phường Cầu Thia từ hình thức chợ tạm lên chợ bán kiên cố.

+ *Giai đoạn 2016 - 2020:*

- Chợ quy hoạch phát triển: đầu tư xây mới thêm 01 chợ tại xã Nghĩa An. Kết thúc thời kỳ, thị xã sẽ có 05 chợ loại III.

**- Huyện Yên Bình:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:*

- Chợ quy hoạch phát triển: dự kiến đầu tư xây mới thêm 07 chợ tại các xã Mông Sơn, Phú Thịnh, Hán Đà, Đại Đồng, Thịnh Hưng, Văn Lãng và chợ Km10 thị trấn Yên Bình. Như vậy đến năm 2015, toàn huyện sẽ có 24 chợ loại III.
- Chợ tạm xây mới: đầu tư xây dựng chợ tạm lên chợ bán kiên cố tại các xã Vĩnh Kiên, Bảo Ái, Tân Hương và chợ Ngọc Cẩm Nhân.
- Chợ cải tạo: cải tạo hạ tầng chợ Đâu cầu Thác Ông (xã Vĩnh Kiên), chợ xã Cẩm Ân và chợ xã Vũ Linh.
- Chợ nâng cấp mở rộng: chợ xã Đại Minh.

+ *Giai đoạn 2016 - 2020:*

- Chợ quy hoạch phát triển: xây mới thêm 03 chợ tại các xã Mỹ Gia, Ngọc Chấn và Phúc Ninh. Kết thúc giai đoạn này toàn huyện sẽ có 27 chợ loại III.
- Chợ tạm xây mới: tiếp tục đầu tư xây mới chợ tạm tại các xã Tân Nguyên, Yên Bình, Xuân Lai và Bạch Hà lên chợ bán kiên cố và kiên cố.
- Chợ cải tạo: quy hoạch cải tạo 05 chợ tại xã Cẩm Nhân (ngoài), Xuân Long, Tích Cốc, Phúc An và Yên Thành.

**- Huyện Trấn Yên:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:*

- Chợ quy hoạch phát triển: đầu tư xây mới thêm 05 chợ tại các xã Việt Hồng, Hòa Công, Cường Thịnh, Bảo Hưng và Y Can. Số chợ loại III đến năm 2015 là 18 chợ.
- Chợ tạm xây mới: bố trí xây mới 04 chợ tạm thành chợ bán kiên cố gồm chợ xã Hưng Khánh, chợ xã Hưng Thịnh, chợ xã Minh Quân và chợ xã Minh Quán.
- Chợ cải tạo: Cải tạo hạ tầng chợ tại các xã Báo Đáp, Đào Thịnh, Vân Hội và Kiên Thành.

+ *Giai đoạn 2016 - 2020:*

- Chợ quy hoạch phát triển: tiếp tục hoàn thiện mạng lưới chợ huyện bằng việc phát triển xây mới thêm 02 chợ tại các xã Việt Cường và Minh Tiến phần đầu đến 2020 toàn huyện có 20 chợ loại III.
- Chợ cải tạo: Cải tạo cơ sở vật chất các chợ xã Việt Thành, Lương Thịnh, Hồng Ca, Quy Mông và Tân Đồng.

**- Huyện Văn Yên:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:*

- Chợ quy hoạch phát triển: cân đối các nguồn lực, tập trung đầu tư xây mới thêm 06 chợ gồm: chợ Đầu cầu xã An Thịnh, chợ các xã Đông An, Phong Dụ Thượng, Ngòi A, Yên Thái, Hoàng Thắng. Số chợ trong giai đoạn này là 23 chợ.
- Chợ tạm xây mới: hiện huyện đang có 07 chợ tạm đang hoạt động, Giai đoạn 2010 - 2015, dự kiến đầu tư xây mới 05 chợ tại các xã Yên Phú, Đông Công, Xuân Ái, Đại Phác và chợ Thôn Cài xã Lâm Giang lên hình thức kiên cố.
- Chợ cải tạo: cải tạo 04 chợ tại các xã Châu Quế Hạ, Phong Dụ Hạ, Tân Hợp và chợ Lang Khay xã Lâm Giang.
- Chợ mở rộng: mở rộng diện tích và nâng cấp các chợ An Bình, Đại Sơn.

+ *Giai đoạn 2016 - 2020:*

- Chợ quy hoạch phát triển: tiếp tục đầu tư trong giai đoạn này thêm 06 chợ tại các xã Mỏ Vàng, Xuân Tâm, Nà Hẩu, Viễn Sơn, chợ Lâm trường Mậu A và xã Mậu Đông nâng tổng số chợ loại III trong huyện lên 29 chợ.
- Chợ tạm xây mới: đầu tư xây 02 chợ xã Yên Hưng và chợ xã Yên Hợp từ chợ tạm lên quy mô chợ bán kiên cố và kiên cố.
- Chợ cải tạo: cải tạo cơ sở vật chất, hạ tầng 04 chợ tại các xã Quang Minh, Lang Thíp, An Thịnh và Châu Quế Thượng.

- **Huyện Lục Yên:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:*

- Chợ quy hoạch phát triển: quy hoạch phát triển xây mới thêm 01 chợ tại xã Tân Lập nâng tổng số chợ loại III trong giai đoạn lên 14 chợ.
- Chợ cải tạo: Cải tạo cơ sở hạ tầng chợ xã Minh Tiến và xã Lâm Thương.

+ *Giai đoạn 2016 - 2020:*

- Chợ quy hoạch phát triển: xây mới thêm 03 chợ tại xã Tân Phượng, Phan Thanh và Minh Chuẩn. Kết thúc thời kỳ tổng số chợ loại III trong huyện là 17 chợ.
- Chợ tạm xây mới: bố trí xây mới chợ tại các xã An Lạc, Trúc Lâu, Mường Lai và Động Quan và chợ Phúc Lợi Km 43 từ hình thức chợ tạm lên chợ kiên cố.
- Chợ cải tạo: Cải tạo các chợ xã Mai Sơn, Phúc Lợi Km 47, Trung Tâm, Tân Lĩnh, An Phú và Khánh Thiện.

- **Huyện Văn Chấn:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:*

- Chợ quy hoạch phát triển: bố trí quy hoạch phát triển thêm 03 chợ tại các xã Suối Bu, Phúc Sơn và Suối Giàng. Tổng số chợ loại III toàn huyện giai đoạn này là 21 chợ.
- Chợ tạm xây mới: xây dựng 04 chợ các xã Bình Thuận, Đồng Khê, TTNT Liên Sơn và chợ gốc Mít TTNT Trần Phú quy mô chợ tạm lên chợ kiên cố.
- Chợ cải tạo: cải tạo cơ sở vật chất, hạ tầng 05 chợ tại các TTNT Nghĩa Lộ, Chấn Thịnh, Sơn Thịnh, Tú Lệ và TTNT Trần Phú.
- Chợ mở rộng: Mở rộng diện tích và nâng cấp hạ tầng chợ xã Phù Nham.

+ *Giai đoạn 2016 - 2020:*

- Chợ quy hoạch phát triển: quy hoạch phát triển thêm 02 chợ tại các xã Sơn Lương và Nậm Mười tổng số chợ loại III toàn huyện lên 23 chợ.
- Chợ tạm xây mới: xây dựng hạ tầng cho 04 chợ tạm lên chợ kiên cố gồm chợ xã Thượng Bằng La, Cát Thịnh, Minh An, Tân Thịnh.
- Chợ cải tạo: Sửa chữa hạ tầng cho các chợ xã Đại Lịch, An Lương, Nậm Búng, Sùng Đô.

- **Huyện Trạm Tấu:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:*

- Chợ quy hoạch phát triển: xây mới thêm 02 chợ tại các xã Hát Lừu và Túc Đán. Tổng số chợ loại III toàn huyện trong giai đoạn là 05 chợ.
- Chợ cải tạo: Giai đoạn này sẽ tiến hành cải tạo lại hạ tầng chợ xã Trạm Tấu. Mặc dù hiện nay chợ vẫn chưa có người đến họp nhưng quá trình cải tạo vẫn phải thực hiện đồng thời với các biện pháp thu hút người dân vào chợ.

+ *Giai đoạn 2016 - 2020:*

- Chợ cải tạo: Giai đoạn này sẽ tiến hành cải tạo lại hạ tầng chợ xã Phình Hồ và xã Bản Mù. Cũng giống như chợ xã Trạm Tấu hiện nay chợ vẫn chưa có người đến họp nhưng quá trình cải tạo vẫn phải thực hiện đồng thời với các biện pháp thu hút người dân vào chợ.

- **Huyện Mù Cang Chải:**

+ *Giai đoạn 2010 - 2015:*

- Chợ quy hoạch phát triển: Theo quy hoạch cũ sẽ đầu tư thêm 02 chợ tại thị trấn Mù Cang Chải nhưng với việc tập trung đầu tư chợ trung tâm thị trấn thì 02 chợ này là không cần thiết. Giai đoạn này sẽ bố trí quy hoạch phát triển thêm 02 chợ tại xã Nậm Có và xã Chế Cu Nha. Tổng số chợ loại III hết giai đoạn này là 06 chợ.
- Chợ cải tạo: Giai đoạn này sẽ tiến hành cải tạo lại hạ tầng chợ tại xã Khao Mang, xã Hồ Bốn và chợ Ngã Ba Kim xã Púng Luông.

+ *Giai đoạn 2016 - 2020:*

- Chợ quy hoạch phát triển: Tiếp tục quy hoạch phát triển thêm 01 chợ tại xã Chế Tạo, nâng tổng số chợ đến hết thời kỳ quy hoạch của huyện lên 07 chợ loại III.
- Chợ cải tạo: Hiện nay chợ Nậm Khắt đã được đầu tư hoàn chỉnh nhưng vẫn chưa có người họp nhưng giai đoạn này vẫn phải tiến hành cải tạo hạ tầng tránh xuống cấp đồng thời tuyên truyền người dân vào họp trong chợ.

**3. Phân bố mạng lưới chợ theo không gian lãnh thổ của tỉnh**

Theo quy hoạch đô thị của tỉnh đến năm 2020 toàn tỉnh sẽ có 43 chợ thành thị chiếm 27,04%, tăng 23 chợ so với năm 2009 và 122 chợ nông thôn miền núi chiếm 72,96%, tăng 37 chợ so với năm 2009.

STT	Địa bàn	Chợ thành thị		Chợ nông thôn	
		Số chợ	Tăng so với năm 2009	Số chợ	Tăng so với năm 2009
1	Thành phố Yên Bái	8	0	7	4
2	Thị xã Nghĩa Lộ	4	2	2	2
3	Huyện Yên Bình	4	3	24	8
4	Huyện Trấn Yên	6	5	15	2
5	Huyện Văn Yên	2	1	29	11
6	Huyện Lục Yên	2	1	18	5
7	Huyện Văn Chấn	8	4	16	1
8	Huyện Trạm Tấu	1		5	2
9	Huyện M.C. Chải	2	1	6	2
<b>Tổng số</b>		<b>37</b>	<b>17</b>	<b>122</b>	<b>37</b>

Biểu 12: Phân bố mạng lưới theo không gian lãnh thổ

**Tổng hợp số chợ toàn tỉnh như sau:**

T T	Địa bàn	Chợ hiện có đến 2009	Quy hoạch đến 2015						Quy hoạch đến 2020					
			Số chợ	Quy hoạch phát triển	Xây mới chợ tạm	Nâng cấp <sup>*</sup>	Cải tạo, mở rộng	Giữ nguyên hiện trạng	Số chợ	Quy hoạch phát triển	Xây mới chợ tạm	Nâng cấp <sup>*</sup>	Cải tạo, mở rộng	Giữ nguyên hiện trạng
1	TP Yên Bái	11	11		2	3	5	1	15	4		1	1	9
2	TX Nghĩa Lộ	2	5	3	1	1			6	1				5
3	H. Yên Bình	18	25	7	4	1	4	9	28	3	4		5	16
4	H. Trấn Yên	14	19	5	4	1	4	5	21	2			5	14
5	H. Văn Yên	18	24	6	5	1	6	6	30	6	2		4	18
6	H. Lục Yên	14	16	2	4	1	2	7	20	4	1		6	9
7	H. Văn Chấn	19	22	3	4	1	6	8	24	2	4		4	14
8	H. Trạm Tấu	4	6	2		1	1	2	6				2	4
9	H. M.C. Chải	0	7	2		1	3	1	8	1			1	6
<b>Tổng số</b>		<b>105</b>	<b>135</b>	<b>30</b>	<b>24</b>	<b>11</b>	<b>31</b>	<b>39</b>	<b>158</b>	<b>23</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>95</b>

\* Nâng cấp: Nâng cấp từ loại hình chợ dân sinh (loại III) lên loại hình chợ đầu mối, chợ loại I, loại II hoặc chợ văn hóa, du lịch.

**III. QUY HOẠCH MẠNG LƯỚI SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI****1. Nguyên tắc hình thành và phát triển siêu thị, TTTM****1.1. Nguyên tắc hình thành**

Việc xác định số lượng và quy mô hình thành các TTTM, siêu thị phụ thuộc vào tình hình phát triển kinh tế - xã hội trong từng giai đoạn, kim ngạch xuất nhập khẩu, tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán buôn, bán lẻ và tình hình đầu tư nước ngoài, số lượng văn phòng đại diện nước ngoài trên địa bàn tỉnh và khu vực.

- Sự hình thành và phát triển các TTTM, siêu thị phải phù hợp với định hướng phát triển kinh tế - xã hội, định hướng phát triển thương mại của tỉnh, đồng thời phải tuân theo các chức năng của định hướng phát triển không gian đô thị của các đô thị trong tỉnh.

- Sự hình thành và phát triển các TTTM, siêu thị phải đảm bảo tính hiệu quả trong hoạt động kinh doanh của chính các TTTM và siêu thị, đồng thời phải đảm bảo chức năng là hạt nhân phát triển thị trường của tỉnh, vùng và cả nước. Để đạt mục tiêu trên thì các TTTM, siêu thị phải có những yếu tố cơ bản sau:

+ Vị trí các TTTM, siêu thị phải đảm bảo sự thuận lợi dễ dàng trong các giao dịch trong hoạt động thương mại như điều kiện giao thông thuận lợi, vị trí trung tâm, các khu vực có hoạt động thương mại...

+ Để đảm bảo yêu cầu kỹ thuật cho việc vận hành hoạt động tốt các TTTM, siêu thị thì các điều kiện về cơ sở hạ tầng tại khu vực đó phải đồng bộ và hoàn chỉnh

như hệ thống đường sá, điện, cấp nước, thoát nước... đảm bảo yêu cầu kỹ thuật đối với một TTTM, siêu thị.

Ngoài những điều kiện trên, thì cần phải chú ý đến các yếu tố khác như trình độ quản lý, chất lượng đội ngũ lao động hoạt động trong các TTTM và siêu thị...

## **1.2. Nguyên tắc phát triển**

Thị trường hàng hóa của nước ta trong một vài năm trở lại đây đang có sự thay đổi và chuyển mình vô cùng mạnh mẽ với việc xuất hiện ngày một nhiều của hệ thống các nhà sản xuất, nhà cung ứng trong và ngoài nước cộng với sự đa dạng, phong phú của các chủng loại hàng hóa đáp ứng tối đa nhu cầu của người tiêu dùng trong nước. Việc phát triển của thị trường hàng hóa là yếu tố cơ bản thúc đẩy phát triển mạng lưới hệ thống phân phối đặc biệt là sự nở rộ của hệ thống các siêu thị, TTTM.

Từ nay đến năm 2020, tỷ trọng lưu lượng hàng hóa tiêu thụ qua chợ được dự báo sẽ vẫn chiếm phần lớn và chợ vẫn giữ vai trò quan trọng trong định hướng phát triển kinh tế - xã hội tuy nhiên việc định hướng quy hoạch phát triển mạng lưới các loại hình phân phối thương mại hiện đại như siêu thị, TTTM, cửa hàng tiện lợi sẽ ngày một sâu rộng với nguyên tắc:

- Hình thành và phát triển song song với các hình thức thương mại truyền thống trên cơ sở tương trợ lẫn nhau và cạnh tranh lành mạnh.

- Phát triển đồng bộ hiện đại theo hướng tối ưu hóa mục tiêu kinh doanh với nhiệm vụ phục vụ người tiêu dùng.

- Đa dạng hóa các loại hình phân phối hướng tới lành mạnh hóa và nâng cao chất lượng thị trường.

- Phát triển hợp lý theo quy hoạch và cơ chế thị trường.

Với một tỉnh miền núi, việc phát triển hệ thống các siêu thị, TTTM là không giống với các địa phương, các khu vực kinh tế phát triển. Theo một số điều tra khảo sát về tổ chức và hoạt động kinh doanh của các siêu thị Việt Nam trong tháng 10 năm 2009 kết quả như sau:

- Đến nay, khi mà Việt Nam đã có trên 600 siêu thị, trong đó có những khu bán hàng tự chọn rộng cả ngàn mét vuông, chính các nhà kinh doanh siêu thị xác nhận chưa hề có qui chuẩn về cách thiết kế, bố trí, sắp xếp như thế nào mới đúng là chuẩn của siêu thị hiện đại, tiện lợi. Nên ngoài Metro và Big C mang chuẩn có sẵn từ mô hình nước ngoài vào (với Metro là kho hàng, với Big C là siêu thị tự chọn kết hợp TTTM), còn lại các hệ thống của Việt nam tự làm và tự chỉnh sửa theo khách.

- Độ thông thoáng trong siêu thị đang giảm dần, khi mới khai trương, hầu hết các siêu thị lớn đều có diện tích lối đi giữa các quầy là 2 m, chiều cao kệ bày hàng khoảng chừng 1,5 m. Nhưng hiện nay các siêu thị lớn thì lối đi giữa các quầy chỉ còn 1,7 - 1,8 m, nhiều siêu thị ở trung tâm thành phố chỉ còn 1,2- 1,4 m. Chiều cao các kệ hàng hiện nay phổ biến là 1,8 m để chất được nhiều hàng hơn.

- Thông thường cứ ứng với diện tích khoảng 80 - 100 m<sup>2</sup> là có 1 quầy tính tiền, siêu thị 1.000 m<sup>2</sup> chỉ 10 quầy là đủ. Nhưng ở Việt Nam lúc khai trương phải 20 quầy



mà cũng còn nghẹt khách. Sau đó ngày thường chừng 7 - 8 quầy, còn lễ thì phải 15 - 17 quầy. Tóm lại là chẳng theo qui luật nào cả.

- Siêu thị VN kém hiện đại so với nước ngoài có thể là do dân trí chưa cao, còn nằm ở chỗ hầu hết các siêu thị đều có rất đông nhân viên bảo vệ. Một siêu thị rộng khoảng 1.000 m<sup>2</sup> của Việt Nam có bình quân 50 nhân viên bảo vệ, khác với nước ngoài chỉ khoảng 5 đến tối đa 10 nhân viên bảo vệ. Vậy mà tỉ lệ hao hụt cho mất cắp vẫn còn ở khoảng 2%/doanh thu.

- Vấn nạn khác, là các siêu thị có quầy thực phẩm tươi sống hầu hết đều bị mùi hôi. Bởi các siêu thị “tiết kiệm” nên chỉ dám trữ lạnh thủy hải sản bằng nước đá thông thường, không dùng đúng loại đá vảy chuyên dụng, cộng thêm việc vệ sinh chưa đúng cách..., bởi chi phí mua máy làm đá vảy công suất lớn lên đến cả trăm ngàn đô la.

Trên đây chỉ là một trong số những hạn chế nhìn thấy của các siêu thị trong nước. Hiện với chỉ 04 siêu thị trên địa bàn, chúng ta cần tiếp thu, nhận thức những hạn chế này và cố gắng khắc phục cho các siêu thị hiện có cũng như làm tiêu chuẩn cho việc đầu tư xây dựng các dự án siêu thị, TTTM khác trong thời gian tới.

## **2. Quy hoạch mạng lưới siêu thị, TTTM.**

### **2.1. Mục tiêu quy hoạch**

#### **a) Mục tiêu tổng quát**

Quy hoạch mạng lưới siêu thị, TTTM hiện đại, đúng tiêu chuẩn quy định phù hợp với quy hoạch tổng thể kinh tế - xã hội, quy hoạch giao thông, các khu đô thị và điểm dân cư. Hình thành một kênh phân phối bán lẻ hiệu quả song hành với mạng lưới chợ, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và phù hợp với xu thế phát triển của thời đại.

#### **b) Mục tiêu cụ thể**

Bố trí quy hoạch mạng lưới siêu thị, TTTM trong từng giai đoạn như sau:

\* **Giai đoạn 2010 - 2015:** toàn tỉnh có 19 siêu thị và TTTM, xây mới 06 TTTM và 09 siêu thị trong đó:

- Phân theo loại hình có 01 TTTM loại II; 05 TTTM loại III; 02 siêu thị loại II và 11 siêu thị loại III.

- Phân theo địa bàn:

- + *Thành phố Yên Bái:* 05 TTTM và 06 siêu thị.
- + *Thị xã Nghĩa Lộ:* 01 TTTM.
- + *Huyện Yên Bình:* 02 siêu thị.
- + *Huyện Trấn Yên:* 01 siêu thị
- + *Huyện Văn Yên:* 02 siêu thị.
- + *Huyện Lục Yên:* 01 siêu thị.
- + *Huyện Văn Chấn:* 01 siêu thị.

\* **Giai đoạn 2016 - 2020:** toàn tỉnh có 34 siêu thị và TTTM, xây mới 05 TTTM và 10 siêu thị trong đó:

- Phân theo loại hình có 02 TTTM loại II; 09 TTTM loại III; 02 siêu thị loại II và 21 siêu thị loại III.

- Phân theo địa bàn:

- + *Thành phố Yên Bái:* 06 TTTM và 09 siêu thị.
- + *Thị xã Nghĩa Lộ:* 02 TTTM.
- + *Huyện Yên Bình:* 04 siêu thị.
- + *Huyện Trấn Yên:* 01 TTTM và 02 siêu thị.
- + *Huyện Văn Yên:* 02 TTTM và 04 siêu thị.
- + *Huyện Lục Yên:* 02 siêu thị.
- + *Huyện Văn Chấn:* 02 siêu thị.

## 2.2. Quy hoạch chi tiết

(Chi tiết tại Phần Phụ Lục, Biểu 9)

(Tên gọi các siêu thị, TTTM trong quy hoạch chỉ có tính tượng trưng)

### a) Thành phố Yên Bái

#### \* **Giai đoạn 2010 - 2015**

- **Siêu thị:** Giai đoạn này sẽ bố trí, thu hút đầu tư xây dựng mới thêm 02 siêu thị nâng tổng số siêu thị hoạt động tại thành phố lên 06 siêu thị.

+ *Siêu thị xây mới:*

- Siêu thị tổng hợp Hồng Hà. Vị trí xây dựng tại khu nhà hai tầng của Công ty Cổ phần TMDL và Đầu tư - phường Hồng Hà, thành phố Yên Bái. Diện tích mặt sàn 1.500 m<sup>2</sup>, diện tích xây dựng khoảng 4.500 m<sup>2</sup>. Quy mô siêu thị hạng III. Tổng vốn đầu tư dự kiến khoảng 20 tỷ.
- Siêu thị tổng hợp loại II phường Đồng Tâm. Vị trí nằm trên tuyến đường km5 đi huyện Yên Bình. Diện tích đất dự kiến khoảng 3.000 m<sup>2</sup> với tổng vốn đầu tư là 30 tỷ đồng.

+ *Siêu thị cải tạo, nâng cấp:*

- Cải tạo hạ tầng siêu thị Cát Thành đáp ứng đủ các tiêu chuẩn của siêu thị loại III. Tổng vốn đầu tư khoảng 10 tỷ đồng. Cải tạo hạ tầng các siêu thị Sài Gòn Mart, Hoàn Mỹ và Anh Mỹ. Tổng vốn đầu tư khoảng 30 tỷ đồng.

- **TTTM:** quy hoạch 05 TTTM.

- Tiếp tục hoàn thiện 03 dự án đầu tư xây dựng TTTM đang thi công trên địa bàn thành phố để các công trình có thể hoàn thành và đi vào hoạt động trong giai đoạn này.
- Trung tâm thương mại Hồng Hà (vị trí tại khu đất của công ty may xuất khẩu), phường Hồng Hà, thành phố Yên Bái với quy mô trung tâm

thương mại tổng hợp loại III. Diện tích mặt sàn 4.900 m<sup>2</sup>, diện tích xây dựng 12.000 m<sup>2</sup>. Tổng vốn đầu tư khoảng 60 tỷ đồng.

- Xây dựng khu TTTM, triển lãm tại xã Hợp Minh với quy mô loại III nhằm phục vụ mọi nhu cầu về hội chợ, triển lãm trên địa bàn thành phố. Diện tích 10.000 m<sup>2</sup>, tổng vốn đầu tư khoảng 60 tỷ đồng.

**\* Giai đoạn 2016 - 2020**

- **Siêu thị:** Sẽ đầu tư xây dựng thêm 03 siêu thị, tổng số siêu thị giai đoạn này là 10 siêu thị cụ thể:

- Giai đoạn này cụm thương mại dịch vụ tổng hợp Âu Lâu đã lấp đầy được trên 50%, các hoạt động trong cụm sẽ cần bố trí xây dựng 02 siêu thị tổng hợp loại III. Tổng diện tích dự kiến 4.000 m<sup>2</sup>, số vốn đầu tư dự kiến khoảng 40 tỷ đồng.
- Với việc quy hoạch cụm thương mại cấp thành phố tại xã Văn Phú sẽ bố trí quy hoạch 01 siêu thị tổng hợp hạng III, diện tích 2.000 m<sup>2</sup> vốn đầu tư 20 tỷ đồng.

- **TTTM:** quy hoạch phát triển 01 TTTM hạng III tại cụm thương mại, dịch vụ tổng hợp Âu Lâu. Vốn đầu tư là 60 tỷ đồng.

**b) Thị xã Nghĩa Lộ**

Với việc quy hoạch chợ Mường Lò thành chợ loại I tổng hợp cấp vùng thì quy hoạch mạng lưới siêu thị, TTTM trên địa bàn thị xã sẽ được bố trí như sau:

**\* Giai đoạn 2010 - 2015**

- **TTTM:** Tiếp tục đầu tư xây dựng dự án khu TTTM, du lịch, dịch vụ Hoa Tây Bắc của Công ty cổ phần thương mại du lịch Hoa Tây Bắc với diện tích 4ha và vốn đầu tư khoảng 40 tỷ đồng.

**\* Giai đoạn 2016 - 2020**

- **TTTM:** Xây dựng 01 TTTM loại II tại phường Trung Tâm trên nền Công ty cổ phần thương mại du lịch Miền Tây. Diện tích khoảng 15.000 m<sup>2</sup> với tổng vốn đầu tư khoảng 120 tỷ đồng.

**c. Huyện Yên Bình**

**\* Giai đoạn 2010 - 2015**

- **Siêu thị:** Năm giáp giáp với thành phố Yên Bái lại tập trung phát triển kinh tế chủ yếu tại khu vực thị trấn Yên Bình nên trong giai đoạn này sẽ bố trí quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị như sau:

- Xây mới 01 siêu thị tổng hợp hạng II tại thị trấn Yên Bình. Diện tích xây dựng 3.000 m<sup>2</sup>, vốn đầu tư khoảng 30 tỷ đồng.
- Nâng cấp cửa hàng tự chọn đồ gia dụng Hòa Bình Minh của công ty TNHH Hòa Bình Minh lên siêu thị loại III với vốn đầu tư 10 tỷ đồng.

**\* Giai đoạn 2016 - 2020**

**- Siêu thị:**

- Quy hoạch phát triển 01 siêu thị loại III tại khu vực ngã ba Cát Lem, thuộc xã Đại Minh. Diện tích khoảng 2.000 m<sup>2</sup>, vốn đầu tư là 20 tỷ đồng.
- Quy hoạch phát triển 01 siêu thị tại xã Văn Lãng (sẽ quy hoạch lên đô thị loại IV) với quy mô loại III phục vụ khu vực Văn Lãng và khu công nghiệp phía Nam của tỉnh. Diện tích khoảng 2.000 m<sup>2</sup>, vốn đầu tư là 20 tỷ đồng.

**d) Huyện Trấn Yên**

**\* Giai đoạn 2010 - 2015**

- **Siêu thị:** Quy hoạch phát triển 01 siêu thị tổng hợp loại III tại khu đô thị mới, thôn 2 thị trấn Cổ Phúc. Diện tích 2.000 m<sup>2</sup>, vốn đầu tư dự kiến 20 tỷ đồng.

**\* Giai đoạn 2016 - 2020**

- **Siêu thị:** Quy hoạch phát triển thêm 01 siêu thị tại cụm thương mại dịch vụ tổng hợp xã Minh Quân với quy mô siêu thị tổng hợp loại III, diện tích đất khoảng 2.000 m<sup>2</sup> và vốn đầu tư dự kiến 20 tỷ đồng.

- **TTTM:** Bố trí đầu tư xây dựng 01 TTTM tổng hợp loại III tại cụm thương mại dịch vụ tổng hợp xã Minh Quân, diện tích đất là 10.000 m<sup>2</sup>, tổng vốn đầu tư 60 tỷ đồng.

**đ) Huyện Văn Yên:**

**\* Giai đoạn 2010 - 2015**

**- Siêu thị:**

- Trên nền đất của Cửa hàng thương mại tổng hợp Văn Yên sẽ quy hoạch phát triển 01 siêu thị tổng hợp loại III Văn Yên, thị trấn Mậu A. Diện tích đất là 2.800 m<sup>2</sup>, tổng vốn đầu tư là 20 tỷ đồng.
- Nâng cấp Siêu thị gia đình tại khu phố 2 của tư nhân lên siêu thị tổng hợp loại III. Vốn đầu tư khoảng 10 tỷ đồng.

**\* Giai đoạn 2016 - 2020**

- **Siêu thị:** Quy hoạch phát triển 02 siêu thị tổng hợp loại III tại cụm thương mại dịch vụ tổng hợp xã An Thịnh và cụm thương mại dịch vụ tổng hợp xã Đông An với diện tích đất khoảng 2.000 m<sup>2</sup> và vốn đầu tư dự kiến 20 tỷ đồng trên 1 siêu thị.

- **TTTM:** Cũng nằm trong 02 cụm thương mại dịch vụ tổng hợp xã An Thịnh và xã Đông An bố trí phát triển 02 TTTM loại III với tổng diện tích đất là 20.000 m<sup>2</sup> và tổng vốn đầu tư là 120 tỷ đồng cho hai dự án.

**e) Huyện Lục Yên**

**\* Giai đoạn 2010 - 2015**

- **Siêu thị:** Quy hoạch phát triển 01 siêu thị tổng hợp loại III tại khu đất của Cửa hàng Thương mại Tổng hợp, thị trấn Yên Thế. Diện tích 2.000 m<sup>2</sup>, vốn đầu tư dự kiến 20 tỷ đồng.

**\* Giai đoạn 2016 - 2020**

- **Siêu thị:** Tại xã Khánh Hòa sẽ bố trí quy hoạch phát triển 01 siêu thị tổng hợp loại III với diện tích 2.000 m<sup>2</sup>, vốn đầu tư dự kiến 20 tỷ đồng.

**f) Huyện Văn Chấn**

**\* Giai đoạn 2010 - 2015**

- **Siêu thị:** Nâng cấp Cửa hàng thương mại dịch vụ tổng hợp của Công ty cổ phần Quang Thịnh tại thị tứ ngã ba xã Cát Thịnh của tư nhân lên siêu thị tổng hợp loại III. Vốn đầu tư khoảng 10 tỷ đồng.

**\* Giai đoạn 2016 - 2020**

- **Siêu thị:** Quy hoạch phát triển 01 siêu thị tổng hợp loại III tại xã Sơn Thịnh. Diện tích 2.000 m<sup>2</sup>, vốn đầu tư dự kiến 20 tỷ đồng.

**IV. NHU CẦU VỐN VÀ DIỆN TÍCH SỬ DỤNG ĐẤT ĐẦU TƯ XÂY DỰNG MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH**

**1. Nhu cầu sử dụng đất**

(Chi tiết tại Phần Phụ Lục, Biểu 11)

Tổng diện tích đất dự kiến sử dụng: **309.787 m<sup>2</sup>**. trong đó:

- Giai đoạn 2010 - 2015: **197.975 m<sup>2</sup>** gồm:
  - + Đất quy hoạch phát triển chợ đầu mối: 12.500 m<sup>2</sup>
  - + Đất quy hoạch phát triển chợ loại I: 30.850 m<sup>2</sup>
  - + Đất quy hoạch phát triển chợ văn hóa, du lịch: 4.500 m<sup>2</sup>
  - + Đất quy hoạch phát triển chợ loại II: 12.525 m<sup>2</sup>
  - + Đất quy hoạch phát triển chợ loại III: 36.800 m<sup>2</sup>
  - + Đất quy hoạch cải tạo, mở rộng chợ: 1.800 m<sup>2</sup>
  - + Đất quy hoạch phát triển siêu thị, TTTM: 99.000 m<sup>2</sup>
- Giai đoạn 2016 - 2020: **111.812 m<sup>2</sup>** gồm:
  - + Đất quy hoạch phát triển chợ đầu mối: 1.500 m<sup>2</sup>
  - + Đất quy hoạch phát triển chợ loại II: 4.603 m<sup>2</sup>
  - + Đất quy hoạch phát triển chợ loại III: 30.200 m<sup>2</sup>
  - + Đất quy hoạch cải tạo, mở rộng chợ: 509 m<sup>2</sup>
  - + Đất quy hoạch phát triển siêu thị, TTTM: 75.000 m<sup>2</sup>

**2. Nhu cầu vốn đầu tư**

(Chi tiết tại Phần Phụ Lục, Biểu 10)

Tổng vốn đầu tư là: **1.430.454** triệu đồng trong đó:

- Giai đoạn 2010 - 2015: **878.404 triệu đồng** gồm:
  - + Quy hoạch phát triển chợ đầu mối: 21.784 triệu đồng
  - + Quy hoạch phát triển chợ loại I: 25.682 triệu đồng
  - + Quy hoạch phát triển chợ văn hóa, du lịch: 42.800 triệu đồng
  - + Quy hoạch phát triển chợ loại II: 24.000 triệu đồng

- + Quy hoạch phát triển chợ loại III: 18.650 triệu đồng
- + Quy hoạch xây mới chợ tạm: 13.683 triệu đồng
- + Quy hoạch nâng cấp mở rộng chợ: 21.850 triệu đồng
- + Quy hoạch phát triển siêu thị, TTTM: 710.000 triệu đồng
- Giai đoạn 2016 - 2020: **552.050 triệu đồng** gồm:
  - + Quy hoạch phát triển chợ đầu mối: 15.000 triệu đồng
  - + Quy hoạch phát triển chợ loại II: 8.000 triệu đồng
  - + Quy hoạch phát triển chợ loại III: 14.500 triệu đồng
  - + Quy hoạch xây mới chợ tạm: 5.700 triệu đồng
  - + Quy hoạch nâng cấp mở rộng chợ: 8.850 triệu đồng
  - + Quy hoạch phát triển siêu thị, TTTM: 500.000 triệu đồng

## PHẦN THỨ NĂM

# **CÁC GIẢI PHÁP VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TỈNH ĐẾN NĂM 2015 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2020**

## **I. MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHUNG**

### **1. Giải pháp đẩy mạnh phát triển kinh tế, xây dựng đồng bộ kết cấu hạ tầng kỹ thuật**

- Tăng cường sự phối hợp thống nhất chỉ đạo các Sở chuyên ngành trong việc xây dựng và thực hiện các quy hoạch, kế hoạch phát triển sản xuất hàng hoá theo định hướng kinh tế thị trường có sự quản lý của nhà nước.

- Xây dựng và phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng, đường giao thông, thông tin liên lạc, điện... đặc biệt ở vùng nông thôn miền núi, tạo điều kiện thuận tiện cho việc đi lại, buôn bán của thương nhân và người tiêu dùng.

### **2. Xã hội hoá đầu tư phát triển mạng lưới chợ, TTTM và siêu thị**

- Thông báo công khai quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, TTTM và siêu thị, quy hoạch sử dụng đất và danh mục chợ, TTTM và siêu thị được Nhà nước hỗ trợ đầu tư xây dựng bằng nguồn vốn ngân sách Trung ương, địa phương và các chính sách ưu đãi kèm theo để mọi công dân, doanh nghiệp, các nhà đầu tư dễ dàng tiếp cận nghiên cứu đầu tư và khai thác.

- Đối với các chợ không thuộc đối tượng hỗ trợ theo Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 và Nghị định số 114/2009/NĐ-CP ngày 23/12/2009 của Chính phủ mở rộng các hình thức đấu thầu công khai chọn nhà đầu tư có kinh nghiệm, năng lực, uy tín trong đầu tư và quản lý khai thác chợ, TTTM và siêu thị, không phân biệt thành phần kinh tế.

### **3. Mở rộng liên doanh, liên kết giữa thị trường tỉnh với thị trường phụ cận**

Mở rộng liên kết thị trường trong tỉnh và các tỉnh trong khu vực trên cơ sở phát huy lợi thế về vị trí địa lý, giao thông, cũng như tiềm năng thế mạnh đối với từng thị trường một cách thiết thực, hiệu quả, đặc biệt là thị trường Hà Nội, Phú Thọ và Lào Cai. Các bên liên kết tận dụng triệt để nguồn lực sẵn có để hình thành các luồng hàng ra vào thông suốt, cung ứng ổn định cho hệ thống chợ, TTTM và siêu thị trên địa bàn.

## **II. CÁC GIẢI PHÁP CỤ THỂ**

### **1. Giải pháp, chính sách huy động vốn đầu tư phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM**

Để tăng cường khả năng huy động các nguồn vốn xã hội vào đầu tư phát triển các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh, ngoài các chính sách ưu đãi chung áp dụng đối với các chủ đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại thuộc các thành phần kinh tế được hưởng theo quy định tại điều 27 và điều 28 Luật Đầu tư, UBND tỉnh có thể ban hành các chính sách ưu đãi riêng của địa phương (phù hợp với

qui định của pháp luật) để khuyến khích các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế trong và ngoài nước tham gia đầu tư phát triển chợ. Cụ thể như:

### **1.1. Chính sách đất đai**

- Nhà đầu tư tự chuyển nhượng quyền sử dụng đất để thực hiện dự án đầu tư phát triển chợ, TTTM, siêu thị ... trên địa bàn tỉnh phù hợp với quy hoạch được phê duyệt thì được miễn nộp tiền sử dụng đất (nếu đất đó không phải chuyển mục đích).

- Nếu nhà đầu tư được Nhà nước giao đất, có thu tiền sử dụng đất (trường hợp đất do Nhà nước quản lý và không thuộc diện đấu giá đất) để đầu tư xây dựng, kinh doanh, khai thác chợ, TTTM, siêu thị...phù hợp với quy hoạch được duyệt thì giảm tiền sử dụng đất (mức độ giảm tùy theo địa phương và loại hình, cấp độ chợ, TTTM, siêu thị...);

- Trong trường hợp có dự án phát triển kết cấu hạ tầng thương mại theo quy hoạch được duyệt và công bố công khai nhưng chỉ có một nhà đầu tư xin giao đất hoặc xin thuê đất để thực hiện dự án thì tùy theo từng dự án cụ thể, Hội đồng thẩm định sẽ trình UBND tỉnh quyết định giá đất giao hoặc cho thuê trên cơ sở khung giá đất được UBND tỉnh công bố hàng năm;

- Nếu nhà đầu tư chọn hình thức thuê đất thì thời hạn cho thuê đủ độ dài cần thiết để nhà đầu tư có thể hoàn vốn đầu tư. Riêng đối với những dự án có vốn đầu tư lớn nhưng khả năng thu hồi vốn chậm, dự án đầu tư vào chợ nông thôn thì thời hạn thuê đất có thể dài hơn các dự án khác và được xem xét gia hạn sử dụng đất nếu chủ đầu tư có nhu cầu tiếp tục sử dụng đất và chấp hành đúng pháp luật về đất đai;

- Nhà đầu tư có thể được xem xét miễn tiền thuê đất trong thời gian xây dựng cơ bản và những năm kế tiếp theo dựa trên nguyên tắc: khu vực nông thôn được tiếp tục miễn nộp tiền thuê đất với thời gian dài hơn so với khu vực đô thị;

- Nhà đầu tư được thuê diện tích đất đã đền bù và giải phóng xong mặt bằng (thời hạn thuê cụ thể tùy theo từng địa phương và từng loại hình, cấp độ của kết cấu hạ tầng thương mại). Khi đến hết thời hạn sử dụng đất, nếu nhà đầu tư chấp hành đúng pháp luật về đất đai và có nhu cầu tiếp tục sử dụng đất thì sẽ được xem xét gia hạn sử dụng đất phù hợp với quy hoạch sử dụng đất và các quy hoạch khác đã được phê duyệt;

### **1.2. Chính sách tài chính, tín dụng, thông tin**

- Nhà đầu tư được quỹ hỗ trợ phát triển xem xét cho vay tín dụng trung hạn và dài hạn với lãi suất ưu đãi trong khoảng thời gian nhất định (mức cụ thể tùy theo tùy theo từng dự án chợ cụ thể và năng lực của chủ đầu tư);

- Nhà đầu tư được dùng quyền sử dụng đất và các công trình trong phạm vi cơ sở hạ tầng thương mại thuộc quyền sử dụng của mình để thế chấp vay vốn ngân hàng theo qui định hiện hành để đầu tư sửa chữa lớn, cải tạo, nâng cấp ... cơ sở hạ tầng thương mại đó;



- Nếu đủ điều kiện, khi tham gia đầu tư xây dựng các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại, nhà đầu tư sẽ được hưởng các ưu đãi, khuyến khích về thuế như đối với các dự án sản xuất theo qui định của các văn bản pháp luật về thuế;

- Các doanh nghiệp kinh doanh và quản lý chợ, TTTM, siêu thị... được phép quy định giá cho thuê diện tích kinh doanh, các loại phí dịch vụ dựa trên khung giá quy định của cấp có thẩm quyền.

- Các nhà đầu tư được cung cấp kịp thời và đầy đủ thông tin về các loại quy hoạch có liên quan trong quá trình lập dự án đầu tư xây dựng các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại.

## **2. Chính sách phát triển thương nhân**

### **2.1. Đối với thương nhân kinh doanh trong chợ**

- Xây dựng khung giá cho thuê diện tích kinh doanh phù hợp với quy mô và khả năng chi trả của các hộ kinh doanh. Các đơn vị quản lý chợ dựa vào khung giá quy định đó để điều chỉnh và xác định mức giá cho thuê phù hợp theo từng địa điểm kinh doanh nhằm cho thuê hết quầy sạp theo thiết kế. Đối với các chợ trung tâm lớn, nên xem xét giảm các khoản thu cho các hộ kinh doanh ở những vị trí kém lợi thế thương mại trong thời gian thích hợp để sử dụng hết diện tích chợ.

- Tăng cường giáo dục ý thức thực thi pháp luật, cung cấp thông tin giá cả thị trường, chất lượng hàng hóa cho các hộ kinh doanh tại các chợ; hỗ trợ các hộ kinh doanh trong việc giải quyết các vấn đề có liên quan như đăng ký kinh doanh ngành hàng, đăng ký, thu nộp thuế...

- Hàng năm Ban quản lý hoặc doanh nghiệp quản lý chợ lập dự án sửa chữa, nâng cấp chợ giúp cho thương nhân vay vốn để đầu tư nâng cấp quầy sạp, mua sắm thiết bị, phương tiện kinh doanh, tăng quy mô vốn lưu động để mở rộng quy mô và hiện đại hóa phương tiện kinh doanh.

- Nhà nước tổ chức cho thương nhân tham gia các lớp tập huấn, nghiệp vụ chuyên môn, phổ biến các quy định của pháp luật, kiến thức về vệ sinh an toàn thực phẩm, chất lượng hàng hóa... tạo điều kiện cho thương nhân tham gia thực hiện đúng các quy định của pháp luật và nâng cao chất lượng kinh doanh.

### **2.2. Đối với thương nhân tham gia kinh doanh tại các TTTM**

- Chính sách giá thuê diện tích kinh doanh: UBND tỉnh quy định chung giá cho thuê phù hợp với nhu cầu và khả năng chi trả của các hộ kinh doanh. Các đơn vị kinh doanh dựa vào khung giá quy định đó.

- Các doanh nghiệp kinh doanh TTTM có thể áp dụng các chính sách hỗ trợ, khuyến khích các hộ tư nhân tham gia kinh doanh trong TTTM như:

+ Các doanh nghiệp kinh doanh TTTM có thể thực hiện chế độ bảo lãnh vay vốn theo nhu cầu kinh doanh (thường xuyên hay theo thương vụ) cho các hộ đang tham gia kinh doanh trong TTTM trên cơ sở thẩm định các phương án kinh doanh cụ thể của hộ kinh doanh.

+ Hỗ trợ các hộ kinh doanh trong việc tiếp cận, giao dịch với cơ quan quản lý Nhà nước để giải quyết các vấn đề có liên quan đến hoạt động kinh doanh của họ như đăng ký kinh doanh, thuê...

+ Hỗ trợ về cung cấp thông tin pháp luật, thông tin kinh doanh trong và ngoài địa bàn, các thông tin về giá cả thị trường, chất lượng hàng hoá...

### **2.3. Chính sách phát triển thương nhân kinh doanh siêu thị**

Đầu tư kinh doanh siêu thị sẽ do thị trường và nhu cầu của nhà đầu tư nhưng để định hướng phát triển mạng lưới siêu thị phù hợp, cần có những chính sách cụ thể khuyến khích thương nhân.

- Với những siêu thị lớn cần huy động vốn đầu tư của các tập đoàn, tổng công ty, nhà nước cho thuê đất cần có chính sách ưu đãi về sử dụng đất, tiền thuê, thuế đất cho nhà đầu tư, tạo điều kiện cho hoạt động đầu tư bằng chính sách hỗ trợ san tạo mặt bằng, phối hợp với các ngân hàng tạo điều kiện cho vay ưu đãi phục vụ cho hoạt động đầu tư ban đầu.

- Với những siêu thị nhỏ và vừa có thể huy động vốn tư nhân thì phải có chính sách tạo điều kiện cho tư nhân sử dụng đất tự có, hướng dẫn quy trình và tiêu chuẩn đầu tư theo đúng quy định.

### **3. Giải pháp nhằm đảm bảo sự phát triển cân đối và hài hòa giữa mạng lưới chợ và mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại**

Trong những giai đoạn tới, chợ, siêu thị, TTTM sẽ là những loại hình thương mại chủ yếu hoạt động trong hệ thống phân phối của nước ta nói chung và của các địa phương như Yên Bái nói riêng. Với tốc độ đô thị hóa ngày một cao, nhu cầu mua sắm của người dân ngày một thay đổi thì việc xuất hiện của mạng lưới siêu thị, TTTM đòi hỏi một sự vận động lớn của mạng lưới chợ nhằm phát triển một cách hài hòa giữa 2 loại hình thương mại hiện đại và truyền thống trong đó vai trò của quản lý nhà nước cần:

- Xây dựng quy hoạch tổng thể mạng lưới chợ, siêu thị, trung tâm thương mại một cách hợp lý với mục tiêu hài hòa về vị trí xây dựng, phân loại thị trường và khách hàng tiềm năng của từng hình thức phân phối. Với các siêu thị, TTTM là hình thức phân phối hiện đại và thường được đầu tư bằng vốn tư nhân nên việc quản lý cần chặt chẽ nhất là việc dùng đất chợ để xây dựng TTTM, siêu thị.

- Đối với khu vực thành thị, khu đô thị việc xây dựng siêu thị, TTTM là xu hướng tất yếu theo nhu cầu của người dân tuy nhiên các siêu thị, TTTM không đáp ứng hết được yêu cầu thị trường và phần còn lại đó được giải quyết bằng các chợ. Hầu hết các chợ trong khu vực thành thị xuất hiện từ rất sớm và lợi thế của chợ là địa điểm, vị trí rất thuận lợi nhưng hoạt động lại rất lộn xộn do đó khi quy hoạch cần giải quyết được vấn đề này. Đồng thời cần quy hoạch các chợ lớn tại khu vực đô thị trở thành đầu mối cung cấp hàng hóa (nhất là hàng nông sản) cho các siêu thị, TTTM bán lẻ và các chợ nhỏ hơn.

- Đối với khu vực nông thôn quy hoạch siêu thị, TTTM chỉ nên tập trung tại các khu trung tâm huyện đáp ứng nhu cầu của một bộ phận người dân có thu nhập và đối

tượng khách hàng trẻ còn lại tập trung phát triển các loại chợ theo lợi thế của từng vùng như chợ nông sản, chợ gia súc... vừa làm nhiệm vụ thu gom hàng hóa cung cấp cho khu vực đô thị vừa phục vụ nhu cầu tiêu dùng tại chỗ của người dân.

#### **4. Các giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trên địa bàn**

##### **4.1. Nhóm giải pháp chung**

- Xây dựng kế hoạch thực hiện quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, TTTM và siêu thị từng thời kỳ phù hợp với quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

- Khi thẩm duyệt đề án về chợ, TTTM và siêu thị phải căn cứ vào các quy định của Nhà nước về từng hạng mục, đảm bảo xây dựng theo đúng dự án được duyệt.

- Tổ chức tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về phát triển chợ, TTTM và siêu thị cho thương nhân và mọi người dân được biết, thực hiện.

- Xây dựng cơ chế phối hợp giữa các ngành, các cấp trong việc hướng dẫn thực hiện đầu tư phát triển, quản lý kinh doanh khai thác hạ tầng thương mại theo đúng các quy định của nhà nước.

- Thường xuyên tổ chức kiểm tra, xử lý các vi phạm về hoạt động đầu tư, quản lý và khai thác kinh doanh chợ, TTTM và siêu thị. Đồng thời phát hiện những bất cập, khó khăn trong quá trình thực hiện, từ đó điều chỉnh, bổ sung Quy hoạch, cơ chế, chính sách của địa phương, nhằm tạo điều kiện cho hoạt động chợ, TTTM và siêu thị phát triển.

##### **4.2. Nhóm giải pháp cụ thể**

###### **a) Đối với mạng lưới chợ**

###### **\* Quản lý hoạt động đầu tư**

- Mạng lưới chợ của tỉnh được đánh giá là đã hình thành nhưng vẫn còn đơn điệu, chưa có nhiều loại hình chợ. do đó cần có quy hoạch chi tiết từng loại chợ cho từng khu vực có lợi thế hoặc về sản xuất hàng hóa (hình thành chợ đầu mối nông lâm sản, tiểu thủ công nghiệp...) hoặc có những đặc điểm văn hóa đặc trưng (hình thành chợ văn hóa) hoặc có lợi thế về vị trí, giao thông thuận lợi (hình thành chợ tổng hợp bán buôn)... từ đó hình thành một mạng lưới chợ đa dạng.

- Việc đầu tư chợ hiện nay thường chưa được quan tâm đúng mức khi tiêu chuẩn cơ bản các hạng mục trong chợ của một số chợ chưa được đảm bảo. Do đó khi cấp vốn cần có những tiêu chuẩn, định mức cụ thể cho nhà đầu tư về thiết kế, quy mô... Đặc biệt chú ý đến các công trình vệ sinh môi trường như hệ thống thoát nước, nhà vệ sinh công cộng, hàng rào bao quanh, xử lý rác thải...

- Vẫn có tình trạng đầu tư xây dựng chợ nhưng không có người hợp. Vì vậy Cần có những đề xuất và định hướng chính xác trong việc phân bổ vốn đầu tư chợ. Để tránh tình trạng lãng phí khi chợ đã xây nhưng không có người hợp cần điều tra, khảo sát thói quen, tập quán của thương nhân, của người dân địa phương trước khi đầu tư xây dựng.

- Một số chợ đầu tư dàn trải, có chợ thì thiếu diện tích, chợ thì quá rộng không đủ người họp. Do đó trước khi đầu tư cần khảo sát chính xác diện tích chợ, số lượng thương nhân, nhu cầu không gian mua bán.

**\* Về quản lý hoạt động kinh doanh**

- Hoạt động kinh doanh trong chợ thường diễn ra phức tạp, khó quản lý, đối tượng kinh doanh hỗn hợp, hàng hóa đa dạng do đó cần có sự phân loại, phân chia không gian mua bán theo từng ngành hàng cụ thể. Xây dựng văn minh mua, bán hàng hóa trong chợ thông qua nội quy chợ.

- Với những chợ đầu mối, chợ bán tổng hợp loại I cần thường xuyên quản lý các nguồn cung hàng hóa, các doanh nghiệp đầu mối làm căn cứ, nền tảng để xây dựng chính sách, chế tài quản lý và điều tiết thị trường mỗi khi có những biến động xảy ra.

- Với những chợ định hướng quy hoạch chợ văn hóa, chợ du lịch cần có chính sách ưu tiên, khuyến khích thương nhân tham gia bằng cách hỗ trợ đảm bảo nguồn hàng, thu hút khách hàng.

**\* Chuyển đổi mô hình quản lý chợ**

Công tác chuyển đổi mô hình quản lý chợ được tổ chức thực hiện tại Yên Bái từ năm 2004 tuy nhiên trải qua 5 năm nhưng kết quả mang lại là chưa đáp ứng được những tiêu chí đề ra, những khó khăn đã được phân tích và để thực hiện tốt công tác chuyển đổi mô hình quản lý chợ trên địa bàn tỉnh đề nghị:

- Bộ Công Thương, bộ Tài Chính sớm có Thông tư hướng dẫn việc xử lý tài sản, tài chính của nhà nước trong quá trình chuyển giao chợ từ mô hình tổ quản lý sang HTX.

- Với những chợ tạm, sở Công Thương sẽ phối hợp với phòng Công Thương cấp huyện, Liên minh HTX tỉnh và UBND các xã có chợ tiến hành bàn giao chợ cho HTX quản lý. Với những chợ đã có hợp đồng quản lý, khai thác dài hạn sẽ tiến hành đàm phán để cắt hợp đồng sau đó sẽ xin chủ trương của tỉnh để hỗ trợ trực tiếp cho xã.

- UBND cấp huyện, thị xã, thành phố cần củng cố lại về tổ chức, chức năng của phòng Công Thương. Nâng cao công tác tổ chức phối hợp giữa các đơn vị để cùng hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao.

**b) Mạng lưới siêu thị, TTTM**

- Đặc trưng của các siêu thị, TTTM là thường phải đặt tại các địa điểm dân cư tập trung, các khu đô thị, khu du lịch do đó quỹ đất giành cho loại hình thương mại này thường phải được tính toán, dự trù và bố trí trước khu quy hoạch các khu đô thị, khu dân cư.

- Như đã nhận định, quá trình đầu tư siêu thị, TTTM kéo dài thường xảy ra tình trạng đầu tư không đúng thời gian, đúng giai đoạn quy định do đó cần có chính sách thắt chặt đối với những đơn vị chủ đầu tư.

- Về vấn đề xử lý đối với những siêu thị vi phạm hoạt động đầu tư không đúng tiêu chuẩn cần có sự phối hợp đồng bộ giữa các ngành chức năng nhằm quản lý chặt từ khi xây dựng đến khi đi vào hoạt động.

## **5. Giải pháp bảo vệ môi trường**

Cũng như nhiều ngành kinh tế khác, thương mại trong quá trình phát triển cũng có tác động tiêu cực đến môi trường sinh thái. Để đảm bảo mục tiêu phát triển bền vững, nhiệm vụ bảo vệ môi trường trong phát triển thương mại phải được quan tâm, giải pháp chính cho nhiệm vụ này là:

- Các dự án xây dựng đầu tư phát triển thương mại phải có phương án xử lý chất thải; Phân công trách nhiệm, phối hợp quản lý giữa các ban, ngành, tổ chức tại địa phương; Giáo dục và tuyên truyền về bảo vệ môi trường, đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ cho các cán bộ làm công tác môi trường

- Hoàn thiện các quy định và chính sách có liên quan đến bảo vệ môi trường đối với hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh giai đoạn từ nay đến năm 2020, trong đó cần có các quy định về phí bảo vệ môi trường đối với các TTTM, siêu thị, chợ... Phí bảo vệ môi trường bao gồm: phí thu gom rác thải; phí vệ sinh; đặt cọc phí tái chế đối với các loại vỏ đồ hộp, xử lý nước thải, khí thải...Tiến tới nghiên cứu thành lập Quỹ bảo vệ môi trường trong thương mại nhằm hỗ trợ doanh nghiệp kinh doanh trong công tác bảo vệ môi trường, khắc phục sự cố, đảm bảo phát triển bền vững.

- Tập trung thực hiện các giải pháp kỹ thuật xây dựng hệ thống cấp thoát nước, thu gom và xử lý rác thải, nước thải tại các chợ; hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật về bảo vệ môi trường trong các chợ, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động vật, thực vật tại các chợ.

- Phân công cụ thể trách nhiệm chủ trì, phối hợp quản lý giữa các cơ quan chức năng ở cả Trung ương, địa phương trong việc chỉ đạo, giám sát các hoạt động bảo vệ môi trường và tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật về môi trường ở các chợ; thường xuyên giáo dục và tuyên truyền về bảo vệ môi trường, bồi dưỡng nghiệp vụ về vệ sinh môi trường ở các chợ; áp dụng chế độ kiểm tra, kiểm soát, chế tài xử phạt vi phạm hành chính đối với các hành vi vi phạm môi trường.

## **III. TỔ CHỨC TRIỂN KHAI THỰC HIỆN DỰ ÁN**

1. Sở Công Thương: Có trách nhiệm chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan, Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố tuyên truyền, phổ biến Quy hoạch đến các tổ chức, các tầng lớp dân cư. Hướng dẫn, tổ chức quản lý việc thực hiện Quy hoạch và các hoạt động trong quá trình kinh doanh chợ, TTTM và siêu thị. Tổng hợp những vấn đề nảy sinh vướng mắc, nhu cầu phát sinh trong quá trình thực hiện Quy hoạch trình UBND tỉnh sửa đổi, bổ sung cho phù hợp.

2. Sở Kế hoạch và Đầu tư: Tham mưu giúp UBND tỉnh xây dựng kế hoạch đầu tư xây dựng các công trình chợ, TTTM và siêu thị hàng năm theo Quy hoạch được phê duyệt; thẩm định các dự án đầu tư chợ, TTTM và siêu thị, trình Chủ tịch UBND tỉnh quyết định (đối với các dự án do Chủ tịch UBND tỉnh quyết định).

3. Sở Tài Chính: Tham mưu giúp UBND tỉnh ban hành chính sách về thu phí, lệ phí trong hoạt động kinh doanh chợ, TTTM và siêu thị.

4. Sở Giao thông vận tải: Chủ trì phối hợp với Sở Công Thương hướng dẫn, kiểm tra các chủ đầu tư xây dựng chợ, TTTM và siêu thị thực hiện quy định về hành lang an toàn giao thông.

5. Sở Tài nguyên và Môi trường: Chủ trì phối hợp với Sở Công Thương và các ngành liên quan chỉ đạo các địa phương dành quỹ đất cho xây dựng các chợ, TTTM và siêu thị. Tăng cường công tác quản lý nhà nước về vệ sinh môi trường ở các chợ, TTTM và siêu thị trên địa bàn tỉnh.

6. Sở Xây dựng: Trong khi xem xét thẩm định các đồ án quy hoạch xây dựng có trách nhiệm quan tâm quy hoạch sử dụng đất hợp lý cho việc phát triển chợ, TTTM và siêu thị.

7. Sở Khoa học và Công nghệ: Phối hợp với các cơ quan liên quan tham gia quản lý hoạt động chợ, TTTM và siêu thị. Triển khai công tác quản lý nhà nước về tiêu chuẩn đo lường chất lượng tại các chợ, TTTM và siêu thị (triển khai hệ thống cân đối chứng).

8. Công an tỉnh: Phối hợp với các ngành liên quan tăng cường công tác kiểm tra phòng cháy, chữa cháy trong quản lý hoạt động chợ, TTTM và siêu thị. Tham gia thẩm định hạng mục phòng chống cháy nổ trong các dự án đầu tư xây dựng chợ, TTTM và siêu thị.

#### 9. Trách nhiệm của UBND các huyện, thị, thành phố

- Xây dựng kế hoạch 5 năm và hàng năm để thực hiện Quy hoạch phát triển chợ, TTTM và siêu thị. Tuyên truyền phổ biến, công khai quy hoạch, bố trí quỹ đất để đầu tư phát triển chợ, TTTM và siêu thị. Phối hợp với Sở Công Thương quản lý việc thực hiện quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, TTTM và siêu thị trên địa bàn, kịp thời đề xuất cấp có thẩm quyền xử lý các trường hợp phát sinh, bổ sung, điều chỉnh trong quá trình thực hiện quy hoạch.

- Định kỳ hàng năm, báo cáo UBND tỉnh và Sở Công Thương tình hình và kết quả thực hiện Quy hoạch trên địa bàn quản lý.

## KẾT LUẬN

-----

Mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc phát triển, điều tiết thị trường và các hoạt động thương mại. Trước đây chỉ với mạng lưới chợ, các hoạt động thương mại diễn ra một cách truyền thống và không đảm bảo được việc đẩy mạnh hiện đại hóa thị trường tiêu dùng. Các hoạt động kinh doanh trong chợ đóng góp lớn vào tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ nhưng doanh thu mang lại chưa thật sự cao. Việc xuất hiện của các siêu thị, TTTM hiện đại sẽ đảm bảo được các khuyết điểm cố hữu của thị trường nhưng cũng đặt ra những vấn đề mới đối với sự phát triển của hệ thống phân phối. Chính vì vậy Dự án “*Quy hoạch mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trên địa bàn tỉnh Yên Bái đến năm 2015, định hướng đến 2020*” được xây dựng và thực hiện nhằm giải quyết triệt để những mâu thuẫn và vướng mắc trong quá trình tồn tại và phát triển song song của các loại hình thương mại, đảm bảo duy trì sự hoạt động và phát triển một cách hài hòa giữa hai hình thức thương mại hiện đại và thương mại truyền thống với nền tảng là đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người tiêu dùng, lành mạnh hóa thị trường kết hợp với đảm bảo mỹ quan đô thị và phù hợp với quy hoạch tổng thể kinh tế - xã hội của địa phương.

Trên cơ sở điều tra, khảo sát điển hình và tập hợp các thông tin, tư liệu, dự án đã phân tích thực trạng phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trên địa bàn trong những năm qua, cũng như chỉ rõ những vấn đề đặt ra cần giải quyết để đảm bảo cho sự phát triển hài hòa, lâu dài đối với từng loại hình thương mại.

Trên cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển mạng lưới các loại hình chợ, siêu thị, TTTM kết hợp với phân tích xu hướng phát triển hệ thống phân phối trong những năm tới, dự án đã xây dựng các mục tiêu, quan điểm và định hướng phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, TTTM trong tỉnh nhằm nâng cao hiệu quả kinh tế - xã hội của chúng. Dự án cũng xây dựng những tiêu chuẩn kinh tế - kỹ thuật cần thiết cho việc quy hoạch xây dựng mạng lưới các loại hình chợ, siêu thị, TTTM.

Đồng thời để nâng cao tính khả thi cho quy hoạch phát triển mạng lưới các loại hình chợ, siêu thị, TTTM ở tỉnh ta trong những năm tới, dự án cũng xác định các giải pháp đồng bộ từ việc quy hoạch, tổ chức thực hiện quy hoạch, đến việc thực hiện các chính sách đầu tư, chính sách đối với thương nhân và nhất là công tác quản lý.

Với kết quả đạt được, chúng tôi hy vọng sẽ góp phần tăng cường hiệu quả đầu tư phát triển mạng lưới, các loại hình chợ, siêu thị, TTTM ở tỉnh ta trong những năm qua. Tuy nhiên, do những yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của chợ, siêu thị, TTTM rất đa dạng, điều kiện dự án hạn hẹp, những kết quả của dự án sẽ không tránh khỏi những hạn chế. Chúng tôi mong nhận được các ý kiến tra đổi và góp ý của các nhà quản lý và các cơ quan liên quan để kết quả của dự án được hoàn thiện hơn và qua đó góp phần vào thực hiện chủ trương của chính phủ về quản lý hệ thống phân phối của nước ta hiện nay.