

PHẦN MỞ ĐẦU

I. SỰ CẦN THIẾT VÀ TẦM QUAN TRỌNG

Quy hoạch phát triển ngành Thương mại tỉnh Yên Bái giai đoạn 2010 - 2015, định hướng năm 2020 được Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái phê duyệt tại Quyết định số 1168/QĐ-UBND ngày 23/7/2010, cùng với các quy hoạch chuyên ngành khác: Quy hoạch mạng lưới kinh doanh xăng dầu; Mạng lưới kinh doanh khí đốt hóa lỏng; Mạng lưới chợ, siêu thị trung tâm thương mại; quy hoạch tổng thể khu cụm thương mại dịch vụ gắn với điểm giao cắt cao tốc Hà Nội - Lào Cai trong giai đoạn đến 2015 định hướng 2020, đến 2015 đã hết hạn điều chỉnh. Một số định hướng, mục tiêu và chỉ tiêu đến 2020 đã không còn phù hợp.

Đại hội đảng bộ tỉnh lần thứ XVIII đã Nghị quyết những mục tiêu nhiệm vụ tổng quát và định hướng chỉ đạo phát triển kinh tế xã hội cho giai đoạn 2016 - 2020, trong đó định hướng cho ngành thương mại: *“Tăng cường đầu tư xây dựng hạ tầng thương mại, hỗ trợ xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường trong nước và xuất khẩu cho các sản phẩm chủ lực của tỉnh...hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng chiến lược SXKD, hoạt động xuất khẩu...”*. Kế hoạch phát triển kinh tế xã hội của tỉnh giai đoạn 2016-2020 cũng đã được xây dựng và phê duyệt nhằm cụ thể hóa định hướng chỉ đạo của Đảng bộ, trong đó có các mục tiêu về thương mại.

Trong năm 2015, kinh tế thế giới và trong nước đã có bước hồi phục tích cực sau suy thoái, đã và đang tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển kinh tế xã hội trong tỉnh. Hạ tầng giao thông, nhất là cao tốc Nội Bài Lào Cai đi qua Yên Bái được đầu tư hoàn thành đi vào sử dụng đã đẩy mạnh được giao thương hàng hóa, xúc tiến đầu tư. Sự chỉ đạo quyết liệt của lãnh đạo tỉnh trong công tác cải cách hành chính, nâng cao năng lực cạnh tranh cấp tỉnh đã tạo ra bước chuyển biến rõ nét, tạo thuận lợi cho thu hút đầu tư, khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư phát triển sản xuất. Đã thu hút được nhiều nhà đầu tư lớn trong và ngoài nước, có năng lực vào tỉnh lập dự án đầu tư, điển hình như Tập đoàn Tôn hoa sen, Vingroup, Cường thịnh thi, Chân Thiện Mỹ, các nhà đầu tư Hàn Quốc, Nhật Bản, Đức...Dự báo trong giai đoạn đến 2020 nền kinh tế của tỉnh sẽ có sự phát triển nhanh hơn giai đoạn trước.

Để phù hợp với thực tiễn phát triển, phù hợp với định hướng phát triển kinh tế - xã hội cho giai đoạn 2016 - 2020 của cả nước cũng như của địa phương, việc lập dự án “điều chỉnh Quy hoạch phát triển ngành thương mại tỉnh Yên Bái đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” là cần thiết.

Căn cứ tình hình thực tế phát triển, nhằm tận dụng cơ hội, vượt qua thách thức đẩy mạnh phát triển ngành thương mại, thể hiện tốt vai trò cầu nối giữa sản xuất và tiêu dùng cũng như định hướng sản xuất...việc định hướng tổ chức thị trường, tổ

chức hoạt động thương mại, đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, cần thiết phải có bước đi nhanh phù hợp với xu thế chung của cả nước đặt ra nhiệm vụ phải điều chỉnh bổ sung quy hoạch phát triển Thương mại nhằm đáp ứng các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

II. MỤC TIÊU QUY HOẠCH

1. Mục tiêu

Phân tích đánh giá thực trạng phát triển ngành Thương mại của tỉnh giai đoạn 2011-2015, về những kết quả đạt được, những tồn tại hạn chế, nguyên nhân, rút ra bài học kinh nghiệm cho việc thực hiện ở giai đoạn mới.

Dự báo những nhân tố ảnh hưởng, những khó khăn thuận lợi cho giai đoạn 2016-2020, 2030.

Quy hoạch phát triển ngành thương mại theo không gian thị trường, quy hoạch hệ thống cơ sở vật chất, hạ tầng ngành thương mại giai đoạn 2016-2020 định hướng 2030

Đề ra các cơ chế chính sách, giải pháp để phát triển ngành thương mại nhanh bền vững góp phần đưa tỉnh Yên Bái phát triển toàn diện, vững chắc, trở thành tỉnh phát triển trong vùng Trung du và Miền núi phía Bắc.

2. Đối tượng, phạm vi quy hoạch

Đối tượng quy hoạch là các chủ thể, hành vi thương mại, bao gồm các tổ chức cá nhân hoạt động kinh doanh thương mại, các đơn vị quản lý nhà nước, các hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh Yên Bái.

3. Phương pháp nghiên cứu, nội dung nghiên cứu

- Sử dụng phương pháp so sánh, phân tích, tổng hợp, thống kê, nội suy.
- Nội dung nghiên cứu:

+ Đánh giá thực trạng hoạt động thương mại, của việc thực hiện quy hoạch giai đoạn 2011-2015.

+ Dự báo những nhân tố ảnh hưởng, sự phát triển ngành thương mại trong trong giai đoạn tới. Các phương án quy hoạch, phương án chọn.

+ Quy hoạch phát triển giai đoạn 2016-2020 định hướng 2030.

+ Các cơ chế chính sách, giải pháp chủ yếu thực hiện quy hoạch.

+ Tổ chức thực hiện.

III. CÁC CĂN CỨ PHÁP LÝ

- Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XII;

- Luật Thương mại ngày 14/6/2005;
- Quyết định số 1154/QĐ-TTg ngày 28/8/2012 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Yên Bái đến năm 2020;
- Quyết định số 1064/QĐ-TTg ngày 08/7/2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Trung du và Miền núi phía Bắc đến năm 2020;
- Quyết định số 1012/QĐ-TTg ngày 3/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm logistic trên cả nước đến 2020;
- Quyết định 6184/QĐ-BCT ngày 19/10/2012 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại cả nước đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030;
- Quyết định 6481/QĐ-BCT ngày 26/6/2015 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt quy hoạch phát triển mạng lưới chợ toàn quốc đến năm 2025, tầm nhìn đến 2035;
- Quyết định 3098/QĐ-BCT ngày 24/6/2011 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2011-2020, định hướng đến 2030;
- Thông tư số 01/2012/TT-BKHĐT ngày 09/02/2012 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư hướng dẫn xác định mức chi phí cho lập, thẩm định và công bố quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội; quy hoạch phát triển ngành, lĩnh vực và sản phẩm chủ yếu;
- Thông tư số 05/2013/TT-BKHĐT ngày 31/10/2013 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư hướng dẫn tổ chức lập, thẩm định, phê duyệt, điều chỉnh và công bố quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội; quy hoạch ngành, lĩnh vực và sản phẩm chủ yếu;
- Thông tư 50/2015/TT-BCT ngày 28/12/2015 của Bộ Công Thương quy định về nội dung, trình tự, thủ tục lập, thẩm định, phê duyệt, công bố, quản lý quy hoạch phát triển ngành công nghiệp và thương mại;
- Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Yên Bái lần thứ XVIII, nhiệm kỳ 2015 - 2020;
- Quyết định số 732/QĐ-UBND ngày 27/5/2010 của UBND tỉnh Yên Bái về Quy hoạch tổng thể khu, cụm thương mại, du lịch gắn liền với điểm giao cắt với đường cao tốc Hà Nội - Lào Cai tại tỉnh Yên Bái giai đoạn 2010-2015, định hướng đến năm 2020;

- Quyết định số 1168/QĐ-UBND ngày 23/7/2010 của UBND tỉnh Yên Bái về việc Quy hoạch phát triển ngành thương mại tỉnh Yên Bái giai đoạn 2010-2015, định hướng đến năm 2020;

- Quyết định số 410/QĐ-UBND ngày 01/04/2009 của UBND tỉnh Yên Bái về việc Quy hoạch mạng lưới kinh doanh khí đốt hóa lỏng tỉnh Yên Bái đến năm 2015, định hướng đến năm 2020;

- Quyết định số 1613/QĐ-UBND ngày 26/10/2009 của UBND tỉnh Yên Bái về việc phê duyệt dự án rà soát quy hoạch mạng lưới kinh doanh xăng dầu tỉnh Yên Bái đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020;

- Quyết định số 181/QĐ-UBND ngày 08/02/2009 của UBND tỉnh Yên Bái về việc Quy hoạch mạng chợ, siêu thị, trung tâm thương mại tỉnh Yên Bái đến năm 2015, định hướng đến năm 2020;

- Quyết định số 14/2014/QĐ-UBND ngày 5/9/2014 của UBND tỉnh Yên Bái ban hành quy định lập, thẩm định, phê duyệt điều chỉnh, công bố quy hoạch tổng thể phát triển KT-XH; quy hoạch ngành, lĩnh vực và sản phẩm chủ yếu trên địa bàn tỉnh;

- Nghị quyết số 03/NQ-UBND ngày 19/5/2016 của UBND tỉnh Yên Bái về phiên họp thường kỳ tháng 4 năm 2016;

- Quyết định số 934/QĐ-UBND ngày 17/5/2016 của UBND tỉnh Yên Bái về việc phê duyệt kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Yên Bái 5 năm 2016 - 2020;

- Quyết định số 3030/QĐ-UBND ngày 16 tháng 11 năm 2016 của Chủ tịch UBND tỉnh Yên Bái phê duyệt đề cương, nhiệm vụ và dự toán kinh phí xây dựng điều chỉnh Quy hoạch phát triển ngành thương mại - dịch vụ tỉnh Yên Bái đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030.

- Kết quả thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Yên Bái từ năm 2010 đến năm 2015; Niên giám thống kê tỉnh Yên Bái; các báo cáo, tài liệu của các Sở, ngành và Sở Công Thương tỉnh Yên Bái.

- Quyết định số 1012/QĐ-TTg ngày 03 tháng 7 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt Quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm Logistics trên địa bàn cả nước đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.

- Quyết định số 200/QĐ-TTg ngày 14 tháng 02 năm 2017 về việc Phê duyệt Kế hoạch hành động nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển Logistics Việt Nam đến năm 2025.

- Quyết định số 9428/QĐ-BCT ngày 13 tháng 12 năm 2013 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc Phê duyệt Quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm Hội chợ triển lãm trên địa bàn cả nước đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.

- Quyết định số 1563/QĐ-TTg ngày 08 tháng 8 năm 2016 Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016 - 2020.

PHẦN THỨ NHẤT

HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI

I. KHÁI QUÁT HIỆN TRẠNG VỀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI

1. Điều kiện tự nhiên

Diện tích: Yên Bái là một tỉnh miền núi nằm sâu trong nội địa, thuộc vùng núi phía Bắc Việt Nam, giới hạn trong tọa độ địa lý: Từ 21024' đến 22016' độ vĩ Bắc và 103056 đến 105003' độ kinh Đông. Phía Bắc giáp tỉnh Lào Cai, Hà Giang, phía Đông giáp tỉnh Tuyên Quang, phía Nam giáp tỉnh Phú Thọ, phía Tây giáp tỉnh Sơn La, Lai Châu. Tổng chiều dài đường ranh giới giữa Yên Bái với các tỉnh khoảng 740km, tổng diện tích tự nhiên 6.899,49 km², chiếm 2,08% diện tích đất cả nước, đứng thứ 15 trong tổng số 63 tỉnh thành. Tỉnh lỵ là thành phố Yên Bái cách thủ đô Hà Nội 183 km, cách cảng Hải phòng 283 km, cách cửa khẩu quốc tế Lào Cai 180km.

Khí hậu: Yên Bái có 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°C. Vùng núi cao có nơi nhiệt độ xuống dưới 0°C có sương muối và băng tuyết. Lượng mưa trung bình hàng năm lớn, từ 1.500 - 2.200mm. Độ ẩm tương đối trung bình hàng năm cao, từ 83 - 87%. Lượng bốc hơi trung bình là 600 - 700 mm/năm. Mùa mưa từ tháng 4 đến tháng 10. Do nằm sâu trong nội địa nên Yên Bái ít bị ảnh hưởng của bão. Nhìn chung khí hậu Yên Bái đa dạng, thích hợp đối với các loại cây trồng, vật nuôi của cả vùng nhiệt đới, á nhiệt đới và ôn đới.

Địa hình: Địa hình Yên Bái chuyển tiếp từ địa hình trung du của tỉnh Phú Thọ, lên địa hình vùng núi của tỉnh Lào Cai, có trên 70% đất đai là núi và cao nguyên.

- Hệ thống núi Hoàng Liên Sơn chiếm toàn bộ diện tích phía hữu ngạn sông Hồng, hướng chính là Tây Bắc - Đông Nam. Đây là dãy núi trẻ, đỉnh nhọn, có độ dốc trung bình trên 400, có nơi 700, độ cao trung bình 1.700 -1.800m. Đỉnh núi cao nhất là Púng Luông cao 2.985m.

- Hệ thống núi cổ Con voi nằm giữa sông Hồng và sông Chảy độ cao trung bình từ 400 - 1.400m, đỉnh tròn, sườn thoải hơn và độ cắt xẻ yếu hơn so với hệ thống núi Hoàng Liên Sơn.

- Hệ thống núi đá vôi độ cao trung bình 400m - 800m, hướng chính là Tây Bắc - Đông Nam, nằm ở phía Bắc sông Chảy và một phần phía Đông của tỉnh là vùng đồi rìa châu thổ đồng bằng Bắc Bộ.

Xen giữa các dãy núi cao, đồi thấp là địa hình thung lũng do sông suối, bồi đắp thành bồn địa tương đối bằng phẳng. Tuy địa hình Yên Bái khá phức tạp, song có thể chia thành 2 vùng, bao gồm: vùng cao và vùng thấp.

- Vùng cao là vùng có độ cao trung bình 600m trở lên, có diện tích tự nhiên chiếm 67,56% diện tích toàn tỉnh. Vùng này dân cư thưa thớt, đại bộ phận là đồng bào thiểu số: Mông, Dao, Khơ Mú... tập quán canh tác lạc hậu, còn du canh du cư, đời sống gặp nhiều khó khăn, trình độ dân trí thấp, cơ sở hạ tầng thấp kém. Vùng cao có tiềm năng lớn về đất đai, lâm sản, khoáng sản và thủy điện, có khả năng huy động cho phát triển kinh tế trong tương lai gần.

- Vùng thấp là vùng có độ cao dưới 600m, chủ yếu là địa hình đồi núi thấp, thung lũng, bồn địa chiếm 32,44% diện tích đất tự nhiên toàn tỉnh. Dân cư đông đúc, đại bộ phận là người Kinh, Thái, Tày, Nùng đời sống khá hơn, trình độ dân trí cao hơn, cơ sở hạ tầng đã và đang được chú trọng đầu tư xây dựng, đang hình thành nhanh các vùng thị tứ, thị trấn, thị xã. Vùng thấp có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao, chiếm tỷ trọng lớn trong GDP của tỉnh.

1.1. Tiềm năng về đất

Yên Bái có tiềm năng lớn về đất đai, tính đến hết năm 2015, tổng diện tích đất đất chưa sử dụng là 46.334 ha, chiếm 6,73%, trong đó chủ yếu là đất đồi núi chiếm 95,15% đất chưa sử dụng (nguồn niên giám thống kê tỉnh Yên Bái 2015). Quy hoạch sử dụng đất tỉnh Yên Bái đến 2020 đã được Chính phủ phê duyệt tại Nghị quyết số 64/2013/NQ-CP, ngày 27/5/2013, đã xác định về kế hoạch sử dụng đất đến 2015, cụ thể như sau:

Đất nông lâm nghiệp: 548.639 ha

Đất phi nông nghiệp: 63.075 ha

Đất chưa sử dụng: 36.008 ha

Đất đô thị: 20.438 ha

Đất khu bảo tồn thiên nhiên: 36.500 ha

Đất du lịch: 1.750 ha

1.2. Tài nguyên nước

Yên Bái có hệ thống sông, suối, ao, hồ khá phong phú với hai hệ thống sông chính của Yên Bái là: Sông Hồng và Sông Chảy, đều chảy theo hướng Tây Bắc - Đông Nam, có tổng chiều dài 220km. Trên dòng sông Chảy thuộc địa phận huyện Yên Bình tỉnh Yên Bái đã xây dựng nhà máy thủy điện Thác Bà công suất 120MW được đưa vào vận hành từ năm 1971. Lòng hồ thủy điện Thác Bà rộng 19.050 ha, với 1.331 hòn đảo lớn nhỏ. Sông Chảy bắt nguồn từ Hà Giang, chảy qua Lào Cai

về Yên Bái. Chiều dài chảy qua Yên Bái khoảng 100km, các phụ lưu trên địa phận Yên Bái gồm có 23 ngòi với tổng diện tích lưu vực 1.350 km².

Sông Hồng bắt nguồn từ Vân Nam - Trung Quốc, chiều dài chảy qua Yên Bái 115km. Các phụ lưu trên địa phận Yên Bái gồm có 50 ngòi, với tổng diện tích lưu vực 2.700 km², lớn nhất là ngòi Thia có diện tích lưu vực 1.570 km².

Hai dòng sông lớn cùng với hồ thủy điện Thác Bà và những con ngòi, các phụ lưu, khe suối là nguồn nước mặt rất phong phú phục vụ cho giao thông đường thủy, cấp nước sinh hoạt, cấp nước cho sản xuất công, nông nghiệp, nuôi trồng thủy sản và là nguồn thủy năng để xây dựng các nhà máy thủy điện nhỏ.

1.3. Tài nguyên rừng

Yên Bái là một trong những tỉnh miền núi phía Bắc, có tiềm năng lớn về rừng, tính đến thời điểm 31/12/2015 diện tích đất lâm nghiệp có rừng của Yên Bái là 466.950 ha, trong đó: rừng sản xuất 291.854 ha, rừng phòng hộ là 138.949 ha, rừng đặc dụng là 36.147 ha. Đất đồi núi chưa sử dụng là 44.085 ha; đất núi đá không có rừng cây là 1.621 ha.

Bình quân mỗi năm Yên Bái trồng mới từ 14.000 ha đến 15.000 ha rừng. Sản lượng gỗ tròn khai thác năm 2015 đạt khoảng 450.000 m³; tre, nứa, vầu trên 25 triệu cây.

2. Điều kiện xã hội

Tỉnh Yên Bái có 9 đơn vị hành chính, gồm 1 thành phố, 1 thị xã và 7 huyện, trong đó có 2 huyện vùng cao đặc biệt khó khăn. Dân số năm 2010 có 751.922 người (mật độ 109 người/ km²), năm 2015 là 792.710 người (mật độ 115 người/ km²). Dân số thành thị chiếm 20,42% và có xu hướng tăng trong các năm tiếp theo. Có hơn 30 dân tộc, trong đó dân tộc Kinh chiếm gần 50%, còn lại là các dân tộc Tày, Dao, Thái, H' Mông...

Theo niên giám thống kê tỉnh Yên Bái năm 2015, lực lượng lao động từ 15 tuổi trở được thống kê sơ bộ là 512.464 người, chiếm 64,65% dân số. Trong đó: lao động thành thị là 99.583 người, nông thôn là 412.881 người. Lực lượng lao động đang làm việc tính đến thời điểm 1/7 hàng năm phân theo loại hình kinh tế, trong tổng số 508.770 lao động đang làm việc có: 50.345 lao động làm việc trong nhà nước; 457.356 lao động làm việc ngoài nhà nước và 642 lao động làm việc trong khu vực có vốn đầu tư nước ngoài. Nhìn chung nguồn nhân lực Yên Bái khá dồi dào, song tỷ lệ lao động đã qua đào tạo còn thấp. Thu nhập bình quân đầu người năm 2011 đạt 18,41 triệu đồng/người, năm 2015 đạt 26,02 triệu đồng/người.

Tình hình an ninh chính trị trật tự an toàn xã hội được đảm bảo, quốc phòng an ninh vững chắc.

3. Khái quát về tình hình phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Yên Bái

Trong giai đoạn 5 năm 2011-2015, mặc dù gặp rất nhiều khó khăn trong phát triển kinh tế xã hội, nhất là chịu ảnh hưởng lớn của tình trạng suy thoái kinh tế, tuy nhiên nền kinh tế tỉnh Yên Bái vẫn tiếp tục ổn định và có sự tăng trưởng khá, đạt được những kết quả khá toàn diện.

3.1. Những chỉ tiêu tổng hợp

- Tốc độ tăng tổng sản phẩm bình quân 5 năm 2011 - 2015 đạt 11,33%/ năm. Thu nhập bình quân đầu người đạt 18,41 triệu đồng/người năm 2011. Đến năm 2015 tăng lên đạt 26,02 triệu đồng/người/năm.

- Cơ cấu kinh tế chuyển dịch khá tích cực: tăng nhanh tỷ trọng dịch vụ, giảm tỷ trọng nông lâm nghiệp. Tỷ trọng ngành nông lâm nghiệp, công nghiệp - xây dựng, dịch vụ trong cơ cấu kinh tế của tỉnh năm 2015 đạt lần lượt là: 24,2% - 28,5 - 47,3%.

- Tổng vốn đầu tư phát triển 2011-2015 đạt 41.574 tỷ đồng;

- Thu ngân sách trên địa bàn tăng khá: năm 2011 đạt 860 tỷ đồng đến 2015 đạt 1.749 tỷ đồng. Chi ngân sách năm 2015 đạt 8.205 tỷ đồng.

3.2. Tình hình phát triển và kết quả một số ngành kinh tế chủ yếu

- Ngành nông nghiệp:

Sản xuất nông nghiệp 2011-2015 đạt được kết quả khá toàn diện, cơ cấu nội ngành chuyển dịch đúng hướng, giá trị và hiệu quả sản xuất được nâng lên. Sản lượng lương thực có hạt tăng bình quân 1 năm 6.500 tấn, đạt 300.506 tấn năm 2015; Tổng đàn gia súc chính tăng bình quân mỗi năm 18.000 con, đạt 643.519 con các loại năm 2015, đàn gia cầm tăng bình quân 124.000 con, đạt gần 4 triệu con năm 2015; Sản lượng thịt hơi các loại đạt 39.242 tấn năm 2015 tăng bình quân 1.700 tấn một năm.

Lâm nghiệp: Bình quân mỗi năm trồng rừng mới đạt 15.000 ha, tỷ lệ che phủ rừng đạt 62% năm 2015; Sản lượng khai thác năm 2015: Gỗ rừng trồng đạt 450.000 m³, 100.000 tấn tre vầu nứa, 3000 tấn vỏ quế khô.

Thủy sản: diện tích nuôi trồng năm 2015 đạt 2399 ha, sản lượng đánh bắt 6.438 tấn.

Xây dựng nông thôn mới: đến hết 2015 có 6 xã đạt chuẩn nông thôn mới.

Ngành công nghiệp:

GTSXCN tăng khá: năm 2011 đạt 4.922 tỷ đồng, đến 2015 đạt 7.555 tỷ đồng, tốc độ tăng bình quân năm năm 2011-2015 đạt 10,7% . Cơ cấu ngành có

sự chuyển dịch đúng hướng, giảm tỷ trọng công nghiệp khai khoáng, tăng tỷ trọng công nghiệp chế biến chế tạo.

Đã tập trung đầu tư hạ tầng các khu cụm công nghiệp, cơ bản hoàn thành hạ tầng thiết yếu khu CN Phía nam, từng bước đầu tư hạ tầng các khu Minh Quân, Âu Lâu. Các cụm công nghiệp cũng đã được quan tâm đầu tư, đã thu hút được nhiều doanh nghiệp vào đầu tư sản xuất kinh doanh.

Ngoài phát triển sản xuất những sản phẩm tinh có lợi thế về tài nguyên, nguồn nguyên liệu như Chè, gỗ, đá trắng... đã có nhiều nhà đầu tư vào đề xuất và thực hiện các dự án sản xuất các sản phẩm mới, với công nghệ mới như May xuất khẩu, Khí ga công nghiệp, vật liệu ống nhựa, ống kẽm, chế tác đá mỹ nghệ...

3.3. Cơ sở hạ tầng

Hạ tầng giao thông: Mạng lưới giao thông của tỉnh tuy còn nhiều hạn chế, nhưng nhìn chung chất lượng các loại đường đã được nâng lên nhiều, tạo thuận lợi cho giao thông và thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển, đảm bảo yêu cầu nhiệm vụ xây dựng và bảo vệ tổ quốc.

Hệ thống giao thông được đầu tư đa dạng, bao gồm đường bộ, đường sắt, đường thủy, bước đầu đã đáp ứng được nhu cầu đi lại, vận tải hàng hoá và giao lưu văn hoá, kinh tế - xã hội trong và ngoài tỉnh.

Đường bộ: Đường bộ: Yên Bái có 80,5km đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai; 4 tuyến Quốc lộ: Quốc lộ 70, Quốc lộ 32, Quốc lộ 32C và Quốc lộ 37 với tổng chiều dài là 374km; 14 tuyến tỉnh lộ với tổng chiều dài 491km; 244,5km đường đô thị; 62 km đường chuyên dùng; 6.639km đường giao thông nông thôn; (trong đó: đường huyện 1.361km, đã kiên cố hóa được 646,3km; đường xã 3.131km, kiên cố được 562,74km, đường thôn bản có 2.147km, kiên cố được 107,35km). Quốc lộ 70 nối Yên Bái với Phú Thọ và Lào Cai; Quốc lộ 37 là tuyến đường liên tỉnh nối 7 tỉnh, thành phố trong đó có Tuyên Quang, Yên Bái và Sơn La; Quốc lộ 32 đi qua 4 tỉnh, thành phố Hà Nội, Phú Thọ, Yên Bái, Lào Cai; từ Yên Bái theo quốc lộ 32C đi Phú Thọ và Sơn La.

Sau khi đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai đi vào hoạt động, thời gian từ Yên Bái đi một số địa phương đã giảm đáng kể: Yên Bái - Nội Bài (hơn 01 giờ); Yên Bái - Lào Cai (hơn 01 giờ); Yên Bái - Hải phòng (gần 2,5 giờ); Yên Bái - Bắc Ninh (khoảng 1,5 giờ); Yên Bái - Thái Nguyên (gần 2 giờ).

Đường thủy: Yên Bái có 02 tuyến đường thủy chính: Tuyến sông Hồng dài 115 km: Là tuyến giao thông đường thủy quan trọng để vận chuyển hàng lâm sản, khoáng sản từ Lào Cai, Yên Bái đi các tỉnh miền xuôi như Phú Thọ, Vĩnh Phúc, Hà Nội và cảng Hải Phòng; Tuyến đường thủy trên hồ Thác Bà dài

83 km: Là tuyến đường giao thông chính của các xã ven hồ, các phương tiện đường thủy có thể đi lại dễ dàng quanh năm và có bến tàu đảm bảo vận chuyển hành khách đi lại và thăm quan du lịch và chuyên chở nguyên vật liệu cung cấp cho các nhà máy trong khu vực.

Đường sắt: Tuyến đường sắt Hà Nội - Lào Cai nằm trên hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, có vai trò quan trọng trong vận tải hành khách và hàng hóa giữa tỉnh Yên Bái - Trung Quốc với Việt Nam. Toàn tuyến dài 296 km, chạy qua Yên Bái với tổng chiều dài 88,2 km, với 10 nhà ga nằm trên địa bàn huyện Trấn Yên, Văn Yên và thành phố Yên Bái. Trung bình mỗi ngày có 30 chuyến tàu chạy qua địa phận Yên Bái, trong đó có 10 chuyến tàu khách, 20 chuyến tàu hàng.

Đường hàng không: Sân bay Yên Bái tại huyện Trấn Yên là sân bay quân sự, đủ điều kiện thuận lợi để có thể sử dụng kết hợp phát triển kinh tế và quốc phòng nếu được Chính phủ cho phép. Ngoài ra còn có các sân bay Nghĩa Lộ, Nậm Khắt, Đông Công là những sân bay dã chiến từ thời chống Pháp.

Hệ thống điện lưới quốc gia: Toàn tỉnh có 1.012 trạm biến áp trong đó có 2 trạm biến áp 110/35 KV, công suất 60.000KVA, 11 trạm biến áp 35/10 KV, tổng công suất 36.000 KVA; 4 trạm biến áp 35/6 KV, công suất 15.000 KVA; 2 trạm biến áp 22/6KV, công suất 20.000 KVA; 762 trạm biến áp 35/0,4 KV, tổng công suất hơn 137.000 KVA; 2 trạm biến áp 22/0,4 KV, tổng công suất 1.120KVA; 228 trạm biến áp 10/0,4 KV, tổng công suất hơn 47.000 KVA. 1 trạm 35/0,22KV với công suất 20 KVA.

Tỉnh có 269,1km đường dây 110 KV gồm 7 lộ và 2 nhánh rẽ trong đó có 70 km đường dây 110 KV 2 mạch.

Đường dây trung áp và hạ áp do điện lực quản lý: 1367,2 km đường dây 35 KV, 3,3 km đường dây 22KV, 179,3 km đường dây 10 KV và 1774,2 km đường dây 0,4 KV. Đường trục 0,4 là 1435 km, nhánh 1 pha là 240 km, nhánh 3 pha là 259,2 km.

Hiện nay điện lưới quốc gia đã được đưa đến 100% số xã, 97% số hộ được sử dụng.

Hạ tầng thông tin và truyền thông: Hệ thống hạ tầng thông tin và truyền thông của tỉnh Yên Bái đã và đang được chú trọng đầu tư hoàn thiện; tính đến tháng 4 năm 2016, toàn tỉnh hiện có:

- Tổng số điện thoại trên toàn tỉnh là 558.518 thuê bao, đạt mật độ 72,3 thuê bao/100 dân.

- Tổng số thuê bao internet 176.130 thuê bao đạt mật độ 22,8 thuê bao/100 dân.
- Số lượng thuê bao truyền hình trả tiền 33.250 thuê bao.
- Số xã có báo đến trong ngày 154 xã.
- Tổng số vị trí trạm BTS 670 trong đó có: 653 vị trí trạm BTS 2G (261 trạm BTS 3G sử dụng chung vị trí cùng trạm BTS 2G), 17 vị trí trạm BTS 3G.
- Tổng số điểm phục vụ về Bưu chính là 182 điểm: (Bưu cục cấp 1: 2; Bưu cục cấp 2: 8; Bưu cấp 3: 17; Điểm BĐVHX 149; 06 thùng thư công cộng).Tuyến đường thư có 87 tuyến/1.866km đường thư: (trong đó đường thư cấp 2: 6 tuyến/473km, đường thư cấp 3: 81 tuyến/1.393 km).
- Tỷ lệ dân số được nghe Đài Tiếng nói Việt Nam và xem Đài truyền hình Việt Nam đạt 95%.
- Tỷ lệ phủ sóng truyền hình địa phương đạt 100%.
- Tỷ lệ phủ sóng phát thanh địa phương đạt 100%.
- Tỷ lệ dân số được nghe, xem Phát thanh -Truyền hình Yên Bái đạt 72%;

II. HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI TỈNH YÊN BÁI

1. Tổng quan hoạt động thương mại giai đoạn 2011 - 2015

Giai đoạn 2011-2015, ngành thương mại có sự phát triển mạnh mẽ, thị trường được mở rộng với nhiều thành phần kinh tế tham gia, khối lượng hàng hóa tăng lên liên tục, chủng loại hàng hóa ngày càng phong phú, mạng lưới cơ sở kinh doanh ngày phát triển nhanh chóng tới tất cả các địa bàn, cơ sở hạ tầng từng bước được cải tạo, đầu tư xây dựng mới. Các loại hình kinh doanh thương mại văn minh như siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện ích đã bước đầu hình thành, cùng với thương mại truyền thống như chợ, cửa hàng thương mại đã phục vụ tốt nhu cầu xã hội.

Với phương châm phát huy tối đa nội lực, tranh thủ thu hút nguồn lực đầu tư từ bên ngoài, tận dụng tốt tiềm năng, lợi thế đã có, ngành thương mại tỉnh Yên Bái đã có những đóng góp đáng kể về tăng trưởng tổng sản phẩm (GRDP) trên địa bàn qua từng năm: Năm 2011, ngành thương mại đóng góp 925,969 tỷ đồng, chiếm 6,6% tổng sản phẩm GRDP của tỉnh; đến năm 2015, ngành thương mại đóng góp 1.597 tỷ đồng vào tăng trưởng tổng sản phẩm của tỉnh (chiếm 8,3%).

2. Thành phần kinh doanh thương mại

Với chính sách phát triển kinh tế nhiều thành phần, vận hành trong cơ chế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa, hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh đã có nhiều thay đổi về tổ chức, phương thức hoạt động và lực lượng tham gia thị trường.

Hoạt động kinh doanh thương mại không chỉ do các doanh nghiệp thương mại thực hiện, mà còn có các doanh nghiệp, các hộ sản xuất ở các ngành nghề khác tham gia dần tăng lên. Cụ thể:

2.1. Thương mại Nhà nước

Hiện nay, Doanh nghiệp Nhà nước trong lĩnh vực thương mại tại địa phương hiện nay chỉ còn kinh doanh trong các ngành hàng thiết yếu như xăng, dầu, LPG và trong các ngành dịch vụ viễn thông, tài chính, khoa học,... Bên cạnh đó, thương mại Nhà nước và các công ty thương mại sau khi cổ phần hoá vẫn được giao đảm nhiệm cung ứng các mặt hàng phục vụ nhu cầu của nhân dân, nhất là vùng sâu, vùng xa, vùng có điều kiện khó khăn của tỉnh.

Thực hiện chủ trương đổi mới về tổ chức và hoạt động của doanh nghiệp Nhà nước, Yên Bái đã thực hiện việc củng cố lại tổ chức theo hướng giảm bớt đầu mối, nâng cao chất lượng kinh doanh, đến nay đã cơ bản thực hiện xong cổ phần hóa, chuyển sang hoạt động theo Luật Doanh nghiệp. Năm 2010, cả tỉnh có 32 doanh nghiệp nhà nước, trong đó Trung ương quản lý 12, địa phương quản lý 20. Đến năm 2014 giảm xuống còn 25 doanh nghiệp, trung ương 11 doanh nghiệp, địa phương 14 doanh nghiệp. Năm 2015 có 26 doanh nghiệp, trung ương quản lý 11, địa phương 15 doanh nghiệp.

2.2. Thương mại ngoài nhà nước

Những năm qua, doanh nghiệp thương mại ngoài Nhà nước phát triển mạnh cả về số lượng, cũng như chất lượng, nhóm ngành hàng, lĩnh vực kinh doanh đa dạng, góp phần quan trọng trong việc lưu thông hàng hoá vật tư, chiếm lĩnh phần lớn thị trường bán buôn, bán lẻ. Theo thống kê, năm 2010, toàn tỉnh Yên Bái có 888 doanh nghiệp ngoài Nhà nước, đến năm 2015 đã tăng lên 1.182 doanh nghiệp. Trong đó, doanh nghiệp thương mại năm 2010 và 2015 lần lượt là 339 và 435 doanh nghiệp (chiếm tỷ trọng khoảng 38%).

Doanh nghiệp thương mại ngoài Nhà nước là lực lượng đi tiên phong trong việc đầu tư xây dựng các cơ sở kinh doanh thương mại văn minh như: cửa hàng tự chọn, siêu thị, cửa hàng chuyên doanh tại các trung tâm huyện, thị xã, thành phố. Thương mại ngoài Nhà nước chiếm lĩnh toàn bộ thị phần phân phối các mặt hàng có giá trị như kinh doanh thiết bị vật tư, sản phẩm điện tử, điện dân dụng; vật liệu xây dựng; vàng bạc, đá quý... chi phối các ngành hàng lương thực, thực phẩm và các mặt hàng tiêu dùng xã hội, thực hiện khâu bán buôn, bán lẻ các mặt hàng tiêu dùng thiết yếu, điện máy, bách hoá, thực phẩm công nghệ... Một số doanh nghiệp đã thiết lập được mạng lưới kinh doanh trên địa bàn nhiều tỉnh. Tuy nhiên, các doanh nghiệp thương mại ngoài Nhà nước mới chú ý đến chức năng cung ứng hàng hóa vào thị trường nội tỉnh là chủ yếu, trong khi chưa có nhiều doanh nghiệp tổ

chức khai thác nguồn hàng địa phương. Ngoài ra sự phát triển nhanh chóng của các hộ, cơ sở kinh doanh cá thể nhỏ lẻ, phân bố rộng khắp địa bàn trong tỉnh đã đảm bảo thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng của toàn xã hội. Việc khai thác nguồn hàng tại địa phương hầu hết do các doanh nghiệp sản xuất tự tổ chức và một phần do các hộ kinh doanh thương mại thực hiện, kể cả lĩnh vực xuất khẩu doanh nghiệp ngoài nhà nước cũng chiếm tỷ trọng lớn.

2.3. Thương mại có vốn đầu tư nước ngoài

Đến nay, chưa có doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tham gia vào kinh doanh thương mại trong thị trường nội địa trên địa bàn tỉnh. Ngoài lĩnh vực kinh doanh thương mại, tỉnh Yên Bái đã tích cực thu hút đầu tư từ các nhà đầu tư nước ngoài vào các lĩnh vực như may mặc, chế biến nông sản, khai thác và chế biến khoáng sản và đã đạt được những tác động tích cực đến sự phát triển kinh tế địa phương. Đặc biệt, trong bối cảnh nền kinh tế trong và ngoài nước suy giảm, các dự án FDI vẫn hoạt động tương đối ổn định, giải quyết việc làm cho nhiều lao động địa phương. Năm 2015 tỉnh Yên Bái có 21 dự án có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, tổng vốn đăng ký 205 triệu USD, trong đó lĩnh vực may mặc - xuất khẩu chiếm 14,3%. Các doanh nghiệp đăng ký hoạt động sản xuất kinh doanh theo các lĩnh vực chế biến, khai thác khoáng sản, sản xuất chế biến chè, tinh dầu quế, gỗ ván ép, sản xuất cơ khí, lắp ráp ô tô, may mặc, nuôi trồng công nghệ cao, kinh doanh hạ tầng cụm công nghiệp, kinh doanh thực phẩm. Các nhà đầu tư FDI trên địa bàn đến từ các quốc gia như Ấn Độ, Singapore, Đài Loan, Trung Quốc, Hàn Quốc, Pháp, Nhật Bản.

3. Tình hình hoạt động thương mại nội tỉnh

3.1. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng xã hội

Với kết quả đạt được trong phát triển kinh tế- xã hội, dưới tác động của cơ chế thị trường, các chính sách phát triển kinh tế hàng hóa, tự do lưu thông, khuyến khích xuất khẩu, tăng cường giao lưu hội nhập kinh tế... đã làm cho thị trường thay đổi nhanh chóng, hàng hóa ngày một đa dạng, phong phú, các hoạt động mua bán diễn ra sôi động, nhất là thị trường đô thị. Tổng mức bán lẻ hàng hóa bình quân 5 năm 2011-2015 tăng 17,58%/năm. Cụ thể, năm 2011 đạt 5.099,783 tỷ đồng, năm 2015 đạt 9.667,616 tỷ đồng.

Thương mại tại các địa bàn thành phố Yên Bái, thị xã Nghĩa Lộ và thị trấn các huyện Yên Bình, Văn Yên, Lục Yên... đều có tốc độ phát triển khá nhanh. Thương mại khu vực thị trường nông thôn phát triển chậm hơn, đặc biệt là địa bàn 2 huyện vùng cao Trạm Tấu, Mù Cang Chải và các xã vùng 3 của tỉnh.

Cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hóa đã có sự thay đổi lớn giữa khu vực thương mại có vốn nhà nước và thương mại ngoài nhà nước. Theo số liệu thống kê, cơ cấu thành phần kinh tế ngoài nhà nước (đặc biệt là hộ kinh doanh) phát triển mạnh mẽ

vào lĩnh vực bán lẻ hàng hóa xã hội, chiếm 67% phân theo loại hình kinh tế, nó vừa là yếu tố tích cực trong việc đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của dân cư, nhưng cũng đặt các cơ quan quản lý nhà nước trước những vấn đề khá phức tạp như: vệ sinh môi trường, điều kiện văn minh thương mại, an toàn vệ sinh thực phẩm; tình trạng kinh doanh hàng giả, hàng nhái, vi phạm lấn chiếm vỉa hè đường phố, gây mất trật tự an toàn giao thông, ảnh hưởng cảnh quan đô thị.

Biểu 1: Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng xã hội
Đơn vị tính: nghìn đồng

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tổng số:		5.999.157	7.520.351	8.864.435	10.403.974	11.363.983
TMBLHH	4.301.000	5.099.783	6.304.461	7.495.241	8.831.815	9.667.616
Phân theo thành phần kinh tế						
- Khu vực kinh tế nhà nước		521.426	583.993	706.008	684.385	678.773
- KV kinh tế ngoài nhà nước						
+ Tập thể		26.167	11.435	27.370	34.881	39.547
+ Tư nhân		1.615.248	2.143.082	2.481.663	2.799.319	3.041.136
+ Cá thể		3.272.025	4.781.722	5.649.194	6.884.612	7.594.926
- KV kinh tế có VĐT nước ngoài		358	120	200	777	9.601

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Yên Bái 2016

3.2. Hoạt động lưu thông hàng hóa ra, vào

a) Các luồng hàng vào

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, các đơn vị sản xuất kinh doanh trong tỉnh Yên Bái có mối quan hệ thương mại với tất cả các thị trường trong cả nước. Nhưng do một số khó khăn, đến nay tỉnh Yên Bái chưa thống kê định lượng về luồng hàng hóa vào địa bàn tỉnh, mà chỉ xác định được định tính một số nhóm mặt hàng cơ bản, cụ thể:

- Nhóm hàng lương thực, thực phẩm tươi sống: Hiện nay Yên Bái đã tự cân đối đảm bảo được sản lượng lương thực, thực phẩm tại địa phương với 300.000 tấn lương thực có hạt (lúa, ngô); sản 305 ngàn tấn; 630.000 gia súc (trâu, bò, ngựa, lợn); 3,7 triệu con gia cầm (gà, ngan, vịt); 2.500 tấn thủy sản; rau, đậu 98 ngàn

tấn... Đáp ứng đủ cho nhu cầu toàn tỉnh, tuy nhiên để đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường thì hàng năm thương nhân trên địa bàn vẫn nhập bổ sung lương thực, thực phẩm.

- Nhóm hàng công nghiệp tiêu dùng bao gồm: hàng điện máy, điện tử, cơ khí chế tạo; phương tiện giao thông, vải vóc, giày 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 và phân phối trong nước. Trong đó nguồn hàng chính được cung ứng cho thị trường là từ các nhà sản xuất tại địa bàn lớn trong nước và nguồn hàng nước ngoài sản xuất nhập khẩu qua các nhà phân phối vào Yên Bái chủ yếu có nguồn gốc từ Trung Quốc qua cửa khẩu các tỉnh phía Bắc như: Lào Cai, Lạng Sơn...Hàng hóa từ Châu Âu, Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản và các nước Đông Nam Á khác chủ yếu qua các doanh nghiệp nhập khẩu phân phối, 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.

- Nhóm hàng thực phẩm chế biến, dược phẩm, hoá mỹ phẩm...chủ yếu là nhập khẩu từ bên ngoài, qua nhà phân phối trong nước. Hiện nay, Yên Bái có một doanh nghiệp sản xuất thuốc chữa bệnh nhưng quy mô nhỏ, danh mục sản phẩm còn ít, 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. Còn lại là nhập từ các tỉnh thành trong cả nước.

- 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 cổ phần, 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. Trong nhóm này chỉ có xi măng, gạch trên địa bàn đã tự đáp ứng được cơ bản nhu cầu, các sản phẩm còn lại phải nhập vào từ bên ngoài.

Như vậy, thị trường Yên Bái có tính phụ thuộc khá cao vào nguồn hàng hoá vật tư cung ứng từ bên ngoài, các nguồn hàng vào Yên Bái hầu như không mang tính trung chuyên, tái phát luồng ra khỏi địa bàn, mà chủ yếu phục vụ trực tiếp cho nhu cầu sản xuất, kinh doanh tiêu dùng của địa phương, điều này đã cho thấy rõ sự bất lợi của vị trí địa kinh tế trong phát triển thương mại, dẫn tới các hình thức kinh doanh dịch vụ thương mại như: tạm nhập tái xuất, dịch vụ kho cảng, gia công...đều chưa có điều kiện phát triển.

b) Các luồng hàng ra

Yên Bái có nguồn tài nguyên khoáng sản đa dạng, một số vùng nguyên liệu nông lâm sản khá lớn. Trong những năm qua tỉnh đã tập trung khai thác có hiệu quả tiềm năng lợi thế cho phát triển ngành công nghiệp chế biến nông lâm sản, khoáng

sản, sản xuất ra khối lượng hàng hoá đáng kể đáp ứng nhu cầu trong tỉnh và cung ứng ra thị trường bên ngoài tỉnh, trong đó có xuất khẩu. Sản lượng một số sản phẩm hàng hoá chính cung ứng ra thị trường hàng năm như sau:

- Sản phẩm nông, lâm nghiệp: thóc, ngô, quả có múi, nhãn... số lượng không lớn, chất lượng cũng không đồng đều và hiện nay chưa có số liệu thống kê chính thức về lượng cung ứng ra thị trường ngoài tỉnh, chỉ có số liệu về tổng sản lượng hàng năm. Năm 2015, sản lượng lúa đạt 207 ngàn tấn; ngô 93 ngàn tấn; sắn 305 ngàn tấn; rau, đậu 98 ngàn tấn...

- Sản phẩm công nghiệp chế biến nông - lâm sản: tinh bột sắn 25-40 nghìn tấn/năm (năm 2015 tiêu thụ 40,3 nghìn tấn); sắn lát khô 40-50 ngàn tấn/năm; chè búp khô sản lượng giảm dần từ khoảng 30 nghìn tấn năm 2010, đến năm 2015 còn khoảng hơn 20 nghìn tấn; quế vỏ khô 3,5-4 ngàn tấn/năm; tinh dầu quế 120-200 tấn/năm (năm 2015 đạt 206 tấn); giấy đé, giấy vàng mã 25-40 ngàn tấn/năm; gỗ xẻ, gỗ ván có xu hướng giảm từ hơn 111 ngàn m³ năm 2010, đến năm 2015 còn trên 60 nghìn m³, đũa gỗ xuất khẩu gần 60 triệu đôi năm 2010, đến năm 2015 tăng lên 190 triệu đôi...

- Sản phẩm công nghiệp khai thác và chế biến khoáng sản: Xi măng khoảng 01 triệu tấn/năm (60% tiêu thụ ngoài tỉnh); sứ điện khoảng 01 triệu sản phẩm/năm (tương đương 3-3,5 ngàn tấn); bột đá Penspát 500-750 nghìn tấn/năm; quặng sắt 150-250 ngàn tấn/năm; đá các loại (đá bột + đá hạt) 600-800 ngàn tấn/năm.

- Sản phẩm thủ công mỹ nghệ: dệt thổ cẩm, tranh đá; tranh đá quý... cũng là nguồn hàng hoá đáng kể cung cấp ra thị trường trong nước.

4. Hoạt động kinh doanh xuất, nhập khẩu

4.1. Hoạt động xuất khẩu

a) Kim ngạch và tốc độ tăng trưởng

Giai đoạn 2011-2015 tuy xuất khẩu cả nước còn nhiều khó khăn do chịu ảnh hưởng của tình trạng suy thoái kinh tế thế giới, nhưng xuất khẩu của tỉnh vẫn tiếp tục tăng trưởng khá, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011-2015 đạt 18,35%/năm. Tuy tốc độ tăng trưởng có giảm so với giai đoạn 2005-2010 (tăng bình quân 33,5%/năm), nhưng so với năm 2010 kim ngạch xuất khẩu năm 2015 đã tăng gấp 2,32 lần. Giá trị xuất khẩu tính bình quân đầu người năm 2010 đạt khoảng 39 USD/người, đến năm 2015 đạt khoảng 86 USD/người.

Biểu 2: Kim ngạch và Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu tỉnh Yên Bái giai đoạn 2011-2015

ĐVT: Nghìn USD

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Nhịp độ tăng 2011-2015
Tổng kim ngạch xuất khẩu	29.332	35.944	46.858	53.704	55.089	68.176	
<i>Tốc độ tăng</i>		22,5%	30,4%	14,6%	2,6%	23,8%	18,35%
<u>Trong đó:</u>							
Hàng công nghiệp nặng và khoáng sản	11.565	16.840	23.157	26.384	26.595	36.515	
Hàng công nghiệp nhẹ và tiêu thủ công nghiệp	4.987	7.014	8.327	9.486	11.219	13.838	
Hàng nông sản	10.490	8.817	10.253	13.170	13.635	14.707	
Hàng lâm sản	2.290	3.273	5.121	4.664	3.640	3.116	

Nguồn số liệu: Niên giám thống kê tỉnh Yên Bái năm 2016.

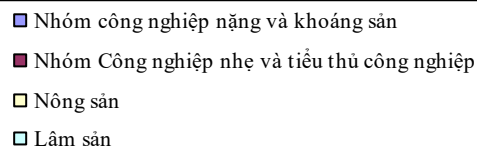
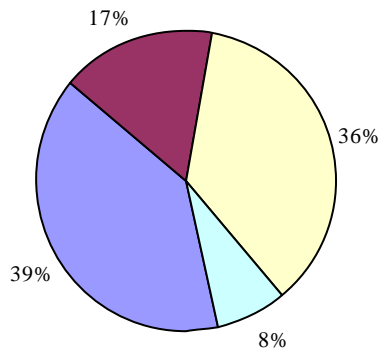
b) Cơ cấu, mặt hàng xuất khẩu chủ yếu

** Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu:*

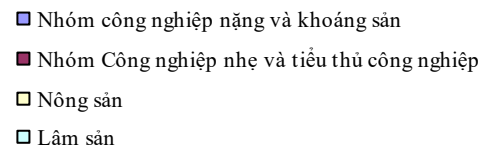
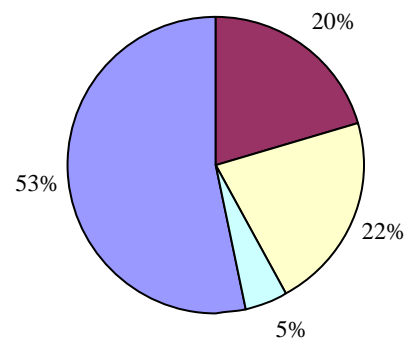
Chuyển dịch theo hướng tăng giá trị hàng công nghiệp, đặc biệt là nhóm hàng công nghiệp chế biến khoáng sản; giảm dần tỷ trọng nhóm hàng nông, lâm sản.

So với năm 2010, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu năm 2015 của nhóm hàng khoáng sản chế biến tăng từ 39% lên 53,5%, nhóm công nghiệp nhẹ tăng từ 17% lên 20,3%, nhóm nông sản giảm từ 36% xuống 21,6%, nhóm lâm sản chiếm tỷ trọng không đáng kể và có xu hướng ngày càng giảm.

Cơ cấu hàng hoá xuất khẩu Yên Bái năm 2010



Cơ cấu hàng hoá xuất khẩu Yên Bái năm 2015



** Chi tiết tình hình xuất khẩu một số mặt hàng chủ lực:*

Nhìn chung, mặt hàng xuất khẩu của tỉnh ngày càng phong phú, ngoài những mặt hàng truyền thống trước đây như: chè, gỗ, khoáng sản thô... đã có thêm nhiều mặt hàng mới với công nghệ chế biến hiện đại như sản phẩm may mặc cao cấp, hạt nhựa phụ gia, các sản phẩm đá bột hạt trắng phủ axit, sứ biến áp cao thế... Chi tiết tình hình xuất khẩu các mặt hàng chủ yếu của tỉnh giai đoạn này như sau:

- Nhóm hàng nông, lâm sản thực phẩm:

+ Mặt hàng chè xuất khẩu năm 2015 đạt 984 tấn, giảm 21,7% so với năm 2010. Tuy cây chè từ lâu là thế mạnh của tỉnh Yên Bái nhưng xuất khẩu qua các giai đoạn vẫn không ổn định. So với năm 2010, lượng xuất khẩu chè giai đoạn 2010 - 2015 có xu hướng giảm, số lượng doanh nghiệp tham gia xuất khẩu trực tiếp, thị trường xuất khẩu cũng bị thu hẹp. Năm 2015, chỉ còn 02 doanh nghiệp xuất khẩu chè trực tiếp; xuất khẩu thường xuyên, ổn định chỉ có 01 doanh nghiệp là Công ty CP Chè Hữu Hào. Công ty rất quan tâm đầu tư cho XTTM, tìm kiếm thị trường, đi đôi với đảm bảo chất lượng sản phẩm. Đến tháng 9/2016 công ty đã mở rộng phát triển thêm nhiều thị trường mới như Indonesia, Belarus. Tuy vậy, thực tế sản phẩm Chè xuất khẩu Yên Bái vẫn chỉ là các sản phẩm sơ chế (chè xanh, đen) phục vụ ngành công nghiệp chế biến thực phẩm của nước ngoài. Chúng ta vẫn chưa có những thương hiệu chè, thành phẩm chè chất lượng như chè Shan tuyết, chè Bát Tiên giá trị cao hơn phân phối cho người tiêu dùng tại thị trường nước ngoài.

+ Sản phẩm tinh bột sắn xuất khẩu năm 2015 đạt 26.949 tấn, tăng 52,5% so với năm 2010. Nhìn chung đây là nhóm hàng xuất khẩu tăng trưởng, đem lại giá trị lớn cho tỉnh. Tuy nhiên, thị trường xuất khẩu hiện nay vẫn là thị trường Trung Quốc không ổn định, giá xuất khẩu biến động theo chiều hướng giảm. Dẫn đến việc xuất khẩu tăng, giảm không ổn định qua các năm.

+ Mặt hàng tinh dầu quế xuất khẩu năm 2015 đạt 76 tấn, tăng 24,6% so với năm 2010. Nhìn chung xuất khẩu tinh dầu quế giai đoạn 2011 – 2015 có sự tăng trưởng, tuy nhiên, việc phụ thuộc vào thị trường xuất khẩu là Trung Quốc dẫn đến việc xuất khẩu biến động không ổn định. Năm 2015, xuất khẩu tinh dầu quế gặp phải nhiều khó khăn về giá và nguyên liệu nên kim ngạch giảm so với năm 2014, tuy nhiên đến năm 2016, xuất khẩu tinh dầu quế có xu hướng khả quan hơn, đến tháng 9/2016 có 05 doanh nghiệp, HTX đang xuất khẩu mặt hàng này, kỳ vọng cả năm 2016 xuất khẩu đạt 120 tấn với kim ngạch khoảng 3 triệu USD.

+ Sản phẩm Măng bát độ xuất khẩu năm 2015 đạt 1.726 tấn, tăng 307% so với năm 2010. Hiện có 01 doanh nghiệp xuất khẩu mặt hàng này là Công ty CP Yên Thành. Tìm kiếm và giữ được bạn hàng ổn định ở Nhật Bản và Đài Loan, nguồn cung nguyên liệu dồi dào, chất lượng. Do đó, xuất khẩu Măng bát độ có xu hướng tăng đều, ít biến động.

- Gỗ và các sản phẩm chế biến từ gỗ:

+ Mặt hàng đũa gỗ xuất khẩu năm 2015 đạt 190 triệu đôi, tăng 252% so với năm 2010, đến năm 2016 xuất khẩu đũa gỗ lại có dấu hiệu chững lại, nguyên nhân chủ yếu do việc không chủ động được nguồn nguyên liệu cho sản xuất, chất lượng sản phẩm chưa cao.

+ Mặt hàng ván gỗ ép + gỗ ghép thanh xuất khẩu năm 2015 đạt 7.118 m³, giảm 4,8% so với năm 2010. Dù có lợi thế về nguồn gỗ rừng trồng chế biến cho sản xuất nhưng mặt hàng này cũng đang gặp phải rất nhiều khó khăn. Số lượng doanh nghiệp sản xuất nhiều nhưng tham gia xuất khẩu trực tiếp ít và chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ. Khó khăn trong tìm kiếm và giữ bạn hàng, cạnh tranh với các doanh nghiệp thương mại lớn khiến ngành gỗ vẫn chưa phát huy hết tiềm năng của mình, chưa có sự bứt phá mạnh mẽ.

+ Mặt hàng giấy vàng mã xuất khẩu năm 2015 đạt 8.298 tấn, tăng 13% so với năm 2010. Để tiếp tục gia tăng giá trị xuất khẩu, cần đổi mới sản xuất, mở rộng thị trường, và tăng tỷ trọng xuất khẩu giấy vàng mã/giấy để thô.

- Nhóm ngành công nghiệp nặng và công nghiệp khai thác khoáng sản:

+ Mặt hàng đá CaCO_3 (hạt + bột) xuất khẩu năm 2015 đạt 345.450 tấn, tăng 85,9% so với năm 2010;

+ Các sản phẩm đá xây dựng xuất khẩu năm 2015: Đá block đạt 8.752 m³ tăng 141%; Đá xẻ đạt 294.717 m², tăng 1943% so với năm 2010. Đây là những mặt hàng xuất khẩu khá ổn định và tăng trưởng đều, hiện là nhóm hàng chiếm tỷ trọng cao nhất trong kim ngạch xuất khẩu của tỉnh.

- Nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp khác:

+ Các sản phẩm may mặc xuất khẩu năm 2015 đạt 1.734 nghìn sản phẩm tăng 350% so với năm 2010. So với năm 2010, số lượng doanh nghiệp xuất khẩu may mặc của tỉnh đã tăng 03 doanh nghiệp FDI, hiện 02 doanh nghiệp FDI đã đi vào sản xuất, xuất khẩu là Công ty TNHH Deasung Global và Công ty TNHH Vina KNF với lượng xuất khẩu lớn nhưng giá trị xuất khẩu chưa cao do chủ yếu là hàng gia công. Trong thời gian tới, khi công ty Unico Global đi vào sản xuất, xuất khẩu sản phẩm quần áo cao cấp, giá trị cao, kỳ vọng sẽ đem lại giá trị xuất khẩu lớn cho ngành.

+ Mặt hàng sứ cách điện xuất khẩu năm 2015 đạt 245,3 tấn, tăng 185% so với năm 2010.

+ Sản phẩm hạt nhựa phụ gia do Công ty TNHH Nhựa và khoáng sản An Phát đầu tư sản xuất và xuất khẩu từ năm 2013, công ty đã tích cực, chủ động trong đổi mới dây chuyền công nghệ, xúc tiến xuất khẩu, đến năm 2015 đã xuất được 11.201 tấn sản phẩm, tăng 102% so với năm 2014. Đây là mặt hàng được đánh giá tăng trưởng xuất khẩu tốt trong thời gian tới.

c) Thị trường xuất khẩu

Những năm gần đây, thị trường xuất khẩu của tỉnh đã phát triển và mở rộng rất nhiều. Hàng hoá xuất khẩu của tỉnh đã có mặt tại khoảng hơn 40 quốc gia và vùng lãnh thổ, lớn nhất hiện nay vẫn tập trung tại khu vực châu Á, nơi có những thị trường được đánh giá là ít “khó tính” hơn thị trường châu Âu và châu Mỹ.

Tính chung 06 tháng đầu năm 2016, đến hơn 87,9% hàng hóa của các doanh nghiệp Yên Bái được xuất khẩu sang thị trường Châu Á với nhóm hàng chính là nhóm nông, lâm sản, trong đó lớn nhất là thị trường Trung Quốc xuất khẩu đạt giá trị 8,64 triệu USD chiếm tỷ trọng 23,4%; tiếp theo là thị trường Ấn Độ đạt hơn 7 triệu USD, chiếm tỷ trọng 19%; thị trường Đài Loan đứng thứ ba với 5,16 triệu USD chiếm tỷ trọng 14%, ngoài ra là các thị trường khác như Nhật Bản, Hàn Quốc, Anh, Italy, Bangladesh, Hồng Kông... Đặc biệt, thị trường Mỹ là thị trường xuất khẩu mới và có tiềm năng trở thành một trong những thị trường chính của tỉnh với

nhóm hàng may mặc chiếm tỷ trọng 6,3% tổng kim ngạch xuất khẩu 06 tháng đầu năm của tỉnh.

**Biểu 3: XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG CHỦ LỰC TỈNH YÊN BÁI
Giai đoạn 2011-2015**

TT	Mặt hàng xuất khẩu	ĐVT	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Đá CaCO ₃ (hạt + bột)	Tấn	185.830	207.233	226.986	246.465	181.825	345.450
2	Đá Block	M ³	3.633	6.291	4.018	7.355	5.378	8.752
3	Đá xẻ	M ²	1.509	70.540	149.832	211.593	288.434	294.717
4	Sứ điện	Tấn	86	130	317	224	299	245
5	Chè chế biến	Tấn	1.257	972	970	415	829	984
6	Tinh bột sắn	Tấn	17.670	14.983	20.533	24.192	20.403	26.949
7	SP măng bát độ	Tấn	424	1.112	599	1.732	1.127	1.726
8	Tinh dầu quế	Tấn	61	76	150	68	128	76
9	Giấy vàng mã	Tấn	7.340	8.260	9.600	10.288	9.720	8.298
10	Sản phẩm may mặc	Ng. SP	385	318	328	12	11	1.734
11	Đũa gỗ	Tr. Đôi	54	29	97	82	111	190
12	Ván gỗ ép + ghép thanh	M ³	7.473	4.628	12.680	14.303	17.644	7.118
13	Hạt nhựa phụ gia calbest	Tấn	-	-	-	103	5.543	11.201

4.2. Hoạt động nhập khẩu

a) Kim ngạch và tốc độ tăng

Kim ngạch nhập khẩu liên tục tăng qua các năm. Tốc độ tăng bình quân kim ngạch nhập khẩu giai đoạn 2011-2015 đạt 37,4%/năm. So với năm 2010, kim ngạch nhập khẩu năm 2015 tăng 4,9 lần (năm 2010 là 10,314 triệu USD; năm 2015 đạt 50,431 triệu USD).

b) Mặt hàng và thị trường nhập khẩu

Trên địa bàn tỉnh chỉ có 01 doanh nghiệp thường xuyên nhập khẩu nhằm mục đích thương mại là Công ty TNHH Thương mại Thủy Ngân, nhập khẩu mặt hàng phân bón từ Trung Quốc qua Cửa khẩu Lào Cai và Cảng Hải Phòng 06 tháng đầu năm 2016 đạt 74.400 tấn tương đương với giá trị nhập khẩu khoảng 12 triệu USD, đóng góp cho Ngân sách nhà nước 06 tháng đầu năm khoảng 7,5 tỷ đồng.

Ngoài ra, hoạt động nhập khẩu chủ yếu do các đơn vị có dự án đầu tư trên địa bàn thực hiện với các mặt hàng nhập khẩu hiện nay chủ yếu là máy móc, phụ tùng, vải, phụ liệu may mặc và hạt nhựa nguyên liệu. Nhập khẩu về cơ bản đã phục vụ có hiệu quả cho việc phát triển sản xuất và đổi mới công nghệ, thúc đẩy nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của hàng hóa, đáp ứng nhu cầu thị trường.

Thị trường nhập khẩu tập trung chủ yếu là châu Á, lớn nhất vẫn là Trung Quốc (chiếm tỷ trọng khoảng 90%) với mặt hàng phân bón và vải nguyên liệu, một phần nhỏ từ các nước châu Á khác như Hàn Quốc, Đài Loan, Ấn Độ,...

5. Lao động và thu nhập ngành thương mại

5.1. Số lượng và tốc độ gia tăng

Năm 2010 lực lượng lao động ngành thương mại là 31.031 người, trong tổng số lao động làm việc trong các ngành kinh tế phi nông nghiệp và 40.062 người hộ kinh doanh cá thể. Đến năm 2015 lực lượng lao động ngành thương mại là 29.927 người.

Lao động trong ngành thương mại có sự chuyển dịch và tăng trưởng mạnh ở khối cơ sở kinh doanh do địa phương quản lý cụ thể: năm 2011 có 27.982 lao động, đến năm 2015 có 27.487 người. Trong khi đó năm 2011 lao động thương mại do Trung ương quản lý là 1.683 người, đến 2015 có 2.240 người, tốc độ tăng trưởng khá chậm, phản ánh đúng xu hướng co hẹp dần thị phần của thương mại Nhà nước, trong đó có doanh nghiệp Trung ương quản lý.

5.2. Chất lượng lao động

Do còn phát triển ở trình độ thấp và mô hình kinh doanh chủ yếu là hộ cá thể nên lao động trong ngành thương mại. Yên Bái có đặc điểm dễ biến động, không đòi hỏi khắt khe về trình độ chuyên môn. Thực tế giai đoạn vừa qua cho thấy người lao động không cần qua trường lớp đào tạo chuyên môn, với số vốn không nhiều vẫn có thể “tồn tại” được với nghề thương mại như buôn bán tại cơ sở kinh doanh. Thực tiễn kinh doanh cho thấy khi mở rộng quy mô kinh doanh chất lượng lao động qua đào tạo đóng vai trò “chìa khoá” trong sự thành bại của doanh nghiệp thương mại, đặc biệt là đội ngũ lao động làm công tác quản lý.

5.3. Thu nhập của lao động thương mại

Từ khảo sát thực tế cho thấy thu nhập bình quân của người lao động được cải

thiện đáng kể năm 2010, thu nhập bình quân của người lao động chỉ đạt 2 - 3 triệu đồng/tháng, đến năm 2015 đạt 5 - 6 triệu đồng, cho thấy đời sống người lao động dần được cải thiện, sức hấp dẫn nghề nghiệp tăng lên.

6. Vốn kinh doanh của ngành thương mại

Theo số liệu thống kê, nguồn vốn kinh doanh của các doanh nghiệp ngành thương mại Yên Bái năm 2010 đạt 1.604 tỷ đồng, chiếm tỷ lệ 16,17% trong tổng nguồn vốn kinh doanh trên địa bàn; năm 2014 đạt 2.690 tỷ đồng, chiếm tỷ lệ 14,7%.

- Về tài sản cố định và đầu tư dài hạn của các doanh nghiệp thương mại, năm 2010 đạt 730 tỷ đồng, năm 2014 đạt 873 tỷ đồng.

- Số liệu trên đây mới phản ánh tình hình vốn kinh doanh của khối các doanh nghiệp, trong khi lực lượng kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh Yên Bái chiếm số lượng đông đảo nhất là các hộ kinh doanh, phần lớn sử dụng một phần nhà ở để kinh doanh, nên khó có thể tách được phần giá trị tài sản làm nhà ở với phần phục vụ kinh doanh, việc tổng hợp nhận định đánh giá thực trạng vốn kinh doanh thương mại cũng mới chỉ mang tính chất tương đối.

7. Cơ sở kết cấu hạ tầng thương mại tỉnh Yên Bái

7.1. Mạng lưới chợ

Chợ là loại hình thương mại truyền thống, được hình thành và phát triển gắn với sự phát triển kinh tế - xã hội của mỗi địa phương, vai trò của chợ đặc biệt nổi bật trong phục vụ đời sống là nơi tiêu thụ hàng hóa nông sản và cung cấp nhu yếu phẩm thiết yếu cho nhân dân trên địa bàn. Giai đoạn vừa qua, mạng lưới chợ đã được các cấp chính quyền ở trung ương và địa phương quan tâm đầu tư về cơ sở vật chất, đối với những chợ chưa được đầu tư thì nhân dân cũng đã tự bỏ vốn xây dựng lán chợ để hoạt động kinh doanh ổn định tại các chợ góp phần thúc đẩy giao lưu hàng hóa.

Đến thời điểm 31/12/2016 trên địa bàn tỉnh Yên Bái có 104 chợ, trong đó 04 chợ hạng II và 100 chợ hạng III.

Phân theo hình thức xây dựng: kiên cố 59 chợ, bán kiên cố 32 chợ, lán tạm 13 chợ, tổng diện tích đất dành cho xây dựng chợ là 265.604 m².

Mạng lưới chợ thu hút trên 5.000 tiểu thương kinh doanh thường xuyên và 12.000 tiểu thương kinh doanh không thường xuyên (chủ yếu là chợ họp theo phiên).

Chợ khu vực thành thị có 18 chợ với trên 3.000 tiểu thương cố định và 3.500 tiểu thương không thường xuyên, trong chợ gồm 04 chợ hạng II là: chợ trung tâm thành phố Yên Bái; chợ Mường Lò - Thị xã Nghĩa Lộ; chợ Yên Thế - Huyện Lục

Yên và chợ Mậu A - huyện Văn Yên mỗi chợ có từ 200 đến dưới 400 tiểu thương kinh doanh thường xuyên; Chợ khu vực nông thôn (86 chợ) có trên 2.000 tiểu thương cố định, thu hút khoảng 8.500 tiểu thương họp chợ theo chợ phiên.

- Về đầu tư xây dựng chợ: Tỉnh Yên Bái đã có nhiều nỗ lực trong việc huy động các nguồn vốn để xây dựng, nâng cấp hệ thống chợ. Tổng số vốn đã đầu tư đến nay đạt trên 112 tỷ đồng (*Một trăm mười hai tỷ đồng*), trong đó chủ yếu là hình thức đầu tư từ vốn ngân sách nhà nước ứng trước vốn đầu tư sau đó thu hồi vốn bằng tiền cho thuê mặt bằng kinh doanh và một phần vốn từ ngân sách Trung ương lồng ghép với các chương trình mục tiêu, các chợ đã được đầu tư chủ yếu là chợ khu vực thành phố, thị xã và chợ vùng cao, nằm trong trung tâm cụm xã. Số chợ chưa được đầu tư xây dựng hầu hết là các chợ phiên thuộc các xã nông thôn của tỉnh, nơi tập trung dân cư có nhu cầu trao đổi hàng hoá dân sinh nhưng đến nay vẫn còn 13 chợ ở khu vực này vẫn chưa được quan tâm bố trí nguồn vốn đầu tư.

- Các chợ đã được đầu tư xây dựng kiên cố, bán kiên cố hiện mới chỉ đủ kinh phí xây dựng ở một số hạng mục chính như nền chợ, đình chợ, ki ốt bán hàng. Các hạng mục còn lại như hệ thống cấp nước, hệ thống PCCC, điện chiếu sáng, công trình vệ sinh, thu gom và xử lý chất thải, trang thiết bị phục vụ kinh doanh... còn thiếu chưa được đầu tư. Vì vậy, điều kiện đảm bảo hoạt động kinh doanh trong các chợ còn nhiều hạn chế, kể cả chợ trên địa bàn phường, thị trấn quản lý (*kèm phụ biểu 1*).

7.2. Siêu thị

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 2015, trên địa bàn tỉnh (Thành phố Yên Bái) còn 01 siêu thị Anh Mỹ đang hoạt động đạt quy mô loại II, được xây dựng từ 2003 trở lại đây, cơ sở vật chất tương đối đồng bộ, cơ bản đáp ứng các tiêu chí do Nhà nước quy định.

- Bên cạnh các siêu thị, trên địa bàn tỉnh Yên Bái đã hình thành các cửa hàng bán hàng theo hình thức tự chọn và các cửa hàng chuyên doanh, trong đó mô hình cửa hàng chuyên doanh như kinh doanh xe máy, điện tử, điện dân dụng; vật tư xây dựng, nhiên liệu... các cửa hàng tự chọn như kinh doanh sách, công nghệ phẩm hình thành phát triển cùng với hình thức thương mại truyền thống đã góp phần thúc đẩy giao lưu hàng hoá, phục vụ tốt nhu cầu thị trường, mang lại diện mạo mới cho thương mại địa phương, loại hình thương mại này sẽ tiếp tục phát triển và giữ thị phần ngày một lớn hơn trong thị trường bán lẻ của tỉnh Yên Bái (*kèm phụ biểu 2*)

7.3. Trung tâm thương mại

Theo 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, trung tâm thương mại. Trung tâm thương mại là loại hình tổ chức kinh doanh thương mại hiện đại, đa chức năng, bao gồm tổ hợp các loại hình cửa 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 thương nhân và thoả mãn nhu cầu về hàng hoá, dịch vụ của khách hàng. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Yên Bái không còn Trung tâm thương mại nào hoạt động theo quyết định trên. Dự kiến tháng 5 năm 2017 thì Trung tâm thương mại, vui chơi, giải trí và nhà phố thương mại Shophouse thuộc Tập đoàn Vingroup tại Công viên Yên Hòa, phường Nguyễn Thái Học, Thành phố Yên Bái đi vào hoạt động.

7.4. Hệ thống kinh doanh xăng dầu

Đến 31 tháng 10 năm 2016, trên địa bàn tỉnh Yên Bái có 95 cửa hàng bán lẻ xăng dầu xăng dầu, so với năm 2010 tăng 14 cửa hàng, kinh doanh xăng dầu có sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế, trong đó doanh nghiệp nhà nước Công ty xăng dầu Yên Bái nắm giữ vai trò chủ đạo. Hệ thống cửa hàng xăng dầu đã phát triển trải đều đến hầu khắp các địa bàn kinh tế tập trung, các trục giao thông chính. Khối lượng xăng dầu tiêu thụ năm 2015 ước đạt 60 ngàn tấn (Công ty xăng dầu Yên Bái đạt 43 ngàn tấn chiếm 71,7%), tăng trưởng bình quân giai đoạn 2010-2015 đạt 12,79%/ năm (*kèm phụ biểu 3*)

Mạng lưới cửa hàng kinh doanh xăng dầu, trong giai đoạn vừa qua về cơ bản đã hình thành theo quy hoạch, cơ sở vật chất, điều kiện kinh doanh ngày càng hoàn thiện. Các doanh nghiệp chấp hành tốt các quy định của Nhà nước trong lĩnh vực kinh doanh xăng dầu, phục vụ kịp thời, đầy đủ nhu cầu xăng dầu trên địa bàn, kinh doanh của doanh nghiệp đã gắn với trách nhiệm bảo vệ môi trường.

7.5. Hệ thống kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG)

Khí dầu mỏ hoá lỏng cũng là mặt hàng kinh doanh có điều kiện, trong giai đoạn vừa qua, ngành hàng này phát triển tương đối nhanh, từ chỗ chỉ có một vài cơ sở kinh doanh trên địa bàn thành phố Yên Bái, đầu những năm 2000, đến ngày 31/10/2016, toàn tỉnh đã có 249 cửa hàng kinh doanh bán lẻ và ba cơ sở chiết nạp. Mạng lưới kinh doanh đã phát triển tới hầu hết các địa bàn có dân cư tập trung, đáp ứng nhu cầu chất đốt cho nhân dân. Khối lượng tiêu thụ năm 2015 đạt trên 6.000 tấn, chưa kể một khối lượng khá lớn bình gas “Du lịch” cung cấp cho các hộ và các cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống (*kèm phụ biểu 4*)

7.6. Hệ thống hạ tầng Logistics

Trong giai đoạn vừa qua, do sản xuất hàng hoá chưa phát triển đạt đến quy mô lớn và do địa hình địa lý chưa thật thuận lợi nên dịch vụ kho bãi chưa phát triển. Xét tính đồng bộ của mạng lưới giao thông thuỷ - bộ - sắt, hiện nay, Yên Bái đang thu hút đầu tư xây dựng trung tâm logistics hoặc cảng trung chuyển nội địa ICD tại khu vực xã Văn Phú, thành phố Yên Bái, một mặt đảm bảo kết nối hàng hoá tại các KCN Âu Lâu, KCN Phía Nam, KCN Minh Quân và các vệ tinh tập kết hàng để trung chuyển trên tuyến đường cao tốc Lào Cai - Nội Bài - Hải Phòng, mặt khác, kết nối hàng hoá theo tuyến đường sắt Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng, bên cạnh đó là cải tạo hệ thống giao thông đường thuỷ, vận tải hàng hoá tập kết về Cảng Việt Trì và vận chuyển đi Cảng Hải Phòng.

7.7. Hiện trạng cơ sở hạ tầng hội chợ triển lãm: Tỉnh Yên Bái hiện chưa có các trung tâm hội chợ triển lãm.

7.8. Hiện trạng phát triển thương mại điện tử

Căn cứ theo mục tiêu phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2011 - 2015 tại Quyết định số 1073/QĐ- TTg ngày 12 tháng 7 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ, căn cứ nhu cầu và thực trạng ứng dụng thương mại điện tử của tỉnh Yên Bái; Thực hiện Quyết định số 929/QĐ-UBND, ngày 29/6/2011 của Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái về việc phê duyệt kế hoạch Phát triển thương mại điện tử tỉnh Yên Bái giai đoạn 2011- 2015.

Trong giai đoạn 2011-2015, TMĐT trên địa bàn tỉnh Yên Bái đã có những bước phát triển, nhiều cơ quan, đơn vị, cá nhân đã tổ chức triển khai ứng dụng TMĐT ở nhiều quy mô và mức độ khác nhau. Hầu hết các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh đã có trang bị máy vi tính và ứng dụng thương mại điện tử cho mục đích kinh doanh như: kết nối internet, trao đổi thông tin, tìm kiếm thị trường, sử dụng phần mềm kế toán, sử dụng phần mềm quản lý, phần mềm kê khai thuế GTGT, phần mềm bán hàng, phần mềm hệ thống camera theo dõi giám sát trong hoạt động sản xuất kinh doanh (SXKD)... việc ứng dụng TMĐT đã đem lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp, thu thập được nhiều thông tin, giảm chi phí, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Kết quả đã đạt được một số mục tiêu, 100% lượt cán bộ quản lý nhà nước và doanh nghiệp biết đến lợi ích của thương mại điện tử và được cập nhật các kiến thức mới về TMĐT; Các doanh nghiệp tiến hành giao dịch thương mại điện tử loại hình doanh nghiệp với người tiêu dùng hoặc doanh nghiệp với doanh nghiệp, 100% doanh nghiệp sử dụng thư điện tử trong hoạt động giao dịch và trao đổi thông tin; 30% doanh nghiệp có trang thông tin điện tử, cập nhật định kỳ thông tin hoạt động và quảng bá sản phẩm của doanh nghiệp; 20% doanh nghiệp tham gia các website thương mại điện tử để mua bán các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ liên quan tới

hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp; 20% doanh nghiệp ứng dụng các phần mềm chuyên dụng trong hoạt động quản lý sản xuất và kinh doanh. Bước đầu hình thành các tiện ích hỗ trợ người tiêu dùng tham gia thương mại điện tử loại hình doanh nghiệp với người tiêu dùng, trong đó: 30% các siêu thị, trung tâm mua sắm và cơ sở phân phối hiện đại cho phép người tiêu dùng thanh toán không dùng tiền mặt khi mua hàng; 20% cơ sở kinh doanh phát triển các kênh giao dịch điện tử phục vụ người tiêu dùng.

Năm 2013 đã xây dựng và đưa vào vận hành Sàn Giao dịch thương mại điện tử Yên Bái tại địa chỉ www.sctyenbai.com. Hiện nay có 165 doanh nghiệp tham gia với 780 lượt sản phẩm được chào bán trên Sàn.

7.9. Liên kết giữa tỉnh Yên Bái với các tỉnh trong và ngoài vùng Trung du miền núi phía Bắc trong phát triển thương mại

Do nằm ở khu vực trung tâm, hệ thống giao thông đi các tỉnh trong vùng và ngoài vùng khá thuận lợi nhất là sau khi cao tốc Hà Nội - Lào Cai hoàn thành đi vào hoạt động đã tạo điều kiện thuận lợi cho giao thương hàng hóa giữa các doanh nghiệp, thương nhân tạo mối liên kết trong phát triển thương mại. Các luồng hàng ra, hàng vào tăng trưởng nhanh qua các năm. Việc liên kết trong cung ứng nguyên vật liệu, sản xuất và tiêu thụ sản phẩm giữa các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh được tăng cường.

8. Công tác quản lý nhà nước

8.1. Tình hình chung

Thực hiện nhất quán đường lối phát triển kinh tế theo cơ chế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa, những năm qua, công tác quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn không ngừng được củng cố, hoàn thiện về bộ máy tổ chức và chức năng nhiệm vụ. Trong đó đã có sự phân định rõ chức năng quản lý hành chính nhà nước về kinh tế, với chức năng quản lý sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, từng bước giảm dần cơ chế sở hữu, giao quyền tự chủ cho các doanh nghiệp, hoàn thành sớm chương trình cổ phần hoá doanh nghiệp thương mại Nhà nước...do vậy, đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có quyền tự quyết định trong sản xuất kinh doanh, đồng thời Nhà nước đã giảm đáng kể chi phí bao cấp về tài chính, tạo sự bình đẳng giữa các thành phần kinh tế, phù hợp với xu thế hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế, đây chính là bước chuyển biến cơ bản của công tác quản lý nhà nước trong lĩnh vực thương mại giai đoạn vừa qua.

8.2. Kết quả thực hiện

Trong giai đoạn 2011-2015, cơ quan quản lý nhà nước về thương mại đã tập trung triển khai thực hiện tốt chính sách phát triển thương mại trên địa bàn, tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh ra quyết định và tổ chức triển khai việc sắp xếp hệ

thông thương mại nhà nước, đến nay đã hoàn thành việc cổ phần hoá các doanh nghiệp thương mại, theo đề án Chính phủ phê duyệt cho giai đoạn đến 2016. Chủ trì, phối hợp với các ngành chức năng tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành các chính sách phát triển thương mại, đẩy mạnh xuất khẩu và thực hiện tốt chính sách thương mại miền núi.

- Công tác quy hoạch, kế hoạch định hướng phát triển ngành đã được quan tâm, đã trình tỉnh phê duyệt và đưa vào tổ chức thực hiện có hiệu quả các quy hoạch: Quy hoạch phát triển ngành Thương mại Yên Bái giai đoạn 2010 -2015 định hướng 2020; Quy hoạch phát triển mạng lưới cửa hàng kinh doanh xăng dầu trên địa bàn tỉnh đến năm 2015 định hướng 2020; Quy hoạch đầu tư phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, trung tâm thương mại trên địa bàn tỉnh đến năm 2015 và định hướng đến 2020; Quy hoạch mạng lưới kinh doanh khí đốt hoá lỏng (GAS) đến 2015, định hướng 2020; Quy hoạch khu cụm thương mại dịch vụ gắn với điểm giao cắt cao tốc Nội Bài Lào Cai. Hiện nay, Sở Công Thương đang thực hiện xây dựng điều chỉnh quy hoạch thương mại đến 2020, tầm nhìn 2030.

- Công tác xúc tiến thương mại có nhiều cố gắng, đã hỗ trợ có hiệu quả cho các doanh nghiệp trong việc tìm kiếm thị trường, ứng dụng công nghệ thông tin, xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu, áp dụng tiêu chuẩn chất lượng, đào tạo và đào tạo lại nguồn nhân lực... Bình quân hàng năm kinh phí XTTM hỗ trợ từ ngân sách đạt 2 tỷ đồng, các DN đã phối hợp bỏ kinh phí hàng chục tỷ đồng để tham gia.

- Công tác thanh kiểm tra, kiểm soát thị trường đã được quan tâm thực hiện và đạt kết quả cao, góp phần giảm thiểu các hành vi kinh doanh trái pháp luật, làm lành mạnh hoá thị trường, tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng, bảo vệ lợi ích người tiêu dùng. Xây dựng lực lượng Quản lý thị trường trong sạch vững mạnh, từng bước chính quy, có tổ chức chặt chẽ đáp ứng tốt nhiệm vụ trong giai đoạn cách mạng mới.

9. Đánh giá chung

9.1. Những kết quả đạt được

Trên cơ sở không ngừng nâng cao năng lực kinh doanh, đáp ứng đầy đủ, kịp thời nhu cầu vật tư- hàng hóa cho các ngành sản xuất và cho nhu cầu tiêu dùng trên địa bàn, chịu sự tác động 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. Hiệu lực quản lý nhà nước về thương mại được nâng cao, qua đó đã góp phần thu hút đầu tư, thúc đẩy sản xuất và lưu thông hàng hóa. Công tác quản lý thị trường được củng cố tăng cường, tập trung vào nhiệm vụ chống buôn lậu, gian lận thương mại, sản xuất và kinh doanh hàng giả, hàng kém

phẩm chất, mà chủ yếu là chống hàng hoá nhập lậu từ Trung Quốc và buôn bán vận chuyển lâm sản trái phép, làm lành mạnh thị trường lưu thông hàng hoá, bảo vệ lợi ích hợp pháp, chính đáng của các cơ sở sản xuất kinh doanh và của người tiêu dùng.

- Thương mại nội tỉnh phát triển nhanh về số lượng, đa dạng về ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh, với sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế. Bước đầu huy động được tiềm lực về vốn, trình độ quản lý, kỹ thuật vào lưu thông hàng hoá làm cho thị trường phát triển sôi động, khối lượng hàng hoá lưu thông tăng liên tục với tốc độ khá nhanh, mặt hàng ngày càng phong phú đa dạng, chất lượng từng bước được đổi mới nâng cao.

- Mạng lưới dịch vụ phân phối phát triển cả chiều rộng lẫn chiều sâu, cơ sở vật chất từng bước được cải tạo, đầu tư xây dựng mới. Các mô hình kinh doanh được tổ chức theo hướng văn minh, hiện đại như siêu thị, cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng tự chọn, chợ đầu mối... bước đầu được xây dựng và có chiều hướng phát triển tốt ở các thành phố và thị xã.

- Hoạt động xuất nhập khẩu cũng đạt được kết quả khả quan, đảm bảo thị trường đầu ra, cung ứng kịp thời vật tư máy móc, góp phần thúc đẩy sản xuất phát triển, bước đầu khai thác lợi thế của địa phương, cơ cấu hàng hoá được mở rộng, chất lượng hàng hoá xuất khẩu đã có sự chuyên dịch từ sản phẩm thô sang chế biến, tạo dựng được uy tín đối với khách hàng và thị trường. Kim ngạch xuất khẩu tăng khá, mặt hàng xuất khẩu đa dạng, tỷ lệ hàng xuất khẩu qua chế biến công nghiệp tăng nhanh. Nhiều doanh nghiệp FDI có tỷ lệ xuất khẩu đạt 100% như may mặc, đá xây dựng... Các doanh nghiệp có vốn đầu tư trong nước cũng rất quan tâm đến việc đầu tư đổi mới công nghệ, tuy vốn đầu tư không lớn so với các doanh nghiệp FDI nhưng sản xuất của khối doanh nghiệp này cũng đã có những chuyển biến tích cực, sản phẩm của doanh nghiệp đã được xuất khẩu ra thị trường nước ngoài và ngày càng phát triển ổn định như: Công ty CP Lâm Nông sản Thực phẩm Yên Bái, Công ty CP Mông Sơn, Công ty CP Yên Thành, Công ty CP Nhựa và Khoáng sản An Phát,... Thị trường từng bước được mở rộng sang các nước thuộc EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc.

- Nhập khẩu về cơ bản đã phục vụ có hiệu quả cho việc phát triển sản xuất và đổi mới công nghệ, thúc đẩy nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của hàng hóa, đáp ứng nhu cầu cấp thiết của đời sống. Thị trường nhập khẩu cũng được mở rộng không chỉ tập trung ở Trung Quốc như giai đoạn trước.

9.2. Một số tồn tại, hạn chế

a. Về hoạt động thương mại

Tuy đạt được những kết quả nhất định, nhưng nhìn chung, trình độ phát triển thương mại của địa phương còn nhiều bất cập trước những đòi hỏi của việc hình

thành một thị trường lưu thông hàng hoá, dịch vụ theo hướng văn minh tiện lợi và những yêu cầu của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, những tồn tại cơ bản là:

- Thương mại nội tỉnh chưa thiết lập được mối liên kết bền chặt giữa các cơ sở sản xuất với các nhà kinh doanh và giữa các nhà kinh doanh với nhau, để hình thành hệ thống phân phối ổn định, giảm chi phí trong khâu lưu thông, tạo điều kiện thúc đẩy sản xuất phát triển và hướng dẫn tiêu dùng, nhất là thị trường vùng nông thôn, vùng cao. Việc tổ chức mạng lưới cung ứng vật tư gắn với thu mua, tiêu thụ nông sản nguyên liệu còn rất kém, giá cả còn bất lợi cho người sản xuất.

- Chất lượng một số hàng hoá, dịch vụ và công tác vệ sinh an toàn thực phẩm, văn minh thương mại còn thấp; buôn lậu, gian lận thương mại và buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng còn diễn biến phức tạp, tình trạng kinh doanh thương mại trên hè phố, dưới lòng đường gây cản trở và vi phạm luật an toàn giao thông, làm mất mỹ quan đô thị chưa có giải pháp khắc phục triệt để; một số ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh có ảnh hưởng lớn tới môi trường và đời sống của các cụm dân cư nhưng chưa được sắp xếp, quy hoạch như kinh doanh phế liệu, phế thải, sản xuất sửa chữa cơ khí nhỏ, kinh doanh giết mổ gia súc gia cầm...

- Các doanh nghiệp kinh doanh thương mại vẫn chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ, có mức vốn thấp, tầm hoạt động hạn chế, còn gặp khó khăn trong xây dựng hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ...thành phần Thương mại Nhà nước trong thời gian qua hoạt động kém hiệu quả, cơ sở vật chất chậm được đầu tư đổi mới, không thực hiện được vai trò tổ chức, định hướng sản xuất và phát triển thị trường.

- Quản lý Nhà nước về thương mại: công tác dự báo thị trường còn yếu, nhất là vấn đề xử lý, dự báo thông tin thị trường xuất khẩu, hoạt động xúc tiến thương mại đã được quan tâm, nhưng chưa đáp ứng được yêu cầu.

- Chất lượng nguồn nhân lực trong cả ba lĩnh vực: quản lý Nhà nước, kinh doanh nội địa, kinh doanh xuất nhập khẩu còn nhiều bất cập, chưa tương xứng với yêu cầu của quá trình đổi mới và hội nhập thị trường Quốc tế.

- Các kênh, luồng hàng hóa vào, ra trên địa bàn tỉnh còn manh mún, nhỏ lẻ, nặng tính thời vụ, tích lũy dự phòng thấp, trong đó, 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 nhu cầu sản xuất và tiêu dùng tại chỗ, do vậy quy mô cũng không lớn.

- Rất ít Doanh nghiệp thương mại địa phương hình thành được kênh lưu thông dưới hình thức “chuỗi” các cửa hàng bán lẻ và các dịch vụ hậu cần thương mại (dịch vụ logistics) cũng chưa có điều kiện phát triển, do vậy khả năng cạnh tranh và nắm giữ thị phần .

- Hệ thống cơ sở vật chất- kỹ thuật thương mại còn yếu kém, thể hiện giá trị vốn đầu tư cho thương mại chiếm tỷ trọng thấp trong tổng vốn đầu tư của toàn bộ nền kinh tế (chiếm 14,83% năm 2007), cơ sở vật chất của hệ thống chợ, công trình phụ trợ và định vụ liên quan chưa đáp ứng được yêu cầu văn minh thương mại .

b. Về xuất, nhập khẩu

- Hoạt động xuất nhập khẩu còn nhiều hạn chế, quy mô hàng xuất khẩu nhỏ, năng lực cạnh tranh thấp do giá thành cao và chất lượng sản phẩm không đồng nhất.

- Kim ngạch tăng trưởng tăng không đều giữa các thành phần kinh tế, các dự án có vốn đầu tư nước ngoài có tốc độ tăng trưởng cao cùng với việc tăng các dự án đầu tư nước ngoài trên địa bàn; các doanh nghiệp địa phương kinh doanh xuất khẩu không ổn định và tốc độ tăng trưởng thấp. Trong số sản phẩm xuất khẩu, hàng gia công còn chiếm tỷ lệ lớn, tỷ lệ nội địa hóa và giá trị gia tăng của sản phẩm xuất khẩu thấp.

- Xuất khẩu nông sản của các doanh nghiệp địa phương chủ yếu ở dạng thô mới qua sơ chế và hầu hết sản phẩm xuất khẩu có tần suất rủi ro cao.

- Một số thị trường truyền thống như Nga, Ấn Độ, Nhật Bản, Đài Loan không ổn định và có dấu hiệu đang dần bị thu hẹp hoặc dừng xuất khẩu. Thị trường xuất khẩu chính vẫn là thị trường Trung Quốc. Chưa khai thác được thị trường ưu đãi như AEC, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU. Nhiều mặt hàng chỉ có một thị trường xuất khẩu, bị ép giá, gây thiệt hại cho các doanh nghiệp xuất khẩu, rủi ro cao khi có biến động về thị trường, thay đổi về chính sách thương mại giữa các quốc gia. Cơ cấu hàng xuất khẩu mặc dù đã có sự chuyển dịch nhưng vẫn còn chậm, tỷ trọng hàng chưa chế biến hoặc mới qua sơ chế còn lớn. Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, sản phẩm còn thấp. Chưa có những mặt hàng xuất khẩu có thương hiệu riêng.

- Hoạt động XTTM, tìm kiếm thị trường chưa được doanh nghiệp thực sự quan tâm và đầu tư đúng mức. Công tác hỗ trợ XTTM của cơ quan QLNN vẫn còn hạn chế. Nhiều mặt hàng chưa phát triển thêm được thị trường mới.

- Hạn chế cơ bản của hoạt động nhập khẩu trên địa bàn tỉnh là chúng ta vẫn nhập khẩu chủ yếu từ thị trường Trung Quốc qua đường tiểu ngạch, chưa quản lý chặt chẽ được hàng hoá nhập lậu từ thị trường Trung Quốc.

9.3. Nguyên nhân của những tồn tại, hạn chế

Những hạn chế, yếu kém trên do nhiều nguyên nhân, trong đó nguyên nhân khách quan là những biến động phức tạp của kinh tế, chính trị thế giới, của cuộc khủng hoảng tài chính, biến động kinh tế thế giới và trong nước, cùng với những hạn chế, yếu kém vốn có của địa phương như vị trí địa kinh tế không mấy thuận lợi,

nằm sâu trong nội địa, không có cửa khẩu, cơ sở hạ tầng chưa đồng bộ... đã ảnh hưởng không nhỏ đến việc thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ đã đề ra. Mặt khác, quá trình chuyển đổi về cơ chế, xu thế hội nhập kinh tế tuy đã tạo ra nhiều kết quả tích cực nhưng cũng tạo ra những khó khăn nhất định trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Trong giai đoạn quá độ, khi cơ chế cũ được gỡ bỏ thì cơ chế mới hình thành chưa hoàn chỉnh, việc tham gia ô ạt của các doanh nghiệp nước ngoài vào hệ thống phân phối trong nước gây nhiều khó khăn cho hoạt động của các doanh nghiệp Nhà nước và các hộ kinh doanh nhỏ lẻ và đặc biệt khó khăn trong công tác quản lý.

Bên cạnh những nguyên nhân khách quan, sự hạn chế trong phát triển thương mại của tỉnh Yên Bái cũng bắt nguồn từ những nguyên nhân chủ quan do nhận thức của cán bộ, công chức, viên chức ở một số nơi còn chưa đầy đủ, thiếu vận dụng sáng tạo vào điều kiện cụ thể của địa phương; còn xem nhẹ vai trò của thương mại nội địa, xuất, nhập khẩu với sự phát triển kinh tế; việc lãnh đạo, chỉ đạo tổ chức thực hiện chưa được thường xuyên, thiếu quyết liệt. Tổ chức bộ máy, chất lượng công tác quản lý nhà nước về thương mại còn nhiều bất cập; sự phối hợp giữa các sở, ban, ngành chức năng thiếu chặt chẽ; đầu tư của nhà nước cho phát triển thương mại còn rất hạn chế.

Một số cơ chế, chính sách về thương mại đặc biệt là thương mại nông thôn, miền núi ban hành chưa hiệu quả, thiếu tính khả thi, chậm được sửa đổi; thiếu cơ chế, chính sách đủ mạnh để thu hút mạnh mẽ các nguồn lực xã hội, nhất là doanh nghiệp đầu tư cho hạ tầng thương mại; cơ cấu đầu tư có nơi chưa hợp lý, nhiều chương trình, dự án còn chông chéo, khó lồng ghép dẫn đến phân tán nguồn lực, kém hiệu quả. Các chính sách phát triển kinh tế trên địa bàn tỉnh giai đoạn vừa qua chủ yếu vẫn tập trung vào lĩnh vực sản xuất, nhất là sản xuất nông lâm nghiệp, công nghiệp, mà chưa chú trọng nhiều đến chính sách thương mại; các doanh nghiệp thương mại Nhà nước sau chuyển đổi chưa khẳng định được vai trò nắm bán buôn, chi phối bán lẻ trong cơ chế thị trường, chưa gắn được mục tiêu phát triển thương mại với nhiệm vụ định hướng phát triển sản xuất, hướng dẫn tiêu dùng trên địa bàn tỉnh.

9.4. Bài học kinh nghiệm

Công tác tổ chức thị trường phải được phát triển và quan tâm ở cả tầm vĩ mô và vi mô, cần khắc phục đồng thời hai biểu hiện “ỷ lại vào nhà nước” và “phó mặc cho doanh nghiệp”.

Trong điều kiện sản phẩm xuất khẩu của các doanh nghiệp trong nước phải cạnh tranh gay gắt với nhiều sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực thì việc tìm kiếm thị trường, phát triển thị phần là một vấn đề hết sức khó khăn, việc nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm thông qua việc nghiên cứu giảm giá

thành sản phẩm, thay đổi mẫu mã, tăng cường công tác quảng bá sản phẩm, xây dựng thương hiệu... là những nội dung mà các doanh nghiệp phải tập trung thực hiện để bảo đảm sự tồn tại và phát triển.

Chất lượng hàng xuất khẩu là yếu tố quan trọng giúp sản phẩm của doanh nghiệp có thể tiếp tục duy trì và phát triển thị phần ngay trong thị phần nội địa và trên thị trường thế giới. Không ngừng cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng sản phẩm đòi hỏi các doanh nghiệp phải tính toán, cân nhắc trước khi quyết định việc đầu tư; hoạt động đầu tư chỉ thực sự đem lại hiệu quả thông qua việc giá thành hạ, khối lượng sản phẩm tăng và đặc biệt là không ngừng gia tăng giá trị sản phẩm xuất khẩu và kim ngạch tăng trưởng ổn định.

Cần chú trọng xuất khẩu hàng nông sản đã qua chế biến, vì hàng nông sản sơ chế giá xuất khẩu rất bấp bênh, lên xuống thất thường, không chỉ gây thiệt hại cho người sản xuất, doanh nghiệp xuất khẩu mà còn tổn hại đến nền kinh tế.

III. ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH THỰC HIỆN QUY HOẠCH GIAI ĐOẠN 2011 - 2015

1. Về các chỉ tiêu chủ yếu. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và Kim ngạch xuất khẩu đến năm 2015 đều đạt vượt mức quy hoạch đặt ra, Cụ thể theo bảng sau:

Chỉ tiêu \ Năm	2010	2015	2020	Nhịp độ tăng (%)	
				2011 - 2015	2016 - 2020
QH GRDP thương mại, DV (tỷ đồng)	640	1.450	3.218	17,85	17,2
TH GRDP thương mại, DV (tỷ đồng)	781,1	1.597,6		15,39	
Quy hoạch TMBLHH (tỷ. đồng)	4.500	8.700	17.500	14,10	15,0
Thực hiện TMBLHH (tỷ. đồng)	4.301	9.667,6		17,58	
Quy hoạch KNXK (tr.USD)	20	45	80	17,60	12,20
Thực hiện KNXK (tr.USD)	29,332	68,176		18,35	

2. Về phát triển hạ tầng thương mại:

2.1. Quy hoạch các Trung tâm thương mại: Theo quy hoạch trước, đến năm 2020 quy hoạch 12 trung tâm thương mại ở thành phố và các thị trấn huyện, Thị xã, tuy nhiên đến 2015 chưa có TTTM nào được đầu tư.

2.2. Quy hoạch Siêu thị: Giai đoạn trước quy hoạch chưa cụ thể, chỉ nói chung phát triển các siêu thị tại thành phố, thị xã, một số thị trấn huyện lỵ, tuy nhiên việc thực hiện không đạt, chỉ có 1 siêu thị Anh Mỹ ở Thành phố.

2.3. *Quy hoạch các cụm thương mại dịch vụ*: Quy hoạch trước bố trí 7 cụm, trong đó có 4 cụm ở các nút giao với cao tốc Nội Bài - Lào Cai, song đến hết 2015 không có cụm nào được đầu tư.

2.4. *Quy hoạch Trung tâm logistic, Kho cảng cạn*: Quy hoạch giai đoạn trước không đề cập cụ thể về các trung tâm Logistic, chỉ quy hoạch chung về hệ thống kho đầu mối.

2.5. *Quy hoạch mạng lưới chợ*: Theo quy hoạch cũ số chợ đến 2015 là 135 chợ, định hướng đến 2020 là 158 chợ. Tuy nhiên đến 2015 mới thực hiện 104 chợ.

2.6. *Về quy hoạch mạng lưới xăng dầu, ga*: Theo quy hoạch trước, đến năm 2015 có 111 cửa hàng xăng dầu, đến 2020 có 130 cửa hàng. Thực hiện đến hết 2015 có 95 cửa hàng. Về Quy hoạch kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng, không quy hoạch cụ thể, chỉ quy định mỗi xã phường thị trấn có tối thiểu 1 cửa hàng, thực hiện đến nay có 249 cửa hàng kinh doanh bán lẻ, tập trung chủ yếu ở thành phố thị xã, thị trấn, một số xã vùng thấp.

2.7. *Hệ thống Trung tâm hội chợ triển lãm*: Giai đoạn quy hoạch trước không đề cập đến.

IV. PHÂN TÍCH, DỰ BÁO XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN

1. Bối cảnh quốc tế và trong nước

1.1. Bối cảnh quốc tế

Giai đoạn 2014 - nay, tình hình thế giới diễn biến vô cùng phức tạp, bên cạnh khu vực tương đối ổn định như châu Úc và châu Mỹ mà nổi bật là sự kiện Mỹ và Cu Ba nối lại quan hệ ngoại giao, thì nhiều khu vực còn tiềm ẩn nhiều yếu tố rủi ro và bất ổn, xung đột và chiến sự, khủng bố và nguy cơ khủng bố đe dọa nhiều khu vực của thế giới. Việc Trung Quốc liên tục phá giá đồng nhân dân tệ đã ảnh hưởng không nhỏ đến sự ổn định của thương mại quốc tế và kéo theo những điều chỉnh về chính sách tỷ giá của các nước.

Tại khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, tình hình căng thẳng gia tăng trên biển Hoa Đông và Biển Đông. Việc Trung Quốc tuyên bố chủ quyền đối với những vùng biển đặc quyền kinh tế của Việt Nam, Phi-lip-pin,... đã tạo ra làn sóng phản đối mạnh mẽ của cộng đồng quốc tế cũng như trong khu vực; việc Trung Quốc lôi kéo các đồng minh là thành viên của ASEAN đã tạo những bất đồng, việc không tìm được tiếng nói chung đang tiềm ẩn chia rẽ trong nội khối ASEAN. Tình hình chính trị tại một số nước như Thái Lan, Mi-an-ma và Căm-pu-chia còn có những bất ổn. Đáng lưu ý, tại Căm-pu-chia, Đảng Đối Lập (CNRP) tiếp tục các hoạt động chống đối Chính Phủ.

Tại khu vực Châu Âu, cuộc khủng hoảng người di cư đã gây chia rẽ trong nội khối, các nước châu Âu buộc phải có những chính sách riêng để ứng phó với tình hình bất ổn an ninh - chính trị do ảnh hưởng của làn sóng di cư mạnh mẽ. Cuộc chiến Nga - Ucraina cùng lệnh “trừng phạt kinh tế” gây nhiều thiệt hại kinh tế giữa hai đối trọng Nga và các nước phương Tây chưa có điểm dừng. Việc cử tri Anh ủng hộ việc nước Anh rời EU (Brexit) một lần nữa làm một đòn giáng mạnh đến mối liên kết của liên minh châu Âu EU, gây tiền đề xấu và ảnh hưởng mạnh mẽ đến chính sách phát triển nội khối.

Tại khu vực Châu Phi, tình hình an ninh, trật tự xã hội tại Nigeria chưa có dấu hiệu bình ổn, hoạt động khủng bố tiếp tục gia tăng tại các bang Đông Bắc Nigeria. Bất ổn vẫn tiếp tục diễn biến phức tạp tại khu vực Trung Phi, Xu-đăng, Nam Xu-đăng,...

Tại khu vực Trung Đông - Bắc Phi, mặc dù Iran và Nhóm P5+1 đã đạt được thỏa thuận khung về chương trình hạt nhân, theo đó, Iran sẽ được gỡ bỏ một phần lệnh cấm vận kinh tế và được tiếp tục phát triển chương trình hạt nhân hòa bình. Tuy nhiên, sự ra đời của nhà nước Hồi giáo tự xưng IS, cùng các cuộc nội chiến tại Sy-ri-a, Ly-bi-a, Tuy-ni-di... và tiến trình hòa bình Trung Đông còn nhiều chông gai tiếp tục làm bức tranh xã hội tại khu vực không mấy sáng sủa.

Trong bối cảnh tình hình chính trị - xã hội phức tạp, nền kinh tế thế giới trải qua nhiều biến động, tồn tại cả những yếu tố bất lợi và thuận lợi:

- Báo cáo về tình hình kinh tế thế giới của Ngân hàng Thế giới WB cho thấy, giá hàng hóa Quốc tế năm 2015 đã giảm hơn 20% so với năm 2014, tỷ lệ lạm phát toàn cầu ở mức thấp nhất kể từ năm 2009 đến nay, giá dầu sụt giảm gần 60% trong năm 2015 và tiếp tục giảm sâu xuống mức thấp nhất trong vòng 12 năm qua (dưới mức 30 USD/thùng) và dự báo sẽ còn tiếp tục hạ do nguồn cung tiếp tục gia tăng.

- Nền kinh tế thế giới cho thấy có dấu hiệu phục hồi nhưng còn chậm. Các đầu tàu kinh tế thế giới như Hoa Kỳ, Châu Âu phục hồi nhưng chưa ổn định. Một số khu vực có mức tăng trưởng khả quan như khu vực Nam Á tiếp tục giữ mức tăng trưởng khoảng 7%, Trung Quốc 6,9%, Hoa Kỳ 2%, khu vực sử dụng đồng Euro có sự phục hồi nhẹ ở mức 1,6%, Nhật Bản tăng trưởng thấp hơn kỳ vọng (1%), các nước Trung Đông - Bắc Phi tăng trưởng mức 2,9%, Châu Phi 3,7%. Trong khi đó một số nước khác chưa thấy có dấu hiệu khả quan như: Braxin lún sâu vào khủng hoảng chính trị và kinh tế (giảm 0,9%), Nga giảm 4,3% do tác động của các biện pháp trừng phạt của phương Tây và giá dầu giảm sút, kinh tế khu vực Mỹ Latin và Caribe đã giảm 0,4%.

- Trong bức tranh kinh tế thế giới 2015 có một số điểm sáng đáng chú ý đó là: cuộc giải cứu thành công khủng hoảng nợ tại Hy Lạp và hội nhập kinh tế quốc tế diễn ra hết sức mạnh mẽ. Năm 2015 ghi dấu của hợp tác và hội nhập khu vực, nổi

bật nhất là việc 12 nền kinh tế khu vực Châu Á - Thái Bình Dương hoàn tất tiến trình đàm phán Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), mở ra cục diện mới trong hợp tác ở khu vực kinh tế phát triển năng động nhất thế giới này. Bên cạnh đó, việc cộng đồng kinh tế ASEAN được hình thành ngày 31 tháng 12 năm 2015 cũng đánh dấu bước tiến mới trong quá trình liên kết và hội nhập.

1.2. Tình hình kinh tế trong nước

Trong bối cảnh quốc tế khó khăn, thách thức lớn, dưới sự lãnh đạo của Đảng, Chính phủ đã triển khai quyết liệt, đồng bộ, có trọng tâm, trọng điểm các giải pháp thực hiện nhiệm vụ năm 2015, năm 2016, tầm nhìn 2020 theo Nghị quyết của Quốc hội. Với sự nỗ lực phấn đấu của cả hệ thống chính trị, nhân dân cả nước và cộng đồng các doanh nghiệp, kinh tế - xã hội nước ta thời gian qua tiếp tục chuyển biến tích cực, kinh tế vĩ mô ổn định, lạm phát được kiểm soát, tốc độ tăng giá tiêu dùng đã giảm rõ rệt, cả năm 2015 tăng dưới 5%, tỷ giá, thị trường ngoại hối ổn định, dự trữ ngoại tệ tăng. Thể chế thị trường định hướng XHCN từng bước được hoàn chỉnh và do đó ngày càng phát huy khả năng tự điều chỉnh của thị trường kết hợp với sự điều tiết vĩ mô hợp lý của nhà nước, làm cho thị trường trở thành tín hiệu tin cậy có tác dụng định hướng và quyết định sự phát triển của sản xuất và tiêu dùng.

Năm 2015 cũng là mốc đánh dấu thành công lớn trong công tác hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Chúng ta đã kết thúc đàm phán 04 Hiệp định thương mại tự do với EU, Hàn Quốc, Liên minh kinh tế Á - Âu và đặc biệt, sau hơn 05 năm đàm phán tích cực, hiệp định thương mại giữa 12 thành viên châu Á - Thái Bình Dương, trong đó có Việt Nam đã chính thức ký kết ngày 04/02/2016. Các FTA vừa được ký kết được dự báo sẽ hỗ trợ tích cực cho sự phát triển kinh tế của Việt Nam do đặc điểm cơ cấu kinh tế giữa Việt Nam với các nước này bổ trợ cho nhau.

Về dân số: giai đoạn 2011- 2020, tốc độ tăng số bình quân hàng năm của Việt Nam là 1,18%, khu vực đô thị chiếm 35,15%, như vậy phát triển thương mại cần phải chú trọng phát triển mạnh ở thị trường nông thôn. Mặt khác, hiện nước ta có cơ cấu dân số trẻ, năng động, có học vấn, ưa thích mua sắm hàng hóa trong các siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện ích là một ưu thế để phát triển nhanh các cơ sở kinh doanh thương mại hiện đại.

Về tăng trưởng kinh tế: dự báo tốc độ tăng trưởng GDP bình quân hàng năm giai đoạn 2015- 2020 đạt 7,5- 8%. Tổng GDP và GDP bình quân đầu người là những căn cứ quan trọng để tính toán Quỹ tiêu dùng cuối cùng và Tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ.

Về đầu tư xã hội: tổng vốn đầu tư 5 năm 2016-2020 dự kiến đạt 500 ngàn tỷ đồng. Trạng thái đầu tư xã hội ảnh hưởng đến hoạt động thương mại trong nước theo xu hướng nếu đầu tư xã hội tăng cao, về ngắn hạn, làm giảm tương đối mức

tiêu dùng của dân cư đối với nhóm hàng hóa tiêu dùng, nhưng lại làm tăng khả năng tiêu thụ các hàng hóa là tư liệu sản xuất và nguyên vật liệu xây dựng, về dài hạn, đầu tư tạo ra nhiều việc làm mới, tạo ra khối lượng hàng hóa lớn, là cơ sở để mở rộng lưu thông, trong trường hợp đầu tư xã hội giảm thì hiệu ứng sẽ có tác động ngược chiều với xu hướng trên.

Về tiêu dùng của dân cư: hiện nay, Quỹ tiêu dùng cuối cùng so với GDP của Việt Nam vào khoảng 70%, thuộc loại cao so với các nước trong khu vực (Singapore 55,9%; Malaysia 58,2%; Thái Lan 67,7%...), dự báo tỷ lệ này tiếp tục giữ ở khoảng 70% cho suốt thời kỳ quy hoạch. Đến năm 2020, quỹ tiêu dùng cuối cùng có quy mô khoảng 840- 860 ngàn tỷ đồng, chi tiêu bình quân của cả nước đạt 657,7 ngàn đồng/người/tháng, trong đó khu vực thành thị đạt 1.054,7 ngàn đồng/người/tháng, khu vực nông thôn đạt 537,4 ngàn đồng/người/tháng. Sự gia tăng khả năng chi tiêu của người dân, chênh lệch giữa các vùng, miền là những căn cứ quan trọng để doanh nghiệp xây dựng chiến lược kinh doanh, phát triển kết cấu hạ tầng thương mại phù hợp.

Theo cam kết khi gia nhập tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Việt Nam đã mở cửa thị trường đối với dịch vụ phân phối, cho phép các doanh nghiệp nước ngoài vào hoạt động. Do đó một xu thế sẽ tiếp tục diễn ra là việc các nhà bán lẻ trong nước sẽ phải cạnh tranh quyết liệt với các nhà bán lẻ nước ngoài, giai đoạn đầu sẽ tập trung sự cạnh tranh ở thị trường đô thị lớn, nơi có sức mua cao, hệ quả là các doanh nghiệp bán lẻ trong nước muốn tồn tại, phát triển buộc phải quan tâm đầu tư ra các thị trường ít hấp dẫn hơn để củng cố thị phần. Như vậy sẽ có một dòng đầu tư để hình thành hệ thống phân phối từ các doanh nghiệp bán lẻ trong nước về các địa phương dưới nhiều hình thức như đầu tư trực tiếp, nhượng quyền thương mại, đại lý... dẫn đến các doanh nghiệp thương mại địa phương như Yên Bái vừa phải cạnh tranh, vừa có cơ hội hợp tác, liên kết để phát triển, các loại hình kinh doanh thương mại truyền thống vẫn chiếm vị trí quan trọng và tồn tại lâu dài cùng với thương mại hiện đại.

2. Triển vọng kinh tế trong nước và thế giới giai đoạn 2016 - 2020

2.1. Kinh tế thế giới

Báo cáo của Liên Hiệp Quốc chỉ rõ tuy kinh tế thế giới đối mặt với khó khăn như: bất ổn định của kinh tế vĩ mô; giá hàng hoá khối lượng lớn sụt giảm và thương mại có dấu hiệu suy thoái; sự biến động tỷ giá; đầu tư sản xuất tăng trưởng trì trệ nhưng giá nhiên liệu giảm, sự nỗ lực, chủ động của các Chính phủ trong những năm tới kỳ vọng sẽ góp phần làm cho nền kinh tế thế giới tiếp tục tăng trở lại, dự báo tăng trưởng năm 2016 đạt 2,9%, năm 2017 đạt 3,2%; thương mại toàn cầu tăng 3,8% năm 2016 và 4,3% năm 2017.

Theo Ngân hàng Thế giới (WB), trong năm 2016, mức tăng trưởng trung bình tại khu vực châu Phi là 4,2%, Trung Đông - Bắc Phi là 5,2%, Đông Á - Thái Bình Dương là 6,2%, khu vực Nam Á tiếp tục tăng trưởng mạnh nhất khoảng 7,5%, khu vực Mỹ La Tinh - Ca-ri-bê khoảng 2,3%.

Đối với các đối tác nhập khẩu lớn của Yên Bái, dự báo kinh tế đều tăng trưởng, cơ cấu hàng hoá trao đổi trên thế giới sẽ tiếp tục chuyển biến theo hướng giảm tỷ trọng giá trị các sản phẩm sơ chế, tỷ trọng các sản phẩm công nghiệp chế biến, đặc biệt là các sản phẩm có chứa hàm lượng chất xám cao. Các phương thức kinh doanh mới trong đó có thương mại điện tử sẽ ngày càng phát triển. Xu hướng toàn cầu hóa, khu vực hóa sẽ tạo thuận lợi việc mở rộng thị trường, tiêu thụ hàng hóa với thuế suất thấp. Cụ thể dự báo tình hình kinh tế một số thị trường:

- Trung Quốc được OECD và IMF dự báo sẽ tăng trưởng ở mức đạt 6,5% trong năm 2016. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc đã có những bước phát triển nhanh chóng trong những năm qua.

- Nhật Bản là một trong những cường quốc kinh tế hàng đầu thế giới, có tiềm lực kinh tế mạnh, nhiều kinh nghiệm quản lý kinh tế, có công nghệ hiện đại và công nghệ nguồn nhưng do thiếu nguyên liệu nên hàng năm phải nhập khẩu khoảng 300-400 tỷ USD nguyên, nhiên liệu.

- Hàn Quốc là một nước có nền thương mại phát triển với kim ngạch nhập khẩu hàng năm lên tới 140-150 tỷ USD.

- Thị trường chung AEC:

Đến nay ASEAN gồm 11 nước, có dân số khoảng 500 triệu người, tổng kim ngạch ngoại thương là 720 tỷ USD. Các nước ASEAN chiếm từ 20-25% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với kim ngạch xuất nhập khẩu tăng lên liên tục trong những năm qua, mặc dù phải gánh chịu hậu quả của cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ Châu Á.

- Kinh tế châu Âu được dự báo vẫn tiếp tục tăng trưởng ở ngưỡng khoảng 1,9%. Thị trường EU vẫn tiếp tục là một trong 3 trung tâm tiêu thụ hàng hóa lớn của thế giới và có trình độ kỹ thuật công nghệ cao.

- Kinh tế Mỹ được dự báo tăng trưởng giao động trong ngưỡng 2,3-2,5%. Quan hệ thương mại Việt-Mỹ đã tăng lên đáng kể từ khi bình thường hóa quan hệ ngoại giao.

Tuy vậy, một thách thức lớn cũng đang đặt ra đối với nền kinh tế toàn cầu đó là suy thoái môi trường, biến đổi khí hậu; cuộc khủng hoảng di cư ở châu Âu vẫn chưa được giải quyết triệt để và đang là một trong những yếu tố đe dọa kinh tế khu vực và thế giới khi tạo ra áp lực đối với việc mở cửa biên giới và sự luân chuyển

người lao động. Trong bối cảnh giá dầu sụt giảm mạnh đòi hỏi các nước sản xuất dầu tái cấu trúc nền kinh tế, đặc biệt là nền kinh tế của các nước phụ thuộc vào nguồn thu từ xuất khẩu dầu khí; việc Trung Quốc có tiếp tục phá giá đồng nhân dân tệ nữa hay không cũng sẽ là một trong những nhân tố đe dọa sự phát triển ổn định của thương mại quốc tế và nguy cơ tiềm ẩn hiệu ứng suy thoái Domino lần nữa.

2.2. Thị trường trong nước

Thị trường Vùng Đông Nam bộ: Gồm thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Bình Phước, Bà Rịa-Vũng Tàu, Ninh Thuận, Bình Thuận, Lâm Đồng. Đông Nam bộ là vùng tập trung dân cư lớn có mức thu nhập bình quân cao, là nơi tập trung nhiều ngành sản xuất, nên có nhu cầu tiêu dùng hàng cao cấp, hàng nông sản thực phẩm nhiều và đây còn là thị trường có nhu cầu lớn về hàng hóa, tư liệu sản xuất khá đa dạng và phong phú.

Trong những năm tới Đông Nam bộ vẫn là vùng phát triển năng động nhất của cả nước, với hạt nhân là tam giác kinh tế trọng điểm phía Nam bao gồm: thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai và Bà Rịa-Vũng Tàu. Tại đây sẽ phát triển các trung tâm công nghiệp, khoa học, dịch vụ (thương mại, viễn thông, tài chính, ngân hàng)... với các ngành có thể mạnh như điện tử, cơ khí, vật liệu xây dựng..., các ngành công nghiệp nhẹ (may mặc, giày dép, hàng nhựa...), công nghiệp chế biến lương thực, thực phẩm, thủy sản...

Thị trường vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) Nằm ở cực Nam của Tổ quốc, là vùng châu thổ lớn nhất nước ta, có diện tích tự nhiên 39.369,4 km², bằng 11,9% diện tích cả nước. ĐBSCL đã và đang phát triển thành vùng lương thực, thực phẩm, thủy hải sản và trái cây các loại lớn nhất cả nước, trên cơ sở lựa chọn cơ cấu cây trồng, cơ cấu mùa vụ thích hợp với điều kiện tự nhiên của vùng.

Khu vực Đồng bằng Sông Hồng: Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng ĐBSH được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 23/5/2013 tại Quyết định số 795/QĐ-TTg, bao gồm 11 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương là: Hà Nội, Hải Phòng, Hải Dương, Bắc Ninh, Vĩnh Phúc, Hưng Yên, Thái Bình, Nam Định, Hà Nam, Ninh Bình và Quảng Ninh. Vùng ĐBSH là cửa ngõ ở phía biên đông với thế giới và là một trong những cầu nối trực tiếp giữa hai khu vực phát triển năng động là khu vực Đông Nam Á và Đông Bắc Á.

Các mục tiêu phát triển cụ thể được đặt ra như: nâng tỷ trọng đóng góp cho GDP cả nước của vùng từ 24,7% năm 2010 lên 28,7% năm 2020; nâng tỷ trọng đóng góp cho xuất khẩu cả nước lên 35,5%; nâng thu nhập bình quân đầu người lên khoảng 4.180 USD/năm... Quy hoạch cũng đề ra định hướng phát triển theo các ngành, lĩnh vực, đặc biệt là phát triển dịch vụ thương mại và du lịch. Cụ thể: ưu tiên phát triển các ngành dịch vụ chất lượng cao, các lĩnh vực vận tải, tư vấn, thiết kế, phát minh - sáng chế, tài chính - ngân hàng, viễn thông, giáo dục - đào tạo, y tế

chữa bệnh chất lượng cao, thương mại, du lịch và khoa học công nghệ; Đầu tư xây dựng một số khu du lịch trọng điểm quốc gia có tầm vóc quốc tế. Ưu tiên phát triển theo chiều sâu công nghiệp điện tử và công nghệ thông tin, cơ khí chế tạo máy và sửa chữa - đóng tàu thủy và phương tiện hàng hải, sản xuất thép chất lượng cao...

Miền núi và trung du Bắc Bộ: Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng trung du và miền núi phía Bắc được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 08/7/2013 tại Quyết định số 1064/QĐ-TTg, bao gồm 14 tỉnh: Cao Bằng, Bắc Kạn, Lạng Sơn, Điện Biên, Lai Châu, Lào Cai, Yên Bái, Hà Giang, Tuyên Quang, Thái Nguyên, Phú Thọ, Bắc Giang, Sơn La, Hòa Bình. Vùng Trung du và Miền núi phía Bắc là địa bàn chiến lược đặc biệt quan trọng về kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh và đối ngoại của cả nước, có vai trò quan trọng đối với môi trường sinh thái của cả vùng Bắc Bộ.

Mục tiêu về phát triển kinh tế trong những năm tới: Phần đầu đạt tốc độ tăng trưởng GDP bình quân hàng năm thời kỳ 2016 - 2020 trên 8%, GDP bình quân đầu người đến năm 2020 đạt khoảng 2.000 USD. Chuyển dịch cơ cấu kinh tế, đến năm 2015 tỷ trọng nông lâm thủy sản trong GDP của vùng là 27%, công nghiệp - xây dựng 34,1% và dịch vụ 38,9%; đến năm 2020, tỷ trọng tương ứng của các ngành là 21,9% - 38,7% - 39,4%. Kim ngạch xuất khẩu tăng bình quân 16 - 17%/năm. Tỷ lệ đổi mới công nghệ đạt 20%/năm. Phần đầu đến năm 2015 tỷ lệ thu ngân sách trên GDP chiếm trên 12% và đạt khoảng 13% vào năm 2020.

Tiểu vùng Tây Bắc (gồm các tỉnh Hòa Bình, Sơn La, Điện Biên và Lai Châu): Trọng điểm phát triển thủy điện quốc gia; phát triển công nghiệp khai thác và chế biến quặng đồng, sắt, Niken và đất hiếm; trồng và chế biến sản phẩm từ cây công nghiệp đặc biệt cao su, cây dược liệu, cây ăn quả; chăn nuôi đại gia súc, đặc biệt là bò sữa, bò thịt chất lượng cao; trồng và bảo vệ rừng đầu nguồn, rừng phòng hộ cho các dự án thủy điện.

Tiểu vùng Đông Bắc (gồm các tỉnh còn lại) Phát triển công nghiệp khai thác và chế biến apatit, sắt, đồng, vàng, thiếc, bô xít, kẽm, chì, luyện gang thép; trồng và chế biến lương thực - thực phẩm, nông lâm sản, dược liệu, cây ăn quả, chăn nuôi lợn và đại gia súc; sản xuất đồ gia dụng, hóa chất, bột giấy và giấy, phân bón, vật liệu xây dựng, hàng tiêu dùng, dệt may; sản xuất và lắp ráp sản phẩm điện tử...

Phát triển các trung tâm kinh tế trên các tuyến hành lang:

Tuyến hành lang kinh tế Nam Ninh - Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng, có thành phố Lạng Sơn (cửa khẩu quốc tế) kết nối với thành phố Bắc Giang và các đô thị khác trên tuyến hành lang.

Tuyến hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng, có thành phố Việt Trì là thành phố công nghiệp kết nối với thành phố Lào Cai (cửa khẩu quốc tế) và thành phố Yên Bái và các đô thị khác trên tuyến.

Tuyến hành lang kinh tế Hà Nội - Hòa Bình - Sơn La - Điện Biên - Lai Châu, có các thành phố Hòa Bình, Sơn La, Điện Biên Phủ và thị xã Lai Châu là hạt nhân phát triển, kết nối với các đô thị khác trên tuyến hành lang.

Tuyến hành lang kinh tế Hà Nội - Cao Bằng, có các thành phố Thái Nguyên, Cao Bằng và thị xã Bắc Kạn. Tuyến hành lang kinh tế Phú Thọ - Hà Giang, có các thành phố Tuyên Quang, Hà Giang và thị xã Phú Thọ, là hạt nhân phát triển kết nối với các đô thị khác.

Tuyến hành lang kinh tế các tỉnh biên giới phía Bắc (gồm 7 tỉnh Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang, Lào Cai, Lai Châu, Điện Biên và Sơn La): Phát triển các khu kinh tế cửa khẩu, mở rộng các hoạt động kinh tế, thương mại với các nước láng giềng; kết hợp chặt chẽ giữa phát triển thương mại cửa khẩu với bảo đảm an ninh khu vực biên giới và chủ quyền quốc gia.

Phát triển không gian đô thị: Phát triển đồng bộ hệ thống đô thị đi đôi với phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương trong Vùng theo nội dung Nghị quyết số 37-NQ/TW ngày 01/7/2004 và Kết luận số 26-KL/TW ngày 02/8/2012 của Bộ Chính trị và Quyết định số 1659/QĐ-TTg ngày 07/11/2012 của Thủ tướng Chính phủ. Phát triển mạng lưới đô thị gắn với phát triển các khu công nghiệp, khu kinh tế cửa khẩu, các trung tâm thương mại và du lịch, tạo mạng lưới liên kết chặt chẽ giữa các địa phương trong Vùng và liên kết với vùng Đồng bằng sông Hồng, vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ.

3. Dự báo thị trường quốc tế và trong nước tác động đến phát triển thương mại.

Bối cảnh kinh tế - chính trị thế giới thời gian qua và dự báo trong thời gian tới vẫn tiếp tục diễn biến phức tạp đã ảnh hưởng không nhỏ đến phát triển thương mại của Việt Nam nói chung và của tỉnh Yên Bái nói riêng, cụ thể:

3.1. Đối với phát triển thương mại nội tỉnh

Trên phạm vi toàn cầu, quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế đang diễn ra với tốc độ nhanh, các nước phát triển, nền kinh tế chuyển đổi từ cơ cấu công nghiệp - dịch vụ - nông nghiệp sang cơ cấu dịch vụ - công nghiệp - nông nghiệp. Trong các nền kinh tế này thương mại nội địa (dịch vụ phân phối) có tác động rất lớn và là một bộ phận rất quan trọng trong tăng trưởng kinh tế.

Các phương thức, hình thức phân phối không chỉ đơn thuần là bán buôn/bán lẻ/đại lý/chợ/siêu thị/trung tâm thương mại... nữa mà phát triển vô cùng đa dạng, đa phương thức. Nhất là sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử và các

trang mạng xã hội, phương thức kinh doanh nhượng quyền thương mại của các doanh nghiệp phân phối lớn đã liên kết các cửa hàng có quy mô nhỏ trong cùng một hệ thống, tạo ra sức cạnh tranh cao hơn do chất lượng dịch vụ cao hơn và gây ảnh hưởng không nhỏ đến một bộ phận tiểu thương kinh doanh bán lẻ trên địa bàn; Các phương thức quản lý kinh doanh mới, tiên tiến phát triển với tốc độ nhanh nhờ ứng dụng các tiến bộ khoa học công nghệ, nhất là công nghệ thông tin, thay thế ngày càng mạnh cho các phương thức quản lý và kinh doanh truyền thống.

Xu thế toàn cầu hoá ngày càng sâu rộng. Thông qua các cam kết về mở cửa thị trường, các Tập đoàn xuyên quốc gia và đa quốc gia trong lĩnh vực phân phối có mạng lưới kinh doanh phủ khắp toàn cầu, đã trở thành một thế lực mạnh, áp đặt cuộc chơi cho các nhà sản xuất. Nếu Việt Nam nói chung và Yên Bái nói riêng không nhanh chóng củng cố, phát triển hệ thống phân phối nội địa tốt khi đã mở cửa thị trường thì chúng ta sẽ bị tập đoàn phân phối nước ngoài chi phối thị trường nội địa. Từ chủ động trong phân phối, các tập đoàn sẽ dễ dàng chi phối hoạt động sản xuất.

Sự phát triển, vận hành các loại thị trường của ta chưa đồng bộ. Thị trường tài chính và tiền tệ chưa phát triển, đây là thị trường còn mới mẻ đối với Việt Nam và chúng ta chưa có nhiều kinh nghiệm, đặc biệt là thị trường chứng khoán. Đồng tiền Việt Nam còn yếu so với các đồng tiền khác, hệ thống ngân hàng, các tổ chức tín dụng chưa đủ khả năng kiểm soát thị trường vốn và tiền tệ, tất cả đã hạn chế rất nhiều dòng lưu chuyển vốn trong khu vực cũng như các nước khác vào Việt Nam.

Về xu hướng tiêu dùng: Chất lượng “cầu” đã có nhiều thay đổi, xu hướng tiêu dùng chuyển dịch từ yêu cầu “ăn no, mặc ấm” sang yêu cầu “ăn ngon, mặc đẹp” làm cho chất lượng “cầu” được nâng lên. Nếu như những năm trước đây, các mặt hàng điều hoà, xe máy, xe hơi, tủ lạnh, máy giặt, thiết bị nghe nhìn,... được xem là đồ dùng cao cấp, đắt tiền thậm chí có ý nghĩa “dự trữ tài sản”, thì nay đã trở thành hàng hóa thông thường ở khu vực thành thị và lan truyền vào khu vực nông thôn. Mua sắm hàng giá trị cao, chạy theo các model mới đang xuất hiện ở giới trẻ thành phố, đã bắt đầu theo kịp xu hướng tiêu dùng của khu vực và thế giới. Do thu nhập được nâng cao, đời sống được cải thiện nên nhu cầu về tinh thần ngày càng được người dân chú trọng, do vậy chi tiêu cho dịch vụ giáo dục, y tế, du lịch, đi lại, thông tin... sẽ có tốc độ phát triển cao hơn các chi tiêu khác, nhất là khu vực thành thị.

Về phương thức thỏa mãn tiêu dùng: tùy thuộc từng nhóm hàng mà có sự thay đổi khác nhau, nhưng xu hướng là: đối với nhóm hàng thực phẩm, người tiêu dùng vẫn quen mua tại các chợ truyền thống và các hộ kinh doanh độc lập, những năm tới, việc mua bán thực phẩm trong các loại hình siêu thị, cửa hàng tự chọn tăng cao, nhưng dự báo loại hình truyền thống vẫn chiếm trên 80%.

3.2. Đối với kinh doanh xuất khẩu

Hội nhập kinh tế quốc tế thực chất là mở cửa thị trường cho hàng hóa, dịch vụ nước ngoài đồng thời cũng tạo điều kiện cho hàng hóa của ta thâm nhập vào thị trường thế giới thực hiện tự do hóa thương mại. Hội nhập kinh tế quốc tế đem lại cho ta khả năng mở rộng thị trường, hàng hóa có điều kiện thâm nhập thị trường thế giới, tăng kim ngạch xuất khẩu, thu hút được vốn đầu tư nước ngoài, tiếp thu được khoa học công nghệ, kỹ năng quản lý, góp phần đào tạo nâng cao trình độ cho đội ngũ cán bộ quản lý và kinh doanh.

Hội nhập sẽ tạo cơ hội cho Việt Nam có thể tiếp thu những kinh nghiệm mở cửa kinh tế hướng về sản xuất hàng hoá, xuất khẩu của các nước trong khu vực và thế giới thông qua việc giảm dần tiến tới xóa bỏ các rào cản về thuế quan cũng như phi quan thuế đối với các thị trường các nước khi tham gia khu vực hóa và toàn cầu hóa. Yên Bái cũng nhờ đó có thể tận dụng và phát huy được lợi thế so sánh của tỉnh để đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng truyền thống có lợi thế cạnh tranh. Thông qua hội nhập, Yên Bái có thể tăng khả năng thu hút các nguồn vốn đầu tư từ bên ngoài, tạo cơ hội cho tỉnh có thể tiếp cận với công nghệ mới của thế giới, có điều kiện lựa chọn những công nghệ phù hợp, nâng cao mặt bằng công nghệ, cải tiến những sản phẩm đã có, phát minh những sản phẩm mới.

Tuy có rất nhiều cơ hội mới nhưng Việt Nam nói chung và Yên Bái nói riêng không tránh khỏi những thách thức trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng phát triển sâu và rộng. Trình độ công nghệ trong nhiều lĩnh vực sản xuất, chế biến của tỉnh Yên Bái còn thấp so với trình độ khu vực và quốc tế; nhiều sản phẩm chưa thoả mãn được các yêu cầu của thị trường về cả số lượng, chất lượng và chủng loại; chưa phát huy được lợi thế so sánh, khả năng cạnh tranh của từng sản phẩm, từng ngành hàng.

Bên cạnh xu hướng tự do lưu thông hàng hoá, các quốc gia phát triển cũng tìm mọi biện pháp kỹ thuật để bảo hộ sản xuất trong nước. Do vậy, đối với các nước đang phát triển như Việt Nam sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc xuất khẩu sản phẩm hàng hoá vào thị trường các nước phát triển. Các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ phải đối diện với nhiều hàng rào kỹ thuật phức tạp và tinh vi hơn, khi xuất khẩu sản phẩm ra nước ngoài. Tuy nhiên, chính áp lực cạnh tranh sẽ là động lực thúc đẩy các doanh nghiệp không ngừng hoàn thiện về sản phẩm, chất lượng dịch vụ...

Dự báo một số thị trường xuất khẩu chính của tỉnh

- Thị trường Nhật Bản

Là một trong những cường quốc kinh tế hàng đầu thế giới, có tiềm lực kinh tế mạnh, nhiều kinh nghiệm quản lý kinh tế, có công nghệ hiện đại và công nghệ nguồn nhưng do thiếu nguyên liệu nên hàng năm phải nhập khẩu khoảng 300-400

tỷ USD nguyên, nhiên liệu.

Các mặt hàng xuất khẩu chính hiện nay và những năm tiếp theo của tỉnh vào thị trường Nhật Bản chủ yếu vẫn là các sản phẩm gỗ và sản phẩm đá CaCO₃.

Các mặt hàng mà Yên Bái và cả nước có thể nhập khẩu từ Nhật Bản là máy móc thiết bị công nghệ cao, các linh kiện điện tử-tin học, cơ khí,... và xu hướng mới là nhập khẩu hàng tiêu dùng chất lượng cao.

Yên Bái có tiềm năng phát triển nông nghiệp, công nghiệp, du lịch để kêu gọi các đối tác Nhật Bản đầu tư vào các vùng sản xuất chuyên canh, khu công nghiệp, chế xuất trên địa bàn tỉnh, sản xuất nhiều mặt hàng mới phục vụ thị trường trong nước và xuất khẩu ngược trở lại Nhật Bản cũng như các thị trường khác.

- Thị trường Trung Quốc

Là thị trường tiêu thụ lớn, có số dân đông chiếm 20% dân số thế giới với 1,3 tỷ dân và tốc độ tăng trưởng thương mại cao. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc đã có những bước phát triển nhanh chóng trong những năm qua.

Trung Quốc vẫn là thị trường xuất, nhập khẩu chính của tỉnh, những năm tiếp theo, Yên Bái có thể tiếp tục nhập từ Trung Quốc các mặt hàng phân bón, hóa chất, máy móc và sản phẩm vải nguyên liệu... xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc với các mặt hàng có thể mạnh là nông, lâm sản,... Ngoài ra Yên Bái cần đẩy mạnh xuất khẩu một số mặt hàng mới như: Sản phẩm hạt nhựa phụ gia, các sản phẩm đá xây dựng, sản phẩm hoa quả, rau sạch sang thị trường Trung Quốc.

- Thị trường Hàn Quốc

Hàn Quốc là một nước có nền thương mại phát triển với kim ngạch nhập khẩu hàng năm lên tới 140-150 tỷ USD. Quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam - Hàn Quốc tăng lên không ngừng, nhưng Việt Nam vẫn còn nhập siêu lớn.

Giai đoạn tới Yên Bái cần đẩy mạnh xuất khẩu vào Hàn Quốc các mặt hàng chủ yếu như: sản phẩm may mặc, nông, lâm sản, giày dép, hàng rau quả,... Đồng thời có thể nhập khẩu chất dẻo nguyên liệu, máy móc thiết bị, phụ tùng, vải nguyên liệu, linh kiện điện tử - tin học...

- Thị trường Đài Loan

Đài Loan có quan hệ thương mại gắn bó với các nước công nghiệp phát triển, là vùng đất hiếm nguyên liệu, do vậy Đài Loan phải nhập khẩu phần lớn nguyên liệu cho công nghiệp và chế biến nông phẩm. Hầu hết các mặt hàng xuất khẩu sang Đài Loan đều không phải xin giấy phép.

Yên Bái có quan hệ thương mại, đầu tư khá sớm với Đài Loan, những mặt hàng Yên Bái xuất khẩu sang Đài Loan là: giấy để, giấy vàng mã; chè búp, sản

phẩm gỗ... Trong thời gian tới, ngoài các sản phẩm xuất khẩu truyền thống, Yên Bái có thể tranh thủ vốn của thị trường này bằng các hình thức liên doanh liên kết và mời gọi đầu tư.

- Thị trường CHLB Nga, các nước SNG

Thị trường CHLB Nga, các nước SNG là thị trường rộng lớn có nhiều tiềm năng và không quá khó tính như một số thị trường khác. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và các nước thuộc khu vực này sau một thời gian bị gián đoạn đã dần dần phục hồi và có nhiều triển vọng phát triển. Các nước trong khu vực này có nhu cầu nhập khẩu cao với nhiều mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu như: gạo, cà phê, cao su, chè, thủy hải sản, hàng dệt may, giày dép. Hàng nhập khẩu chủ yếu từ thị trường này là: thiết bị năng lượng, thiết bị mỏ, hàng quốc phòng, phân bón, sắt thép, phương tiện vận tải, lúa mì và tân dược.

- Thị trường EU

Đây là một trong 3 trung tâm tiêu thụ hàng hóa lớn của thế giới và có trình độ kỹ thuật công nghệ cao. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với EU năm 2010 đạt 2,8 tỷ USD, chiếm khoảng 19,2% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam. Đức là bạn hàng quan trọng thứ tư của Việt Nam, Anh là bạn hàng thứ 11, Pháp và Hà Lan đứng thứ 12 và 13.

Đối với Yên Bái và cả nước, thị trường EU là một thị trường xuất khẩu rất quan trọng. Đây là thị trường có những yêu cầu rất khắt khe về chất lượng, vệ sinh hàng hóa và có các hàng rào hạn chế nhập khẩu khá nhiều như hạn ngạch, mẫu mã, bao bì... mặc dù thuế của EU thấp và có xu hướng giảm dần nhưng nhìn chung đây là thị trường được bảo hộ tương đối chặt chẽ. Thời gian tới, Yên Bái có thể phát triển xuất khẩu sang EU các mặt hàng khoáng sản, đặc biệt là đá xây dựng và các sản phẩm may mặc.

- Thị trường Mỹ

Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam cũng như của Yên Bái sẽ là sản phẩm nông sản chế biến, cà phê, hạt tiêu, gia vị, rau quả và thực phẩm chế biến, sản phẩm gỗ, thủ công mỹ nghệ, hải sản, và đặc biệt hàng dệt may. Việt Nam nhập khẩu từ Mỹ các mặt hàng: thiết bị công nghệ cao, hóa chất, tân dược, lúa mì, phương tiện vận tải, nguyên liệu sản xuất thức ăn gia súc... Yên Bái có thể tham gia xuất khẩu sang thị trường này các sản phẩm: may mặc; đồ gỗ; quế vỏ; tinh dầu quế; khoáng chất công nghiệp...

- Thị trường Tây Nam Á, Châu Phi và Trung cận Đông

Tại khu vực Nam Á, thị trường trọng điểm sẽ là Ấn Độ, với dân số khoảng trên 1 tỷ người, lại có quan hệ hữu nghị đặc biệt với Việt Nam, Ấn Độ luôn là một đối tác quan trọng. Trong thời gian tới Việt Nam sẽ cải thiện mối quan hệ thương

mai với Ấn Độ thông qua biện pháp gắn nhập khẩu với xuất khẩu, tự cân bằng cán cân thương mại để hạn chế nhập siêu.

Bên cạnh thị trường Ấn Độ, các nước Trung cận Đông cũng là một thị trường tiềm năng cho hàng xuất khẩu của Việt Nam. Trong khu vực này Việt Nam có kim ngạch xuất nhập khẩu lớn nhất với Irắc và Việt Nam nhập khẩu một số hàng hóa từ khu vực này như sắt thép xây dựng (Thổ Nhĩ Kỳ); bông (Pakistan); máy móc thiết bị, nhà máy đường, thuốc, dược liệu (Ấn Độ) và các sản phẩm dầu mỏ của Kuwait. Với tiềm năng của mình, Yên Bái có thể đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường này các sản phẩm chè búp, quế vỏ, sứ điện, đá trắng, bột CaCO_3 ...

4. Một số chỉ tiêu phát triển kinh tế- xã hội tỉnh Yên Bái giai đoạn đến 2020

Đại hội Đảng bộ tỉnh Yên Bái lần thứ XVIII nhiệm kỳ 2015-2020 đã họp và đi đến nhất trí cao với 21 chỉ tiêu chủ yếu. Cụ thể như sau:

- (1) Tốc độ tăng tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) bình quân thời kỳ 2016 - 2020 (giá so sánh 2010) trên 7%.
- (2) Cơ cấu tổng sản phẩm trên địa bàn năm 2020: nông, lâm nghiệp, thủy sản 21,3%; công nghiệp - xây dựng 30,8%; dịch vụ 47,9%.
- (3) GRDP bình quân đầu người năm 2020 đạt 50 triệu đồng trở lên.
- (4) Số xã được công nhận đạt tiêu chí nông thôn mới đến năm 2020 là 25 xã.
- (5) Giá trị sản xuất công nghiệp trên địa bàn năm 2020 (giá so sánh 2010) đạt 13.000 tỷ đồng.
- (6) Tổng mức bán lẻ hàng hóa trên địa bàn năm 2020 đạt 19.000 tỷ đồng.
- (7) Giá trị xuất khẩu hàng hóa năm 2020 đạt 200 triệu USD trở lên.
- (8) Thu ngân sách nhà nước trên địa bàn năm 2020 trên 3.000 tỷ đồng.
- (9) Tổng vốn đầu tư phát triển trên địa bàn 5 năm 2016 - 2020 đạt 60.000 tỷ đồng trở lên.
- (10) Tỷ lệ lao động qua đào tạo đến năm 2020 đạt 60%.
- (11) Tỷ lệ hộ nghèo giảm bình quân mỗi năm (theo tiêu chí mới) 3,5%.
- (12) Duy trì và nâng cao chất lượng phổ cập đến năm 2020: Phổ cập giáo dục mầm non cho trẻ 5 tuổi 100% xã, phường, thị trấn; phổ cập giáo dục tiểu học đúng độ tuổi 100% xã, phường, thị trấn; phổ cập giáo dục trung học cơ sở 100% xã, phường, thị trấn.
- (13) Tỷ lệ tăng dân số tự nhiên năm 2020 là 1,04%.

- (14) Tỷ lệ xã, phường, thị trấn đạt chuẩn quốc gia về y tế năm 2020 là 70%.
- (15) Tỷ lệ làng, bản, tổ dân phố đạt chuẩn văn hóa năm 2020 là 65%.
- (16) Tỷ lệ dân số nông thôn được cung cấp nước hợp vệ sinh năm 2020 là 90%.
- (17) Tỷ lệ dân số thành thị được cung cấp nước sạch năm 2020 là 80%.
- (18) Tỷ lệ hộ dân cư nông thôn dùng nhà tiêu hợp vệ sinh năm 2020 là 70%.
- (19) Tỷ lệ che phủ rừng năm 2020 giữ ổn định 63%.
- (20) Số tổ chức cơ sở đảng đạt trong sạch vững mạnh hằng năm là 80%.
- (21) Hằng năm kết nạp trên 1.800 đảng viên; tỷ lệ đảng viên hoàn thành tốt nhiệm vụ 80% trở lên; vận động được trên 75% quần chúng tham gia vào hoạt động của các tổ chức đoàn thể.

PHẦN THỨ HAI

ĐIỀU CHỈNH QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030

A. QUAN ĐIỂM MỤC TIÊU, CÁC PHƯƠNG ÁN PHÁT TRIỂN

I. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU

1. Quan điểm

Phát triển ngành thương mại trên cơ sở khai thác những tiềm năng, lợi thế, phù hợp với những định hướng phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh; Gắn kết chặt chẽ với sự phát triển chung của cả nước và vùng kinh tế trung du và miền núi phía Bắc, trên cơ sở tăng cường các liên kết kinh tế thương mại tạo thành chuỗi cung ứng, tiêu thụ hàng hoá rộng lớn.

Phát triển thương mại phải đảm bảo sự phát triển đồng bộ với cơ cấu các ngành trên cơ sở khai thác triệt để các lợi thế so sánh và các nguồn lực sẵn có của tỉnh. Phát triển hài hoà giữa thị trường thành thị và nông thôn, giữa thương mại truyền thống và hiện đại.

Phát triển ngành thương mại trên cơ sở khuyến khích và thu hút mọi tiềm năng, nguồn lực của các thành phần kinh tế, đặc biệt là thành phần kinh tế ngoài

nhà nước, kinh tế nước ngoài đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại và các loại hình dịch vụ phân phối hiện đại.

Phát triển thương mại theo hướng văn minh, hiện đại, gắn với qui mô, trình độ phát triển sản xuất trong thời kỳ thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hoá, tham gia hội nhập kinh tế khu vực và thế giới.

Kết hợp hài hòa giữa phát triển thị trường nội địa và xuất nhập khẩu, chú trọng và đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng có hàm lượng nội địa hóa, giá trị gia tăng cao.

Phát triển thương mại gắn với phát triển công nghiệp hiệu quả và bền vững, hài hòa với phát triển du lịch, bảo đảm an ninh quốc phòng, an ninh xã hội và bảo vệ môi trường.

2. Mục tiêu phát triển

2.1. Mục tiêu tổng quát

Tập trung phát triển ngành Thương mại có lợi thế, phát triển theo các vùng kinh tế của tỉnh có tính tới yếu tố liên kết vùng, hình thành một số trung tâm thương mại dịch vụ hiện đại tại vùng phía đông thành phố Yên Bái - Huyện Yên Bình, Vùng kinh tế các huyện thị xã phía tây và vùng dọc theo tuyến đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai. Tăng cường đầu tư xây dựng hạ tầng thương mại, hỗ trợ xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường trong nước và xuất khẩu cho các sản phẩm chủ lực của tỉnh. Tăng cường mở rộng các hoạt động đối ngoại; tiếp tục đưa các mối quan hệ hợp tác với tỉnh Viêng Chăn (Lào), tỉnh Val de Marne (Pháp) và các tổ chức quốc tế vào chiều sâu trên cơ sở tự chủ và phát huy bản sắc dân tộc.

Nâng cao chất lượng và đa dạng hóa các sản phẩm hàng hóa có thế mạnh của tỉnh, xây dựng thương hiệu sản phẩm, nhất là các sản phẩm có lợi thế như chè, quế, các sản phẩm từ gỗ, đá trắng...; hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng chiến lược sản xuất kinh doanh, hoạt động xuất khẩu, đưa kim ngạch xuất khẩu của tỉnh năm 2020 đạt trên 200 triệu USD. Tập trung phát triển mạnh du lịch, đưa du lịch trở thành ngành nghề quan trọng của tỉnh, góp phần thúc đẩy phát triển thương mại nội địa, tăng doanh số tiêu thụ, chuyển dịch cơ cấu lao động, giải quyết việc làm; Phát triển mạnh các loại hình dịch vụ vui chơi, giải trí, khách sạn, nhà hàng như: sân golf, trung tâm mua sắm, du lịch sinh thái hồ Thác Bà và du lịch văn hóa bản địa khu vực Mường Lò, Mù Cang Chải, Suối Giàng.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Phân đầu đạt tốc độ tăng trưởng GRDP của ngành thương mại (theo giá hiện hành) bình quân 12,66%/năm trong giai đoạn 2016-2020, trên 7,18%/năm trong giai đoạn 2021-2030. GRDP ngành thương mại đạt 2.900 tỷ đồng vào năm 2020 và đạt 5.800 tỷ đồng vào năm 2030.

- Tổng mức bán lẻ hàng hoá đến năm 2020 và 2030 lần lượt là 19.000 tỷ đồng và 40.000 tỷ đồng. Tốc độ tăng bình quân đạt 14,47%/năm giai đoạn 2016 - 2020 và 7,73%/năm giai đoạn 2021 - 2030.

- Kim ngạch xuất khẩu năm 2020 đạt trên 200 triệu USD và năm 2030 đạt 700 triệu USD. Tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu hàng năm giai đoạn 2016 - 2020 đạt 24,04%/năm và giai đoạn 2021 - 2030 đạt 13,35%/năm.

- Tỷ trọng mức bán lẻ hàng hoá theo loại hình thương mại hiện đại đạt 35% vào năm 2020 và 60% vào năm 2030.

- Thương mại điện tử: Cung cấp trực tuyến từ mức độ 3 trở lên các dịch vụ công lĩnh vực ngành công thương quản lý đạt 100% vào năm 2017. Phấn đấu đến năm 2020, 60% các dịch vụ công lĩnh vực ngành công thương quản lý đạt mức độ 4. Áp dụng phổ biến chứng thực chữ ký số để đảm bảo an toàn, bảo mật cho các giao dịch TMĐT.

II. CÁC PHƯƠNG ÁN PHÁT TRIỂN

1. Đề xuất phương án phát triển

Từ những quan điểm, mục tiêu trên, có những kịch bản cho phát triển ngành thương mại Yên Bái giai đoạn 2016-2020, tầm nhìn 2030 như sau:

Phương án I (Phương án tăng trưởng chậm)

Đây là phương án được xây dựng dựa trên kịch bản tình hình kinh tế thế giới và trong nước gặp nhiều khó khăn, kinh tế - xã hội trong tỉnh bị ảnh hưởng nặng nề tăng trưởng thấp, hoạt động thương mại gặp khó khăn. Mục tiêu tăng trưởng của các chỉ tiêu đề ra thấp hơn sơ với giai đoạn trước, cụ thể:

Dự báo tăng trưởng ngành thương mại (giá hiện hành)

Chỉ tiêu \ Năm	2015	2017	2020	2030	Nhịp độ tăng (%)	
					2016 - 2020	2021 - 2030
GRDP thương mại, DV theo giá hiện hành (tỷ đồng)	1.598	1.830	2.600	5.200	10,22	7,18
TMBLHH (tỷ đồng)	9.668	11.070	17.100	36.000	12,08	7,73
Kim ngạch xuất khẩu (tr.USD)	68	90	145	555	16,32	14,36

Theo phương án này, giá trị tăng thêm của ngành thương mại đạt 2.600 tỷ đồng vào năm 2020 và 5.200 tỷ đồng vào năm 2030. Tốc độ tăng bình quân của GRDP thương mại giai đoạn 2016 - 2020 là 10,22%/năm và giai đoạn 2021 - 2030 là 7,18%/năm.

Giá trị TMBLHH vào năm 2020 và năm 2030 lần lượt là 17.100 tỷ đồng và 36.000 tỷ đồng. Tốc độ tăng bình quân của TMBLHH giai đoạn 2016 - 2020 là 12,08%/năm và giai đoạn 2021 - 2030 là 7,73%/năm.

Kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2016 - 2020 đạt tốc độ 16,32% và giai đoạn 2021 - 2030 đạt 14,36%/năm. Giá trị xuất khẩu năm 2020 đạt 145 triệu USD và năm 2030 đạt 555 triệu USD.

Phương án II (Phương án chọn)

Cơ sở của phương án này là trong vòng 5-10 năm tới, mạng lưới kết cấu hạ tầng của Yên Bái được cải thiện rõ rệt; có điều kiện tốt thu hút nguồn vốn và công nghệ từ bên ngoài vào phát triển các ngành công nghiệp và dịch vụ; có tác động thuận lợi từ sự phát triển của thị trường Hà Nội, thị trường vùng Kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, vùng kinh tế trung du và miền núi phía Bắc và thị trường thế giới.

Dự báo tăng trưởng ngành thương mại (giá hiện hành)

Chỉ tiêu \ Năm	2015	2017	2020	2030	Nhịp độ tăng (%)	
					2016 - 2020	2021 - 2030
GRDP thương mại, DV theo giá hiện hành (tỷ đồng)	1.598	2.033	2.900	5.800	12,66	7,18
TMBLHH (tỷ. đồng)	9.668	12.300	19.000	40.000	14,47	7,73
KNXX (tr.USD)	68	100	200	700	24,04	13,35

Theo phương án này, ngành thương mại không những đạt mục tiêu tăng trưởng về giá trị, cơ cấu mà còn chiếm vị trí quan trọng hơn trong nền kinh tế với tốc độ tăng trưởng nhanh hơn, cụ thể là:

Giá trị tăng thêm của ngành thương mại đạt 2.900 tỷ đồng vào năm 2020 và đạt 5.800 tỷ đồng năm 2030. Tốc độ tăng bình quân của GRDP thương mại giai đoạn 2016 - 2020 là 12,66%/năm và giai đoạn 2021 - 2030 là 7,18%/năm.

Giá trị TMBLHH vào 2020 và 2030 lần lượt là 19.000 tỷ đồng và 40.000 tỷ đồng. Tốc độ tăng bình quân của TMBLHH giai đoạn 2016 - 2020 là 14,47%/năm và giai đoạn 2021 - 2030 là 7,73%/năm.

Kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2016 - 2020 đạt tốc độ tăng 24,04%/năm và giai đoạn 2021 - 2030 là 13,35%/năm. Giá trị xuất khẩu năm 2020 đạt 200 triệu USD và năm 2030 đạt 700 triệu USD.

Phương án III (Phương án tăng trưởng cao)

Là phương án đòi hỏi sự nỗ lực phấn đấu rất cao. Đây là phương án có tính đột phá, theo đó, các nguồn lực cần được phát huy tối đa. Phương án này có thể thực hiện được khi nền kinh tế thế giới và trong nước có những yếu tố đột biến, môi trường đầu tư của Yên Bái có tính cạnh tranh cao hơn so với các địa phương khác trong vùng. Đồng thời phải có sự phát triển mạnh mẽ, đồng bộ của các ngành kinh tế mũi nhọn như công nghiệp và các ngành dịch vụ khác. Các dự án sản xuất sản phẩm xuất khẩu mới sẽ triển khai và đi vào hoạt động theo đúng dự định. Hệ thống kết cấu hạ tầng đã hoàn thiện, các quan hệ thương mại trong nước và quốc tế được khai thác tối đa và hiệu quả, tốc độ đô thị hóa diễn ra nhanh chóng vào cuối những năm 2020.

Dự báo tăng trưởng ngành thương mại (giá hiện hành)

Chỉ tiêu	Năm	2015	2017	2020	2030	Nhịp độ tăng (%)	
						2016 - 2020	2021 - 2030
GRDP thương mại, DV theo giá hiện hành (tỷ đồng)		1.598	2.150	3.200	6.300	14,9	7,01
TMBLHH (tỷ. đồng)		9.668	13.000	21.000	42.000	16,78	7,18
KNXK (tr.USD)		68	130	200	900	24,04	16,23

Theo phương án này, các chỉ tiêu tăng trưởng của ngành thương mại Yên Bái cao hơn so với của cả nước trong thời kỳ dự báo.

Giá trị tăng thêm của ngành thương mại đạt 3.200 tỷ đồng vào năm 2020, và 6.300 tỷ đồng vào năm 2030. Tốc độ tăng bình quân của GRDP thương mại giai đoạn 2016 - 2020 là 14,9%/năm và giai đoạn 2021 - 2030 là 7,01%/năm.

Giá trị TMBLHH vào năm 2020 và 2030 lần lượt là 21.000 tỷ đồng và 42.000 tỷ đồng. Tốc độ tăng bình quân của TMBLHH giai đoạn 2016-2020 là 16,78%/năm và giai đoạn 2021 - 2030 là 7,18%/năm.

Kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2016 - 2020 đạt tốc độ tăng 24,04%/năm và giai đoạn 2020 - 2030 là 16,23%/năm. Giá trị xuất khẩu năm 2020 đạt 200 triệu USD và năm 2030 đạt 900 triệu USD.

2. Lựa chọn phương án phát triển

Trên cơ sở các định hướng phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Yên Bái đã nêu trên, định hướng phát triển các ngành công nghiệp, giao thông vận tải, du lịch, dịch vụ đến năm 2020, tỉnh Yên Bái sẽ được tăng thêm lợi thế phát triển khi hệ thống giao thông được nâng cấp và hiện đại hóa, tăng khả năng tiếp cận với các khu vực thị trường lớn, tăng sức hút đối với các dòng du lịch, dòng đầu tư và dòng hàng hóa

từ các thị trường này, đồng thời với những nỗ lực khai thác các lợi ích phát triển của vùng Kinh tế lân cận và tuyến hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng, ngành thương mại có điều kiện tăng nhanh tốc độ phát triển cùng với sự phát triển chung của khu vực dịch vụ.

Trong ba phương án, phương án I không thể hiện sự tăng tốc mạnh mẽ trong các giai đoạn tới, phương án này không mang tính phấn đấu cao, chưa thể hiện đầy đủ quyết tâm đẩy mạnh phát triển thương mại để có thể đưa thương mại trở thành ngành kinh tế quan trọng, thể hiện được vai trò định hướng sản xuất và tiêu dùng, có đóng góp lớn vào phát triển kinh tế- xã hội của địa phương. Và không phù hợp với mục tiêu mà Đảng bộ tỉnh khóa XVIII đã đề ra.

Ngược lại, phương án III là phương án xây dựng dựa trên điều kiện kinh tế- xã hội của tỉnh đạt tốc độ tăng trưởng cao, nó đòi hỏi phải có sự nỗ lực phấn đấu rất lớn của các doanh nghiệp, đơn vị kinh doanh, của cấp uỷ, chính quyền và của toàn ngành. Phương án này tính khả thi không cao, chỉ xảy ra khi xuất hiện những yếu tố mới, có tính bước ngoặt của nền kinh tế địa phương, trong nước và quốc tế.

Phương án II có tính khả thi cao hơn do có thể đáp ứng nhu cầu vốn đầu tư trong các giai đoạn với các điều kiện thực hiện không quá cao và gắt gao như phương án III. Mặt khác, phương án II đã đảm bảo tính tiên tiến với chỉ tiêu tăng trưởng của ngành thương mại so với mức chung của cả nước, và đảm bảo thực hiện các chỉ tiêu mà đại hội Đảng bộ tỉnh đã đề ra. Cơ sở tính toán phương án này là trong vòng 5-10 năm tới, cơ sở hạ tầng của Yên Bái tiếp tục được cải thiện, có điều kiện thu hút đầu tư phát triển các ngành sản xuất và dịch vụ. Mặt khác thương mại Yên Bái có thêm thuận lợi từ chính sách ưu tiên phát triển vùng trung du miền núi phía Bắc của Chính Phủ và tuyến hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng.

Do vậy, trong 3 phương án đã nêu, phương án II là phương án khả quan nhất là phương án chọn cho công tác quy hoạch phát triển ngành thương mại thời kỳ từ 2016 - 2020, tầm nhìn 2030 để vừa đảm bảo tính khả thi, vừa đảm bảo đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng của tỉnh. Trong điều kiện thuận lợi, có thể chuyển sang thực hiện phương án III.

3. Định hướng phát triển (theo phương án chọn)

3.1. Định hướng phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại, phát triển thương mại nội địa

Phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại theo hướng dần hình thành một số trung tâm, khu, cụm thương mại gắn với các điểm giao cắt với đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai, gắn với các khu vực tập trung dân cư, các khu đô thị mới. Phát triển thương mại theo hướng văn minh, hiện đại, căn cứ vào nguồn lực từng thời kỳ

xem xét đầu tư nâng cấp hoặc xây dựng mới các trung tâm thương mại, siêu thị, các chợ và các điểm thương mại dịch vụ hiện đại như cửa hàng tự chọn, cửa hàng tiện ích phục vụ nhu cầu của nhân dân.

Ở thành phố, thị xã: Từng bước phát triển loại hình phân phối hiện đại. Khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh theo chuỗi để thu hút nhiều nguồn đầu tư cho phát triển mạng lưới phân phối. Phát triển phương thức bán hàng theo hướng bán hàng qua các tổng đại lý hoặc nhượng quyền thương mại, bao gồm cả các chức năng chế biến, gia công, lắp đặt, dự trữ và từng bước triển khai áp dụng thương mại điện tử.

Ở nông thôn: Khuyến khích các doanh nghiệp thương mại phát triển hệ thống cửa hàng bán lẻ để phân phối chủ yếu hàng công nghiệp tiêu dùng ở thị trường nông thôn. Xây mới các chợ thật cần thiết tại các khu đô thị mới, khu dân cư tập trung, nâng cấp cải tạo hệ thống chợ nông thôn.

Phát triển các dịch vụ thương mại, các trung tâm Logistics hệ thống các kho bãi, cảng cạn đảm bảo nhu cầu vận tải, lưu kho bãi, bảo quản, dự trữ hàng hóa... Từng bước phát triển các dịch vụ về tài chính, hải quan, thanh toán...

3.2. Định hướng phát triển xuất nhập khẩu

Đẩy mạnh hoạt động xuất - nhập khẩu hàng hóa theo hướng vừa mở rộng thị trường, mặt hàng, vừa nâng cao hiệu quả xuất - nhập khẩu. Tập trung đầu tư xuất khẩu các mặt hàng xuất khẩu chủ lực để không ngừng mở rộng quy mô và tăng nhanh lượng hàng hóa xuất khẩu. Khuyến khích và tạo điều kiện phát triển xuất khẩu một số sản phẩm làng nghề truyền thống có thương hiệu, có giá trị gia tăng cao. Tiếp tục giữ vững các thị trường xuất khẩu truyền thống, đồng thời đa dạng hóa thị trường xuất khẩu và mặt hàng xuất khẩu để tránh lệ thuộc, rủi ro trong hoạt động xuất khẩu. Không nhập khẩu các công nghệ cũ, lạc hậu gây ô nhiễm môi trường; hạn chế nhập khẩu các sản phẩm mà trong nước đã sản xuất được; khuyến khích nhập khẩu công nghệ phục vụ cho quá trình phát triển các ngành công nghiệp chế biến, các ngành công nghiệp phụ trợ.

3.3. Định hướng phát triển thương mại điện tử (TMĐT)

Xây dựng các hạ tầng cơ bản và triển khai các giải pháp, hoạt động hỗ trợ phát triển lĩnh vực thương mại điện tử tỉnh Yên Bái, đưa thương mại điện tử trở thành hoạt động phổ biến, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh của tỉnh, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

3.4. Định hướng phát triển thương mại phục vụ các khu, cụm công nghiệp và du lịch

Phát triển cơ sở hạ tầng thương mại gắn với đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai mà trung tâm hành chính - văn hóa là xã Giới Phiên. Phường Hợp Minh và các xã Âu Lâu, Phúc Lộc kết hợp với Khu công nghiệp Minh Quân, Minh Tiến và dịch vụ du lịch Đầm Hâu - Minh Quân sẽ kết hợp cùng phát triển mang đặc trưng của đô thị sinh thái.

B. QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI GIAI ĐOẠN 2016 - 2020 TẦM NHÌN ĐẾN 2030. (Phương án chọn)

I. QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI THEO KHÔNG GIAN THỊ TRƯỜNG.

1. Ở thành phố, thị xã, thị trấn huyện lỵ

Khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh theo chuỗi để thu hút nhiều nguồn đầu tư cho phát triển mạng lưới phân phối. Phát triển các loại hình kinh doanh thương mại hiện đại được xây dựng tại trung tâm của tỉnh, trung tâm thị xã, thị trấn với quy mô vừa và lớn, có vai trò chủ đạo trong các hoạt động thương mại không chỉ trong tỉnh, trong huyện mà còn đối với cả khu vực lân cận. Duy trì nâng cấp, mở rộng các chợ trung tâm các huyện thị, thành phố là nơi phân phối, kinh doanh các mặt hàng cho toàn khu vực.

2. Ở nông thôn

Khuyến khích các doanh nghiệp thương mại phát triển hệ thống cửa hàng bán lẻ, đầu tư cải tạo, xây mới các chợ cần thiết. Lấy các chợ xã làm hạt nhân phát triển, kết hợp với các cửa hàng, điểm bán hàng tạo thành khu thương mại tổng hợp phục vụ trực tiếp cho nhu cầu sản xuất, tiêu dùng của dân cư trong khu vực xã.

Biểu : Quy hoạch theo không gian thị trường

STT	Nội dung	TP Yên Bái	Trấn Yên	Yên Bình	Văn Yên	Lục Yên	Văn Chấn	TX. Nghĩa Lộ	Trạm Tấu	Mù Cang Chải	Tổng số
1	Quy hoạch Trung tâm HCTL	1						1			2
2	Trung tâm trưng bày giới thiệu sản phẩm	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
3	Quy hoạch Trung tâm logistics, cảng trung chuyển	2		0	1	1	1		0	0	5
	Xây mới	2		0	1	1	1		0	0	5
3	Quy hoạch kho dự trữ, bảo quản hàng hóa	1	1	1	1	1	1	-	-	-	6
	Xây mới	1	1	1	1	1	1	-	-	-	6

4	Quy hoạch Trung tâm thương mại	3	0	1	1	1	1	1	0	0	8
	Xây mới	3	0	1	1	1	1	1	0	0	8
5	Quy hoạch mạng lưới siêu thị	4	2	2	1	1	1	1	0	0	12
	- Siêu thị hiện có	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	- Quy hoạch xây mới	3	2	2	1	1	1	1	0	0	11
6	Quy hoạch mạng lưới chợ										
	- Xóa bỏ	1	0	1	0	0	5	0	0	0	7
	- Chợ hiện còn	9	14	18	18	14	13	1	4	6	97
	- Quy hoạch xây mới	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2
7	Quy hoạch mạng lưới xăng dầu										
	- Hiện trạng cửa hàng	17	7	16	15	11	21	3	2	3	95
	- Bổ sung quy hoạch mới (gồm các cửa hàng đã QH cũ chưa đầu tư và QH mới)	16	24	14	20	17	19	7	6	11	134
8	Quy hoạch mạng lưới kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng										
	- Hiện trạng cửa hàng	47	25	36	48	21	52	13	3	4	249
	- Bổ sung quy hoạch mới	37	56	57	50	62	65	18	25	22	392

II. QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI THEO CÁC THÀNH PHẦN KINH TẾ.

1. Thương mại nhà nước

Thực tiễn phát triển giai đoạn vừa qua cho thấy thương mại Nhà nước vẫn còn có vai trò quan trọng trong việc giữ ổn định thị trường, cân bằng các mục tiêu phát triển kinh tế với đảm bảo an sinh xã hội, đảm bảo quốc phòng an ninh. Thương mại Nhà nước vẫn là lực lượng chủ động nhất cho phép huy động các nguồn lực, vật tư hàng hoá, kịp thời ứng phó và khắc phục hậu quả thiên tai, dịch bệnh, huy động hàng hóa nguồn lực trong tình trạng khẩn cấp đảm bảo mục tiêu quốc phòng an ninh.

Giai đoạn từ nay đến 2020 và định hướng đến năm 2030 các doanh nghiệp thương mại Nhà nước sẽ tiếp tục đổi mới theo hướng mô hình cổ phần, nhưng cần thiết Nhà nước phải nắm cổ phần chi phối trong một số doanh nghiệp kinh doanh những mặt hàng chiến lược nhằm chủ động huy động các nguồn lực khi cần thiết. Nhà nước cần tạo điều kiện thuận lợi về cơ chế chính sách, vốn, nhân lực, địa điểm kinh doanh để các công ty thương mại nhà nước, hoặc công ty cổ phần tiếp tục giữ vai trò chủ đạo trong một số ngành như truyền thông, vận tải đường sắt, cơ khí quốc phòng, kinh doanh, dự trữ các mặt hàng lương thực, xăng dầu.v.v...

2. Thương mại ngoài nhà nước

- Doanh nghiệp ngoài quốc doanh:

Doanh nghiệp thương mại ngoài Nhà nước là lực lượng chi phối mạnh mẽ quá trình phát triển thương mại tại địa phương. Giai đoạn tới, để thu hút tối đa nguồn lực trong xã hội vào hoạt động kinh doanh thương mại, tỉnh Yên Bái tiếp tục khuyến khích phát triển đa dạng các loại hình doanh nghiệp với nhiều quy mô khác nhau, tăng nhanh về số lượng, đổi mới về phương thức hoạt động, trong đó quan tâm tạo điều kiện để phát triển các loại hình doanh nghiệp thương mại như: Công ty cổ phần; công ty TNHH; công ty liên doanh; doanh nghiệp tư nhân...

Trên cơ sở Nhà nước xây dựng một hành lang pháp lý thông thoáng, thực hiện nguyên tắc đối xử công bằng, tạo môi trường kinh doanh thuận lợi để các doanh nghiệp tổ chức kinh doanh đúng pháp luật, cạnh tranh lành mạnh trên thị trường, thực hiện hỗ trợ thương mại ngoài Nhà nước trong các lĩnh vực: tư vấn đăng ký, bổ sung chuyên đổi ngành nghề kinh doanh, cung cấp thông tin về khách hàng, thị trường, giá cả, hỗ trợ đào tạo nhân lực...

Bên cạnh đó, Nhà nước sẽ đảm bảo cho các hoạt động thương mại của các thành phần kinh tế hướng vào mục tiêu chuyển đổi nhanh chóng cơ cấu kinh tế, thúc đẩy phát triển sản xuất và lưu thông hàng hóa, phục vụ tốt nhu cầu sản xuất và sinh hoạt của nhân dân, tăng kim ngạch xuất khẩu và nguồn thu cho ngân sách. Đồng thời, kiên quyết chống các biểu hiện găm hàng, đầu cơ tích trữ gây khan hiếm giả tạo, lũng đoạn thao túng thị trường thu lợi bất chính, làm thiệt hại đến sản xuất và tiêu dùng.

Liên quan đến việc huy động hàng hóa, vật tư cần thiết phục vụ cho các mục đích cấp bách thiên tai, bão lũ, quốc phòng an ninh, Nhà nước cần có chính sách ứng trước nguồn vốn, hoặc cho vay ưu đãi cho các doanh nghiệp ngoài nhà nước kinh doanh các mặt hàng: lương thực thực phẩm, vật tư, hàng hóa khác, để các doanh nghiệp này phối hợp dự trữ hàng hóa, khi cần có thể huy động được ngay.

- Phát triển Hợp tác xã thương mại - dịch vụ:

Hợp tác xã Thương mại-Dịch vụ đóng vai trò rất quan trọng đối với cung ứng vật tư phục vụ sản xuất nông nghiệp và tiêu thụ nông sản hàng hoá cho nông dân. Các Hợp tác xã hoạt động tốt sẽ góp phần ổn định thị trường, hạn chế các tiêu cực (đầu cơ, nâng giá...), nâng cao đời sống dân cư. Đồng thời, Hợp tác xã Thương mại- Dịch vụ còn cung cấp các dịch vụ như thông tin về giá cả thị trường, các dịch vụ về tài chính, vận tải... Hệ thống Hợp tác xã Thương mại- Dịch vụ góp phần hình thành mối liên kết kinh tế giữa thị trường đô thị và thị trường nông thôn, giữa người sản xuất và người tiêu dùng.

Việc hình thành phát triển Hợp tác xã Thương mại-Dịch vụ mặc dù dựa trên nguyên tắc tự nguyện nhưng cần có sự định hướng và hỗ trợ của Nhà nước như xây dựng mô hình tổ chức điểm, đặc biệt là việc hướng dẫn, đào tạo về chuyên môn nghiệp vụ.

Các Hợp tác xã Thương mại-Dịch vụ có thể tổ chức kinh doanh tổng hợp và cũng có thể chỉ kinh doanh một/một số mặt hàng, một loại dịch vụ tùy thuộc vào điều kiện cụ thể của từng địa phương và khả năng kinh doanh của từng Hợp tác xã. Trước mắt cần hướng các Hợp tác xã tập trung kinh doanh vào các mặt hàng phục vụ sản xuất như: phân bón, thuốc trừ sâu, giống cây-con, nông cụ, các mặt hàng tiêu dùng hàng ngày của dân cư. Ngoài ra các Hợp tác xã còn là đầu mối thu gom hoặc tổ chức chế biến hàng nông lâm, thủy sản trên địa bàn.

- Phát triển Hộ kinh doanh thương mại:

Tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi, khuyến khích phát triển nhanh hộ kinh doanh thương mại. Với đặc điểm linh hoạt, thích ứng nhanh với sự biến đổi nhu cầu thị trường, môi trường kinh doanh, cơ sở vật chất nhỏ gọn là các quầy hàng, cửa hàng độc lập... hộ kinh doanh tạo ra mạng lưới bán lẻ phủ khắp địa bàn. Nhà nước tạo cơ chế để hộ kinh doanh thương mại tăng cường các hình thức mua bán theo hợp đồng với các doanh nghiệp sản xuất và phân phối, từng bước liên kết theo địa bàn, theo ngành nhóm hàng để tăng khả năng cạnh tranh, hình thành các chuỗi cửa hàng bán lẻ, đưa các cửa hàng bán lẻ của các hộ kinh doanh trở thành “cứ điểm” bám sát sản xuất và tiêu dùng, trở thành phương cách cơ bản để mở rộng lưu thông trên tất cả các khu vực thị trường của tỉnh. Ưu tiên phát triển hộ kinh doanh thương mại còn góp phần rất hiệu quả trong chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông thôn, tăng thu nhập, giải quyết việc làm cho người lao động.

III. QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI

1. Quy hoạch Trung tâm thương mại

Trung tâm thương mại là đầu mối tổ chức các giao dịch thương mại, xúc tiến thương mại, giới thiệu sản phẩm, đàm phán, ký kết hợp đồng kinh tế, bán buôn, bán lẻ hàng hóa và cung ứng các dịch vụ khác liên quan đến hoạt động thương mại... Theo quy định hiện hành: Trung tâm thương mại hạng I có diện tích kinh doanh từ 50.000 m² trở lên, có nơi trông giữ xe phù hợp với quy mô kinh doanh, 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 trung tâm. Hoạt động đa chức năng cả về kinh doanh hàng hóa và kinh doanh các loại hình dịch vụ, bao gồm: khu vực để bố trí các cửa hàng bán buôn, bán lẻ hàng hóa; nhà hàng, khách sạn; khu vực để tổ chức hội chợ

triển lãm trưng bày giới thiệu hàng hóa; 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... Trung tâm thương mại hạng II: có đầy đủ các yêu cầu về cơ sở vật chất, chức năng như Trung tâm thương mại loại I, nhưng có diện tích kinh doanh từ 30.000 m² trở lên; Trung tâm thương mại hạng III có đầy đủ các công năng như Trung tâm thương mại loại I và II, nhưng diện tích kinh doanh nhỏ hơn, từ 10.000 m² trở lên.

Căn cứ quy định của nhà nước, điều kiện phát triển kinh tế- xã hội của địa phương, việc phát triển Trung tâm thương mại trên địa bàn tỉnh Yên Bái được quy hoạch với tính chất mở và tuân thủ định hướng quy hoạch như sau:

Giai đoạn 2016 - 2020:

- Trên địa bàn thành phố Yên Bái xây dựng 02 Trung tâm thương mại, tiêu chuẩn hạng II là Trung tâm thương mại Vingroup; Trung tâm thương mại Tôn Hoa Sen.

- Quy hoạch xây dựng 03 Trung tâm thương mại tiêu chuẩn hạng III tại Thị xã Nghĩa Lộ, Thị trấn Mậu A- Huyện Văn Yên; Thị trấn Yên Thế - Huyện Lục Yên.

Vị trí xây dựng Trung tâm thương mại thỏa mãn các điều kiện: liền kề trục giao thông chính, thuận tiện cho giao dịch, vận chuyển hàng hoá.

Vốn đầu tư xây dựng 976 tỷ đồng do các tổ chức, cá nhân kinh doanh chịu trách nhiệm và các chủ đầu tư được hưởng chính sách ưu đãi đầu tư chung của Nhà nước, của tỉnh Yên Bái, bình đẳng như các ngành và lĩnh vực kinh tế khác.

Giai đoạn 2021 - 2030: Quy hoạch 03 Trung tâm thương mại, gồm:

+ Thành phố Yên Bái: Quy hoạch xây mới Trung tâm thương mại Dịch vụ - Tổng hợp Phúc Lộc;

+ Huyện Yên Bình: Quy hoạch xây mới Trung tâm thương mại tại thị trấn Yên Bình;

+ Huyện Văn Chấn: Quy hoạch xây mới Trung tâm Thương mại xã Sơn Thịnh.

Nhu cầu vốn đầu tư giai đoạn 2021- 2030 là 240 tỷ đồng, nguồn vốn do doanh nghiệp huy động đầu tư.

Biểu 5: Danh mục các Trung tâm thương mại

TT	Tên dự án	Địa điểm thực hiện	Cấp độ	Nhu cầu vốn (Tỷ đồng)
----	-----------	--------------------	--------	-----------------------

				Tổng số	NS	Vốn khác
A	Giai đoạn 2016- 2020					
1	Trung tâm thương mại Vingroup	Đường Thành Công, Phường Nguyễn Thái Học	Hạng II	436		436
2	Trung tâm Thương mại Tôn Hoa Sen	Đường Nguyễn Tất Thành, Phường Đồng Tâm	Hạng II	300		300
3	Trung tâm Thương mại Nghĩa Lộ	Thị xã Nghĩa Lộ	Hạng III	80		80
4	Trung tâm Thương mại Văn Yên	Thị trấn Mậu A	Hạng III	80		80
5	Trung tâm Thương mại Lục Yên	Thị trấn Yên Thế	Hạng III	80		80
	VĐT 2016-2020			976		976
B	Từ 2020 đến 2030					
1	Trung tâm Thương mại Phúc Lộc	Xã Phúc Lộc, Thành phố Yên Bái	Hạng III	80		80
2	Trung tâm Thương mại Yên Bình	Thị trấn Yên Bình, huyện Yên Bình	Hạng III	80		80
3	Trung tâm Thương mại Sơn Thịnh	Xã Sơn Thịnh, huyện Văn Chấn	Hạng III	80		80
	VĐT 2021-2030			240		240
	Tổng số:			1.216	0	1.216

* Tên Trung tâm thương mại trong QH này chỉ là tạm gọi.

2. Quy hoạch phát triển cụm thương mại, dịch vụ

Khu, cụm thương mại, dịch vụ trong quy hoạch này được hiểu là một khu vực địa lý được xác định cụ thể về không gian, về diện tích, bao gồm một quần thể kiến trúc các công trình hạ tầng thương mại được đầu tư quy hoạch hoàn chỉnh cơ sở hạ tầng kỹ thuật... nhằm thu hút các nhà đầu tư xây dựng các cơ sở kinh doanh thương mại - dịch vụ một cách tập trung, liên hoàn có hệ thống.

Về định hướng đầu tư: Nhà nước sẽ quy hoạch chi tiết, giải phóng mặt bằng, xây dựng hạ tầng kỹ thuật, các doanh nghiệp sẽ đầu tư cơ sở kinh doanh. Một phương án khác, Nhà nước sẽ giải phóng mặt bằng, sau đó kêu gọi nhà đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng trong khu thương mại và tổ chức kinh doanh thu hồi vốn,

phương án cụ thể sẽ do UBND tỉnh quyết định.

Đề tận dụng lợi thế do hành lang kinh tế Hà Nội - Lào Cai - Côn Minh mang lại, phù hợp với quy hoạch tổng thể trên tuyến hành lang, Yên Bái sẽ quy hoạch xây dựng một số Cụm thương mại dịch vụ tổng hợp gắn với tuyến đường dẫn ra các lối mở trên trục đường cao tốc Hà Nội - Lào Cai và các dự án phát triển giao thông trọng điểm, cụ thể:

- *Giai đoạn 2016-2020*: Quy hoạch 03 cụm thương mại dịch vụ, diện tích đất 21 ha; VĐT dự kiến 230 tỷ đồng, nguồn VĐT do doanh nghiệp thực hiện.

+ Cụm thương mại, dịch vụ gần nút giao IC12 đường đi Vân Hội. Các loại hình kinh doanh chính: kinh doanh xăng dầu; dịch vụ bảo dưỡng, cứu hộ phương tiện giao thông, siêu thị bán lẻ, vận tải hành khách và hàng hoá, quy mô 10 ha. VĐT dự kiến 100 tỷ đồng;

+ Cụm thương mại, dịch vụ tổng hợp Chân Thiên Mỹ - Đường Âu Cơ - TP Yên Bái. Các loại hình kinh doanh chính: kinh doanh xăng dầu; dịch vụ bảo dưỡng, cứu hộ phương tiện giao thông, siêu thị bán lẻ, vận tải hành khách và hàng hoá, quy mô 10 ha. VĐT dự kiến 100 tỷ đồng;

+ Cụm thương mại, dịch vụ tổng hợp Nghĩa Lộ có chức năng bán buôn, bán lẻ hàng hóa chủ yếu cho vùng phía Tây, diện tích 1 ha. VĐT dự kiến 30 tỷ đồng.

- *Giai đoạn 2021-2030*: Quy hoạch 05 cụm thương mại dịch vụ, diện tích đất 50 ha; VĐT dự kiến 500 tỷ đồng.

+ Cụm thương mại, dịch vụ tổng hợp Minh Quân: địa chỉ thôn Đồng Danh và thôn Ngọn Ngòi, xã Minh Quân, huyện Trấn Yên, quy mô diện tích 10 ha. Các ngành kinh doanh chính là xăng dầu; vật tư; dịch vụ vận tải; dịch vụ kho bãi; dịch vụ tài chính và bảo hiểm; khách sạn- nhà hàng. VĐT dự kiến 100 tỷ đồng;

+ Cụm thương mại, dịch vụ tổng hợp Hợp Minh. Các loại hình kinh doanh chính: kinh doanh xăng dầu; dịch vụ bảo dưỡng, cứu hộ phương tiện giao thông, siêu thị bán lẻ, quy mô 5 ha. VĐT dự kiến 70 tỷ đồng;

+ Cụm thương mại, dịch vụ tổng hợp Yên Bình, ngã tư đường Km5- Yên Bình với đường km 10-Văn phú. Các loại hình kinh doanh chính: kinh doanh xăng dầu; dịch vụ bảo dưỡng, cứu hộ phương tiện giao thông, siêu thị bán lẻ, vận tải hành khách và hàng hoá, quy mô 5 ha. VĐT dự kiến 70 tỷ đồng;

+ Cụm thương mại, dịch vụ tổng hợp Đông An. Địa chỉ xã Đông An, huyện Văn Yên, quy mô diện tích 10 ha. Các ngành kinh doanh chính là xăng dầu; vật tư cho ngành khai thác và chế biến khoáng sản; dịch vụ vận tải; dịch vụ kho bãi; dịch vụ tài chính và bảo hiểm; khách sạn - nhà hàng. VĐT dự kiến 100 tỷ đồng;

+ Cụm thương mại, dịch vụ tổng hợp An Thịnh tại nút giao IC 14 Cao tốc Hà Nội - Lào Cai. Địa chỉ xã An Thịnh, huyện Văn Yên, quy mô diện tích 5 ha. Các ngành kinh doanh chính là xăng dầu; vật tư cho ngành khai thác và chế biến khoáng sản; dịch vụ vận tải; dịch vụ kho bãi; dịch vụ tài chính và bảo hiểm; khách sạn- nhà hàng. VĐT dự kiến 70 tỷ đồng.

Tùy tình hình cụ thể theo nhu cầu đề xuất của các chủ đầu tư, địa điểm thu hút đầu tư có thể thay đổi cho phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội và quỹ đất.

3. Quy hoạch phát triển siêu thị, cửa hàng tự chọn, cửa hàng tiện ích

Siêu thị là một loại hình kinh doanh thương mại hiện đại, phương thức kinh doanh chủ yếu của siêu thị là bán lẻ, cũng có thể kết hợp một phần bán buôn. Hình thức bán lẻ chủ yếu là tự chọn, có thể kết hợp một phần hình thức bán hàng truyền thống. Dưới tác động của thành tựu khoa học- công nghệ, đặc biệt là lĩnh vực điện tử- tin học- viễn thông, các siêu thị có thể áp dụng rộng rãi các hình thức bán hàng qua điện thoại, thương mại điện tử... chủng loại hàng hóa trong siêu thị phong phú, đa dạng từ các loại thực phẩm, kể cả thực phẩm tươi sống đến các đồ dùng gia dụng, vật tư thiết bị tiêu dùng cao cấp, chất lượng hàng hóa trong siêu thị được đảm bảo, nguồn gốc xuất xứ hàng hóa rõ ràng, giá cả niêm yết công khai.

Có các loại hình siêu thị tổng hợp và siêu thị chuyên doanh, được phân thành 3 hạng theo quy mô từ hạng I, hạng II, hạng III. Ngoài ra có các hình thức bán hàng như các cửa hàng tiện ích, cửa hàng tự chọn

Định hướng quy hoạch siêu thị, cửa hàng tiện ích, cửa hàng tự chọn cụ thể như sau:

Khuyến khích mọi thành phần kinh tế đầu tư phát triển các siêu thị, các cửa hàng tiện ích, tự chọn trên địa bàn trung tâm huyện, thị xã, thành phố trong tỉnh, các khu vực tập trung đông dân cư, khu đô thị mới, trung tâm các xã, các khu du lịch...

Giai đoạn 2016-2020:

Duy trì, nâng cao chất lượng phục vụ của siêu thị Anh Mỹ hiện có trên địa bàn thành phố và các hoạt động của các trung tâm bán hàng chuyên doanh lĩnh vực điện tử, điện lạnh như Trung tâm Điện Máy Xanh, Trung tâm điện tử - điện lạnh Trần Anh, Điện tử - điện lạnh Tuyền Hằng... Đẩy nhanh tiến độ đầu tư xây dựng Siêu thị Hưng Yên, hạng III: Phường Nguyễn Thái Học - TP Yên Bái, diện tích đất 1.600m², vốn đầu tư 6 tỷ đồng

Do đã có định hướng xây mới 05 Trung tâm thương mại (TTTTM) trong giai đoạn này, nên tùy tình hình cụ thể sẽ mời gọi đầu tư 1 đến 2 siêu thị tổng hợp hoặc chuyên doanh, đầu tư tại thành phố Yên Bái hoặc các thị trấn huyện lỵ. Diện tích đất 2.000 m², VĐT dự kiến 30 tỷ đồng.

Quy hoạch một số cửa hàng tự chọn, cửa hàng tiện ích kinh doanh tổng hợp: Tân Thịnh, Giới Phiên - TP Yên Bái; Trung tâm Thị Xã Nghĩa Lộ; Minh Quân - Trấn Yên; Đông Công - Văn Yên. Diện tích sử dụng đất 1.500 m², VĐT dự kiến 25 tỷ đồng.

Giai đoạn 2021 - 2030:

Dự báo trong giai đoạn này kinh tế của tỉnh có bước phát triển, hình thành một số tuyến giao thông nội tỉnh mới gắn với các trung tâm hành chính, kinh tế tỉnh với và các khu đô thị mới, khai thác thuận lợi tuyến đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai. Nhu cầu phát triển kinh tế, nhu cầu tiêu dùng của nhân dân tăng nhanh, cần thiết phải bố trí các điểm thương mại dịch vụ.

Theo quy hoạch mở, mỗi huyện, thị xã, thành phố và tại các thị trấn trực thuộc cần bố trí vị trí xây dựng siêu thị, cửa hàng tiện ích, tự chọn một cách hợp lý, hài hoà với các loại hình kinh doanh khác, vốn đầu tư do các doanh nghiệp đảm nhận. Để tránh lãng phí nguồn lực đầu tư xã hội và cạnh tranh không cần thiết, các siêu thị, cửa hàng tiện ích cần có cự ly hợp lý, phù hợp với sức mua, phù hợp với quy hoạch đô thị khu dân cư. (Mật độ thích hợp cho mỗi 1 siêu thị tổng hợp và 2 siêu thị chuyên doanh bán kính phục vụ 5km²). Các địa phương cần bố trí quỹ đất dành cho phát triển siêu thị, cửa hàng tự chọn, trong trường hợp không còn quỹ đất, các chủ đầu tư có nhu cầu cần thực hiện việc chuyển nhượng quyền sử dụng đất theo quy định của pháp luật.

Quy hoạch mới 8 siêu thị, diện tích đất sử dụng 8.000m², VĐT dự kiến 120 tỷ đồng; Quy hoạch 6 cửa hàng tự chọn, cửa hàng tiện ích, diện tích đất sử dụng 1.800m², VĐT: 30 tỷ đồng, gồm:

- Siêu thị Yên Bình, hạng III: Thị trấn Yên Bình - Huyện Yên Bình, diện tích đất 1.000m², vốn đầu tư 15 tỷ đồng;

- Siêu thị Trấn Yên, hạng III: Thị trấn Cổ Phúc - Trấn Yên, diện tích đất 1.000m², vốn đầu tư 15 tỷ đồng;

- Siêu thị Văn Chấn, hạng III: Xã Sơn Thịnh - Huyện Văn Chấn. diện tích đất 1.000m², vốn đầu tư 15 tỷ đồng;

- Siêu thị Phúc Lộc, hạng III: TP Yên Bái, diện tích đất 1.000m², vốn đầu tư 15 tỷ đồng;

- Siêu thị Giới Phiên, hạng III: TP Yên Bái, diện tích đất 1.000m², vốn đầu tư 15 tỷ đồng;

- Siêu thị Nghĩa Lộ, hạng III: TX Nghĩa Lộ, diện tích đất 1.000m², vốn đầu tư 15 tỷ đồng;

- Siêu thị Văn Hội, hạng III: Trấn Yên, diện tích đất 1.000m², vốn đầu tư 15 tỷ đồng;

- Siêu thị Văn Yên, hạng III: Văn Yên, diện tích đất 1.000m², vốn đầu tư 15 tỷ đồng;

Quy hoạch các cửa hàng tự chọn, cửa hàng tiện ích: Thác Bà, Tân Hương - Yên Bình; Khau phạ - Mù Cang Chải; Yên Thế - Lục Yên; Ba khe - Văn Chấn, diện tích 6.000 m², VĐT dự kiến 30 tỷ đồng.

4. Quy hoạch phát triển mạng lưới chợ

Đến nay, toàn tỉnh hiện có 104 chợ.

Đưa ra khỏi quy hoạch 7 chợ do hoạt động không hiệu quả hoặc nhiều năm nay không tổ chức họp chợ (*đề xuất của chính quyền địa phương chuyển đổi mục đích sử dụng chợ sang thu hút đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng thương mại như siêu thị mini, cửa hàng tiện lợi hoặc cửa hàng kinh doanh tổng hợp...*). gồm:

Chợ xã Minh Bảo - Thành phố Yên Bái; Chợ Ngọc - xã Cẩm Ân - Huyện Yên Bình; Chợ xã Tú lệ, xã Phù Nham, Thái lão-Thị trấn Nông trường Nghĩa Lộ, xã Nậm Búng, xã Sùng Đô - Huyện Văn Chấn.

Số chợ còn lại 97 chợ.

- *Giai đoạn 2016 – 2020*: Bổ xung quy hoạch 02 chợ: Chợ xã Gia Hội, huyện Văn Chấn hạng III (đang xây dựng); Chợ Đầu mối, nông sản An Thịnh, nút giao IC14 đưa tổng số chợ trên toàn tỉnh giai đoạn này là 99 chợ. Diện tích đất cho 2 chợ 10.000 m², VĐT dự kiến 10 tỷ đồng.

Trong giai đoạn này tiếp tục mời gọi đầu tư nâng cấp một số chợ: Chợ thành phố Yên Bái; chợ Mậu A huyện Văn Yên, chợ Yên Thế huyện Lục Yên; Chợ thị trấn Cổ Phúc huyện Trấn Yên, Chợ trung tâm huyện Yên Bình huyện Yên Bình, Chợ Sơn Thịnh huyện Văn Chấn; Chợ trung tâm huyện Mù Cang Chải...

Quy hoạch chợ nông thôn mới (Đạt tiêu chí 7)

Căn cứ Quyết định 3632/QĐ-UBND ngày 21/12/2016 của Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái về việc phê duyệt kế hoạch triển khai thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới tỉnh Yên Bái, trong giai đoạn 2016-2020 thực hiện chuẩn nông thôn mới 58 xã, trong đó có 30 xã có chợ. trong 30 xã đã có 5 xã có chợ đạt chuẩn nông thôn mới, để đảm bảo chợ các xã còn lại đạt tiêu chuẩn theo tiêu chí 7 cần tập trung đầu tư nâng cấp chợ 25 xã đến 2020. VĐT từ chương trình xây dựng nông thôn mới, dự kiến 25 tỷ đồng.

- *Giai đoạn 2021-2030*: Duy trì ổn định hoạt động của 99 chợ. Tiếp tục mời gọi đầu tư nâng cấp các chợ; Riêng chợ nông thôn, cần hỗ trợ đầu tư từ ngân sách, để ít nhất 21 chợ nữa đạt tiêu chí nông thôn mới.

Biểu: Danh sách chợ xóa bỏ giai đoạn 2016 - 2020

STT	Tên chợ	Địa chỉ	Hình thức đầu tư	Diện tích xây dựng/đất (m ²)	Tổng vốn (triệu đồng)
I	Thành phố Yên Bái				
1	Chợ Minh Bảo	Thôn Thanh Niêm 1, xã Minh Bảo	BKC	400/1.200	175
II	Huyện Yên Bình				
1	Chợ Ngọc	Thôn 10, xã Cẩm Nhân	KC	2.683/90	573
II	Huyện Văn Chấn				
1	Chợ Tú Lệ	Thôn Pon Ban, xã Tú Lệ	BKC	950/1.200	500
2	Chợ Phù Nham	Thôn Cầu Thia, xã Phù Nham	KC	315/1.895	494
3	Chợ Thái Lão	Tổ dân phố 4B, TTNT Nghĩa Lộ	KC	110/578	411
4	Chợ Nậm Búng	Thôn Trung Tâm, xã Nậm Búng	BKC	90/340	300
5	Chợ Sùng Đô	Thôn Ngã 3, xã Sùng Đô	KC	328/1.714	320
	Tổng cộng			2.193/6.927	2.200

5. Xây dựng cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn khác (ngoài chợ)

Cơ sở hạ tầng thương mại trong những năm tới ngày càng phát triển nhằm phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế - xã hội từ thành thị đến nông thôn, tại quy hoạch này đề cập đến sự phát triển cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn, trong đó khu vực nông thôn là khu vực địa giới hành chính không bao gồm địa bàn phường, thị trấn (theo Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19 tháng 12 năm 2013 của Chính phủ về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn). Cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn mới là hạ tầng thương mại được thiết lập tại địa bàn xã, bao gồm chợ nông thôn hoặc cơ sở bán lẻ khác (siêu thị mini hoặc cửa hàng tiện lợi hoặc cửa hàng kinh doanh tổng hợp).

Trong đó: Siêu thị mini là loại hình siêu thị có diện tích nhỏ hơn và danh mục hàng hóa kinh doanh với số lượng tên hàng ít hơn siêu thị hạng III được quy định tại Khoản 3, Điều 3 của Quy chế siêu thị, trung tâm thương mại được phê duyệt theo Quyết định số 1371/2003/QĐ-BTM. Cửa hàng tiện lợi hoặc cửa hàng kinh

doanh tổng hợp ở nông thôn là loại hình cơ sở bán lẻ quy mô nhỏ; kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thiết yếu với cuộc sống, sinh hoạt hàng ngày của người dân.

Định hướng những chợ hiện không hoạt động hoặc hoạt động kém hiệu quả qua rà soát được sự đồng ý về chủ trương của chính quyền địa phương hướng chuyển đổi công năng sử dụng đối với chợ tại các xã Tú Lệ, chợ Thái Lão-TTNT Nghĩa Lộ, chợ xã Nậm Búng, chợ xã Sùng Đô huyện Văn Chấn sang hướng thu hút vào đầu tư cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn như siêu thị mini, cửa hàng tiện lợi hoặc cửa hàng kinh doanh tổng hợp khác.

Còn lại với các xã khác tùy vào điều kiện phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Ủy ban nhân dân cấp huyện định hướng thu hút đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng thương mại phù hợp với địa phương, đảm bảo lợi ích hài hòa giữa đầu tư hiệu quả, khai thác triệt để tránh lãng phí trong đầu tư.

6. Quy hoạch hệ thống hạ tầng Logistics

Hệ thống kho bãi, trung tâm Logistics có một vị trí vai trò quan trọng trong hoạt động thương mại, cần được khuyến khích phát triển theo hướng đồng bộ, chuyên nghiệp, hiện đại trên cơ sở huy động tích cực mọi nguồn lực của xã hội trên phạm vi cả nước.

Trong giai đoạn từ nay đến 2020, tầm nhìn 2030, cùng với sự phát triển của tuyến hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng, dòng luân chuyển hàng hoá, dịch vụ trên tuyến đường bộ cao tốc và đường sắt liên vận nối liền thị trường Việt Nam, với thị trường Tây Nam Trung Quốc và các nước ASEAN gia tăng. Đồng thời, với sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng sản xuất hàng hoá tập trung, Yên Bái sẽ hình thành một số ngành hàng có quy mô sản lượng lớn, điều kiện này đặt ra yêu cầu cần phải tăng cường xây dựng hệ thống kho đầu mối, nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu cung ứng vật tư cho sản xuất và tiêu dùng, thực hiện bảo quản, tiêu thụ, trung chuyển hàng hoá từ Yên Bái đi thị trường Vân Nam để xuất khẩu.

Phát triển hệ thống kho đầu mối cần bảo đảm định hướng: xây dựng ở những vị trí thuận lợi, gần các đầu mối giao thông, thuận tiện cho việc vận chuyển, bốc dỡ hàng hoá, cơ sở vật chất, trang thiết bị phù hợp với tính chất lý hoá đặc trưng của hàng hoá; hệ thống kho được xây dựng với quy mô hợp lý để nâng cao hiệu quả sử dụng, hoạt động ổn định trong điều kiện có thiên tai lũ lụt. Đảm bảo đồng bộ với hệ thống logistics cả nước đã được Chính phủ quy hoạch tại Quyết định số 1012/QĐ-BCT ngày 03/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm Logistics trên địa bàn cả nước đến năm 2020, định hướng đến năm 2030; Quyết định số 200/QĐ-TTg ngày 14/2/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Kế hoạch hành động nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ Logistics Việt Nam đến năm 2025,

6.1. Hệ thống Trung tâm Logistics, Cảng trung chuyển nội địa ICD:

- Giai đoạn 2016-2020:

+ Quy hoạch và mời gọi đầu tư xây dựng 01 trung tâm logistics tại khu vực Ga Văn Phú phát triển thành Cảng nội địa, đảm bảo yêu cầu kho chứa, bảo quản hàng hóa, đóng hàng, làm thủ tục thông quan và cung cấp dịch vụ vận tải đa phương thức. Diện tích đất dự kiến 15 ha; VĐT 200 tỷ đồng;

+ Quy hoạch Trung tâm Logistic khu vực nút giao IC12, đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai và đường tránh ngập thành phố Yên Bái, do Tập đoàn Tôn Hoa sen đầu tư. Bao gồm kho, bãi chứa hàng hóa, dịch vụ vận tải, sửa chữa...Diện tích dự kiến 20ha, VĐT 300 tỷ đồng.

- Giai đoạn 2021 - 2030

+ Định hướng quy hoạch 03 trung tâm logistics tại khu vực Lục Yên, Văn Yên và Văn Chấn - Nghĩa Lộ phục vụ vận tải hàng hóa khu vực lân cận, kết nối với Cảng hàng không Lào Cai tại huyện Bảo Yên - Lào Cai và Cảng trung chuyển nội địa ICD Văn Phú. Diện tích 30 ha, VĐT 150 tỷ đồng;

6.2. Hệ thống kho bãi/điểm tập kết hàng hóa:

+ *Giai đoạn đến năm 2020*, kêu gọi đầu tư các kho dự trữ, bảo quản hàng hóa, đặc biệt là hàng hóa nông sản vệ tinh cho Trung tâm logistics tại các địa phương: Văn Chấn - Nghĩa Lộ, Lục Yên, Văn Yên gắn với các nút giao thông kết nối Quốc Lộ 70, Quốc lộ 32 với cao tốc Hà Nội – Lào Cai và các tỉnh lân cận; diện tích đất sử dụng 3000 m², VĐT 15 tỷ đồng

+ *Định hướng đến 2030* sẽ có ít nhất một kho dự trữ hàng hóa sử dụng công nghệ tiên tiến tại các huyện, thị xã, thành phố.

7. Quy hoạch hệ thống hạ tầng Hội chợ triển lãm, kết hợp tổ chức sự kiện.

- *Giai đoạn 2016-2020:* Cùng với đầu tư xây dựng khu trung tâm của tỉnh tại đường Âu Cơ, kết hợp với đầu tư khu quảng trường, nơi tổ chức sự kiện của tỉnh, bao gồm cả công năng tổ chức hội chợ, triển lãm, trưng bày giới thiệu sản phẩm, thành tựu kinh tế xã hội của tỉnh. Diện tích đất khoảng 3 ha, VĐT dự kiến 100 tỷ đồng, bằng nguồn ngân sách nhà nước.

- *Giai đoạn 2021-2030:* Quy hoạch Trung tâm tổ chức sự kiện và hội chợ triển lãm khu vực phía tây tại thị xã Nghĩa Lộ. Diện tích đất 2 ha; VĐT dự kiến 50 tỷ đồng, nguồn ngân sách nhà nước.

8. Quy hoạch phát triển mạng lưới cửa hàng xăng dầu

Đối với quy hoạch mạng lưới kinh doanh xăng đã được phê duyệt giai đoạn trước chưa được đầu tư tiếp tục thực hiện trong các năm tiếp theo, gồm 61 cửa hàng. (Kèm phụ biểu 14)

Quy hoạch mới các cửa hàng kinh doanh xăng dầu, bổ sung phải hợp lý, đáp ứng đầy đủ nhu cầu tiêu thụ về xăng dầu cho sản xuất và đời sống nhân dân.

Quy hoạch các cửa hàng xăng dầu phải gắn với các khu công nghiệp, cụm công nghiệp, các khu đô thị trong tương lai và những tuyến giao thông quan trọng; chú trọng phát triển các cửa hàng ở khu vực nông thôn miền núi, vùng sâu, vùng xa nhằm góp phần phát triển kinh tế xã hội, đảm bảo quốc phòng an ninh.

Xây dựng cửa hàng xăng dầu theo qui mô thống nhất, công nghệ hiện đại, trang thiết bị tiên tiến, các cửa hàng xây mới phải đạt các tiêu chuẩn theo quy định hiện hành; Nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm phục vụ thuận lợi, an toàn và nâng cao hiệu quả trong kinh doanh xăng dầu.

Dự kiến nhu cầu xăng dầu của tỉnh đến 2030 sẽ đạt khoảng 200 nghìn tấn, tăng trưởng bình quân 13% năm. Để đáp ứng nhu cầu này, cần quy hoạch thêm những cửa hàng xăng dầu mới.

Theo quy hoạch mở, bình quân ở những phường, thị trấn, những xã vùng thấp, có các trục đường giao thông quốc lộ, tỉnh lộ chạy qua, quy hoạch từ 2 đến 3 cửa hàng xăng dầu; ở những xã khác tùy điều kiện cụ thể có thể bố trí quy hoạch bình quân 1 xã một đến 2 cửa hàng. Việc bố trí quy hoạch không ấn định ở một vị trí cụ thể, khi thẩm định đầu tư sẽ căn cứ vào các điều kiện hiện hành về kinh doanh xăng dầu như khoảng cách giữa các cửa hàng, diện tích đất... để quyết định cho phép đầu tư.

Căn cứ định hướng quy hoạch trên, trong giai đoạn đến 2030, Quy hoạch phát triển thêm ít nhất 73 cửa hàng tại các địa phương trong tỉnh như sau: Thành phố Yên Bái 6 cửa hàng, thị xã Nghĩa Lộ 5 cửa hàng, các huyện: Trấn Yên 16 cửa hàng, Văn Yên 9 cửa hàng, Yên Bình 6 cửa hàng, Lục Yên 10 cửa hàng, Văn Chấn 13 cửa hàng, Trạm Tấu 4 cửa hàng, Mù Cang Chải 4 cửa hàng. (Phụ biểu 15).

Như vậy trong giai đoạn đến 2030, sẽ quy hoạch 134 cửa hàng, trong đó: Giai đoạn 2016-2020 quy hoạch và đầu tư thêm ít nhất 50 cửa hàng, diện tích đất 25.000 m²; VĐT dự kiến 150 tỷ đồng; Giai đoạn 2021-2030, quy hoạch 84 cửa hàng, diện tích đất 42.000 m², VĐT dự kiến 252 tỷ đồng.

Việc phát triển mạng lưới cửa hàng được định hướng như sau:

+ Xây dựng Mạng lưới các cửa hàng kinh doanh bám sát quy hoạch phát triển hệ thống giao thông, kho cảng, hệ thống khu cụm công nghiệp, khu cụm thương mại của tỉnh đến năm 2030. Vị trí quy hoạch các cửa hàng sẽ được thể hiện trong quy hoạch chi tiết, nhưng tuân theo định hướng: Đối với đường một chiều, tại một

vị trí có thể bố trí 2 cửa hàng bán lẻ đối diện ở hai bên hành lang đường; đối với đường 2 chiều, các cửa hàng cần có khoảng cách theo quy định và được bố trí hài hoà ở cả hai phía hành lang đường, nhằm tạo điều kiện thuận lợi, an toàn cho các phương tiện lưu thông trên đường.

+ Kinh doanh trong môi trường cạnh tranh bình đẳng, tuân thủ chặt chẽ các quy định của pháp luật về địa điểm xây dựng, trang thiết bị, điều kiện kinh doanh và chất lượng và giá cả....

+ Khuyến khích hình thành hệ thống phân phối chặt chẽ, tạo ra sự liên kết theo mô hình chuỗi: đơn vị sản xuất (hoặc nhập khẩu), tổng đại lý, cửa hàng bán lẻ, nhằm đáp ứng đủ, kịp thời về số lượng, đảm bảo về chất lượng, phục vụ tốt nhất nhu cầu xăng dầu trong mọi điều kiện biến động của thị trường, của thời tiết.

9. Quy hoạch Hệ thống kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng.

Để đáp ứng tốt nhu cầu sử dụng khí dầu mỏ hóa lỏng ngày càng tăng trong các ngành kinh tế, cũng như nhu cầu chất đốt cho các hộ gia đình, đồng thời, đảm bảo tuyệt đối an toàn trong quá trình kinh doanh, việc phát triển mạng lưới kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng tuân thủ chặt chẽ các quy định của Nhà nước trong hoạt động kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng trên địa bàn tỉnh.

9.1. Quy hoạch hệ thống cửa hàng kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng.

Đối với các quy hoạch hệ thống cửa hàng kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng đã được phê duyệt chưa được đầu tư tiếp tục thực hiện trong các năm tiếp theo. (Kèm phụ biểu 16)

Quy hoạch hệ thống cửa hàng kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 theo hướng quy hoạch mở: Cần bố trí quy hoạch các cửa hàng kinh doanh gas hợp lý, vừa đảm bảo cung cấp cho người sử dụng với giá cả hợp lý, vừa phải đảm bảo an toàn và tránh tình trạng cạnh tranh không lành mạnh. Với các thị trấn, xã vùng thấp đông dân cư quy hoạch tối đa 10 cửa hàng, các xã còn lại từ 4 đến 8 cửa hàng.

Quy hoạch cơ sở kinh doanh LPG phải phù hợp với các quy hoạch xây dựng, giao thông, dân cư đô thị và kinh tế - xã hội của tỉnh; có tính kế thừa, phát triển cơ sở mới trên cơ sở cải tạo, nâng cấp hoặc sắp xếp lại các cơ sở kinh doanh hiện có. Phát triển ở những địa bàn chưa có cửa hàng kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng. Quy mô cửa hàng được xây dựng phù hợp với tiêu chuẩn nhà nước quy định; số lượng cơ sở cung ứng phù hợp với nhu cầu tiêu dùng LPG của thị trường và được phát triển theo quy hoạch trong từng giai đoạn. Có phân kỳ triển khai thực hiện.

Đối với cửa hàng kinh doanh LPG cùng với cửa hàng kinh doanh bán lẻ xăng dầu: Diện tích bố trí kinh doanh LPG phải đảm bảo không nhỏ hơn diện tích tối

thiếu của cửa hàng kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng. Có phần dành riêng bán LPG hợp lý, phù hợp với quy mô của cửa hàng; Không để lẫn với các mặt hàng kinh doanh khác; Cửa hàng kinh doanh LPG tại các cửa hàng xăng dầu phải đảm bảo khoảng cách đến các hạng mục bên trong cửa hàng xăng dầu theo quy định.

Quy hoạch Số lượng cửa hàng kinh doanh LPG được xác định theo số dân trên địa bàn, tốc độ tăng trưởng, phát triển các khu vực, nhu cầu sử dụng LPG trong công nghiệp, dịch vụ và xu hướng tiêu dùng LPG của các hộ gia đình trên từng phường, xã, thị trấn thuộc các huyện, thị xã, thành phố trong tỉnh.

Khi thẩm định, có xét đến các khu vực liền kề giữa các xã, phường, thị trấn để tránh tình trạng các cửa hàng có địa điểm quá sát nhau.

Trong giai đoạn đến 2030, Quy hoạch bổ xung ít nhất 392 cửa hàng bán lẻ khí dầu mỏ hóa lỏng trên địa bàn tỉnh, cụ thể như sau: Thành phố Yên Bái có 37 cửa hàng; thị xã Nghĩa Lộ 18 cửa hàng; huyện Trấn Yên có 56 cửa hàng; huyện Văn Yên 50 cửa hàng; huyện Yên Bình 57 cửa hàng; huyện Lục Yên 62 cửa hàng; huyện Văn Chấn 65 cửa hàng; huyện Trạm Tấu có 25 cửa hàng; huyện Mù Cang Chải có 22 cửa hàng. (*Phụ lục 17*. Trong đó giai đoạn 2016-2020 quy hoạch 100 cửa hàng, diện tích 5.000 m², VĐT 20 tỷ đồng; giai đoạn 2021-2030 các cửa hàng còn lại.

9.2. Quy hoạch các cơ sở chiết nạp, các kho dự trữ

Bố trí ở khu vực thuận tiện về giao thông, nhưng phải có khoảng cách an toàn đối với các công trình quan trọng, các khu dân cư tập trung, đảm bảo hoạt động an toàn trong mọi điều kiện thời tiết.

Trạm nạp LPG vào chai LPG là đơn vị sử dụng phương tiện, thiết bị chuyên dùng nạp LPG vào chai LPG để bán cho khách hàng, phải tuân thủ các quy định của pháp luật về kinh doanh khí dầu mỏ hoá lỏng, được cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện nạp LPG vào chai.

- Cấm bố trí trạm nạp LPG vào chai ở tầng hầm hoặc trong các tầng nhà của nhà cao tầng. Sàn trạm chiết nạp phải bằng phẳng, bằng hoặc cao hơn mặt bằng xung quanh.

Trong giai đoạn 2021-2030, quy hoạch thêm từ 2 đến 3 trạm chiết nạp gas, các kho dự trữ trên địa bàn tỉnh. Tùy theo nhu cầu của các nhà đầu tư, xem xét bố trí địa điểm cho phù hợp với các quy định hiện hành. diện tích đất 3.000 m², VĐT 30 tỷ đồng

10. Hệ thống hạ tầng thương mại điện tử

Định hướng đến 2030, cơ bản xây dựng các hạ tầng và triển khai các giải pháp, hoạt động hỗ trợ phát triển lĩnh vực thương mại điện tử ở tỉnh, đưa TMĐT trở thành hoạt động phổ biến, cụ thể:

- Đẩy mạnh phát triển hệ thống thanh toán điện tử, chú trọng phát triển hạ tầng thanh toán đáp ứng các dịch vụ công hành chính.

- Phát triển hạ tầng thẻ thông minh tích hợp thương mại điện tử.

- Hệ thống quản lý trực tuyến hoạt động hoàn tất đơn hàng và vận chuyển cho thương mại điện tử.

- Hạ tầng chứng thực và giao dịch đảm bảo cho thương mại điện tử.

- Hệ thống tiêu chuẩn trao đổi dữ liệu trong thương mại điện tử.

- Hệ thống đảm bảo lòng tin, bảo đảm quyền lợi cho người tiêu dùng cho hoạt động mua sắm trực tuyến và cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến.

- Hạ tầng chứng từ điện tử trong hoạt động thương mại.

IV. TỔNG HỢP NHU CẦU VỐN ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI.

1. Tổng nhu cầu vốn đầu tư và dự kiến cơ cấu nguồn vốn đầu tư

Để đầu tư phát triển kết cấu cơ sở hạ tầng thương mại theo hướng Nhà nước chỉ thực hiện hỗ trợ một phần vốn đối với các chương trình, dự án trọng điểm và các dự án có tính chất phục vụ công đồng, chi phí giải phóng mặt bằng, chi phí xây chợ nông thôn... còn lại sẽ huy động bằng chính sách thu hút vốn đầu tư từ các thành phần kinh tế.

Biểu: Tổng hợp nhu cầu vốn đầu tư giai đoạn 2016 - 2020

Đơn vị tính: tỷ đồng

STT	Lĩnh vực	Nhu cầu vốn	Vốn NS	Vốn khác
1	Trung tâm thương mại	976	0	976
2	Cụm Thương mại Dịch vụ	230	0	230
3	Siêu thị, cửa hàng tiện ích, tự chọn	61	0	61
4	Hệ thống chợ	35	25	10
5	Hệ thống hạ tầng Logistic	500	0	500
6	Kho bãi	15	0	15
7	Trung tâm HCTL	100	100	0
8	Mạng lưới xăng dầu	150	0	150
9	Mạng lưới khí dầu mỏ hóa lỏng	20	0	20
	Tổng số:	2.087	125	1.962

* Nhu cầu vốn được tạm tính

Biểu: Tổng hợp nhu cầu vốn đầu tư giai đoạn 2021 - 2030

Đơn vị tính: tỷ đồng

STT	Lĩnh vực	Nhu cầu vốn	Vốn NS	Vốn khác
1	Trung tâm thương mại	240	0	240
2	Cụm Thương mại Dịch vụ	410	0	410
3	Siêu thị, cửa hàng tiện ích, tự chọn	150	0	150
4	Hệ thống chợ	21	21	0
5	Hệ thống hạ tầng Logistic	150	0	150
6	Kho bãi	0	0	0
7	Trung tâm HCTL	50	50	0
8	Mạng lưới xăng dầu	252	0	252
9	Mạng lưới khí dầu mỏ hóa lỏng	70	0	20
	Tổng số:	1.347	61	1.286

2. Luận chứng lựa chọn các dự án ưu tiên đầu tư và danh mục các dự án ưu tiên đầu tư.

Căn cứ sự phát triển kinh tế xã hội, nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng trong giai đoạn tới, cần thiết phải đầu tư hệ thống hạ tầng thương mại. Để đảm bảo cân đối giữa nhu cầu và nguồn lực dự kiến lựa chọn các dự án ưu tiên đầu tư theo thứ tự như sau:

- Nâng cấp, cải tạo, xây mới các chợ nông thôn: Với những xã có chợ thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới tỉnh Yên Bái, giai đoạn 2016-2020. Hiện quy hoạch ngành công thương đưa quy hoạch 35 xã có chợ, do các chợ nông thôn hiện nay các hạng mục chợ xây dựng không đồng bộ, không đảm bảo các tiêu chí chợ nông thôn mới. Để chợ nông thôn trở thành nơi giao thương hàng hóa chủ đạo của các xã, cụm xã, cần thiết phải có sự đầu tư trên cơ sở lồng ghép các nguồn vốn, ngân sách nhà nước hỗ trợ để xây dựng các hạng mục thiết yếu, gồm 46 chợ (*kèm phụ biểu 18*).

- Đầu tư xây dựng các trung tâm thương mại, siêu thị tại trung tâm tỉnh lỵ các huyện, thị xã. Hiện nay đã có các nhà đầu tư có năng lực vào tỉnh thực hiện các dự án, đề xuất các dự án đầu tư mới, cần đẩy nhanh tiến độ các dự án đã đầu tư như dự án của tập đoàn Vingroup, Tôn Hoa Sen, đồng thời tiếp tục mời gọi các dự án mới (*kèm phụ biểu 19*).

- Đầu tư xây dựng hệ thống các cửa hàng kinh doanh xăng dầu, gas: Hiện nay mạng lưới giao thông đang được đầu tư phát triển mạnh, các khu đô thị, khu dân cư tập trung mới đang được hình thành, các cơ sở sản xuất kinh doanh, phương tiện giao thông, máy móc thiết bị sử dụng năng lượng xăng dầu gas đang tăng nhanh,

cần thiết phải sớm đầu tư hệ thống này. Vốn đầu tư do các doanh nghiệp thực hiện, nhà nước bố trí quy hoạch cửa hàng, quy hoạch đất để triển khai.

- Đầu tư các dự án có thể tạo ra bước phát triển đột phá trong hoạt động thương mại, nhất là hoạt động xuất nhập khẩu và hoạt động bán buôn, có ảnh hưởng tích cực đến quá trình phát triển sản xuất, tiêu dùng. Trong đó, đặc biệt ưu tiên các dự án thuộc hệ thống kết cấu hạ tầng bán buôn, bán lẻ hiện đại, các cảng và trung tâm logistic.

3. Nhu cầu nguồn nhân lực

Để đáp ứng nhu cầu phát triển thương mại giai đoạn 2016 - 2020, tầm nhìn 2030, cần thu hút, đào tạo nhân lực có trình độ cả về số lượng, chất lượng, có kỹ thuật cao, kết hợp các loại hình đào tạo ngắn hạn và dài hạn nhằm đáp ứng nhu cầu và yêu cầu ngày càng cao của thị trường về nguồn nhân lực.

Biểu 9: Nhu cầu nguồn nhân lực tăng thêm đến 2030

STT	Lĩnh vực	Nhu cầu lao động				Tổng số
		Phổ thông	Lao động qua đào tạo			
			Trung cấp, sơ cấp	Cao đẳng, Đại học	Sau Đại học	
1	Mạng lưới chợ, hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ, siêu thị, TTTM,...	2.000	200	100	20	2.320
2	Mạng lưới kinh doanh xăng dầu	268	134	0	0	402
3	Mạng lưới kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng LPG	400	400	0	0	800
4	Hệ thống Trung tâm HCTL, trưng bày sản phẩm	50	50	50	10	160
5	Hệ thống hạ tầng logistics	200	100	100	60	460
6	Lĩnh vực khác	1.000	100	100	0	1.200
	Tổng	3.918	984	350	90	5.342

4. Nhu cầu sử dụng đất phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại

Biểu: Sử dụng đất cho hạ tầng thương mại giai đoạn 2016-2020

STT	Lĩnh vực	Diện tích sử dụng đất (ha)	Ghi chú
1	Trung tâm Thương mại	2	
2	Cụm Thương mại dịch vụ	21	

3	Siêu thị, cửa hàng tiện ích	0,51	
4	Chợ QH mới	1	
5	Hạ tầng logistic	35	
6	Kho bãi	0,3	
7	Trung tâm hội chợ, triển lãm	3	
8	Mạng lưới xăng dầu	2,5	
9	Mạng lưới cửa hàng khí dầu mỏ hóa lỏng	0,5	
	Tổng số	65,8	

Biểu: Sử dụng đất cho hạ tầng thương mại giai đoạn 2021-2030

STT	Lĩnh vực	Diện tích sử dụng đất (ha)	Ghi chú
1	Trung tâm Thương mại	3	
2	Cụm Thương mại dịch vụ	35	
3	Siêu thị, cửa hàng tiện ích	0,98	
4	Chợ QH mới	0	
5	Hạ tầng logistic	30	
6	Kho bãi	0	
7	Trung tâm hội chợ, triển lãm	2	
8	Mạng lưới xăng dầu	4,2	
9	Mạng lưới cửa hàng khí dầu mỏ hóa lỏng	1,3	
	Tổng số	76,48	

V. ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG MÔI TRƯỜNG TỪ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI.

1. Khái quát hiện trạng môi trường từ các hoạt động thương mại của tỉnh Yên Bái, những tác động gây ô nhiễm môi trường chủ yếu

Song song với việc hoạt động thương mại phát triển nhanh là việc có nhiều tác động ảnh hưởng tới môi trường tự nhiên, môi trường xã hội. Cụ thể như sau:

a. Tác động môi trường của mạng lưới chợ

Các tác động trực tiếp lên môi trường là rác thải, nước thải, phát sinh trong kinh doanh. Mức độ ô nhiễm là tương đối cao ở các chợ khu vực thành phố, thị xã, thị trấn. Đặc biệt đối với các chợ kinh doanh thực phẩm tươi sống. Môi trường

nước và không khí trong chợ và khu vực lân cận bị ảnh hưởng do nước thải và các loại phế phẩm, không được thu gom kịp thời và xử lý đúng theo quy định. Rác thải từ các chợ còn là nguồn vi khuẩn gây nên các dịch bệnh cho con người và động vật.

- Về rác thải: Tại địa bàn đô thị, các chợ hạng II và các chợ loại III rác thải được thu gom bằng lực lượng chuyên môn hoá, do nhân viên công ty vệ sinh môi trường vào thu gom hoặc do nhân viên vệ sinh của chợ thực hiện hàng ngày và chuyển đi chôn lấp cùng với rác thải sinh hoạt. Công việc thu gom được tiến hành hàng ngày theo hợp đồng giữa đơn vị quản lý chợ với công ty vệ sinh môi trường. Tại địa bàn nông thôn, lượng rác thải của chợ chủ yếu là phế phẩm hàng nông - lâm sản và một lượng nhỏ rác vô cơ như bao PE, PP, mảnh gốm sứ...tuy lượng rác thải 1 ngày chợ không lớn, nhưng việc thu gom xử lý tùy tiện khá phổ biến như đốt, xả xuống kênh, suối, chôn lấp v.v.

Theo điều tra sơ bộ, lượng rác thải bình quân tại các chợ hạng II là 2-2,2 tấn/ngày; Chợ hạng III thành thị: 0,5- 0,6 tấn/ngày; Chợ hạng III nông thôn, vùng cao: Không xác định.

- 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 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 bị ô nhiễm nặng, đặc biệt là mùa hè.

Theo điều tra sơ bộ lượng nước thải bình quân: Chợ hạng II: 6-8m³/ngày; Chợ hạng III thành thị: 3-4 m³/ ngày; Chợ hạng III nông thôn, vùng cao: Không xác định.

b. Tác động môi trường của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu.

- Chất thải rắn: Được thu gom đem chôn lấp, một số để tái sử dụng như xỉ than, cám cưa, phoi tiện...

- Nước thải: Các cơ sở sản xuất có nguy cơ gây tác động đến môi trường như: sản xuất giấy để, tinh bột sắn,...

- Khí thải: qua khảo sát và kết quả phân tích của các cơ quan môi trường không khí bị ô nhiễm phần lớn xảy ra cục bộ trong khu vực sản xuất của các doanh nghiệp. Một số nhà máy sản xuất hàng xuất khẩu có lượng khí thải, bụi khá lớn, song cũng đã được xử lý, mức độ gây ô nhiễm diện rộng chưa xảy ra.

Tác động trực tiếp của kinh doanh xuất nhập khẩu đối với môi trường, thể hiện rõ nhất trong hoạt động nhập khẩu. Các chuyên gia môi trường đã từng cảnh

báo, trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, nếu các nước đang phát triển (trong đó có Việt Nam) không có chính sách quản lý nhập khẩu và quản lý môi trường hữu hiệu, thì các nước đang phát triển sẽ trở thành bãi rác của các nước phát triển.

c. Tác động môi trường của kinh doanh xăng dầu

Kinh doanh xăng dầu cũng là lĩnh vực có nguy cơ ô nhiễm môi trường cao. Trong quá trình kinh doanh, có thể có các sự cố như: tràn dầu, rò rỉ bồn chứa, đường ống, gây cháy nổ, xăng dầu rơi vãi trong thao tác bơm rót xăng dầu..., gây ra ô nhiễm ô nhiễm đất, nước và không khí.

Từ kết quả khảo sát các địa phương cho thấy: Phần lớn các cửa hàng bán lẻ xăng dầu được xây dựng trong khoảng thời gian gần đây có cơ sở vật chất và trang thiết bị tương đối hoàn chỉnh, hiện đại, được xây dựng trên các trục giao thông chính của thành phố, thị xã, khu dân cư mới, có mặt bằng phù hợp với yêu cầu kinh doanh, thiết bị phòng cháy chữa cháy tương đối đầy đủ. Đối với cửa hàng xây dựng trước đây, hầu hết có mặt bằng nhỏ, chật hẹp, rất gần với khu vực đông dân cư.

Các cửa hàng phần lớn có hệ thống thu gom và xử lý nước thải riêng. Tuy nhiên bên cạnh đó vẫn còn một số cửa hàng vẫn còn chưa có hệ thống thu gom và xử lý nước thải, quá trình kinh doanh, lượng xăng dầu rơi vãi đã theo hệ thống thoát nước công cộng đổ ra sông hồ, gây nên ô nhiễm nước. Tuy nhiên vì mục tiêu giảm hao hụt, tăng lợi nhuận, các cơ sở kinh doanh đã chú trọng đầu tư đồng bộ trang thiết bị, nên lượng xăng dầu rơi vãi trong các khâu được giảm thiểu, do đó tình trạng môi trường dần được cải thiện.

d. Tác động môi trường của kinh doanh phân bón, hoá chất thuốc bảo vệ thực vật

Hoá chất, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật là ngành hàng kinh doanh tiềm ẩn nhiều nguy cơ gây ô nhiễm môi trường. Khảo sát thực tế tại Yên Bái, hiện nay nhiều cơ sở kinh doanh chưa có các giải pháp phòng ngừa ô nhiễm môi trường. Đặc biệt tất cả cơ sở kinh doanh đều không có biện pháp thu gom xử lý rác thải riêng. Chất thải, rác thải vẫn được thu gom xử lý chung với rác thải sinh hoạt, cá biệt có một số đại lý bán hàng ngay tại nhà. Đây là một nguy cơ ô nhiễm môi trường và sức khoẻ người dân.

Nhận thức được nguy cơ gây ô nhiễm môi trường và tác hại sức khoẻ cộng đồng, vài năm trở lại đây Yên Bái đã có nhiều giải pháp tích cực nhằm hạn chế đến mức thấp nhất tác động của việc kinh doanh và sử dụng hoá chất phân bón thuốc bảo vệ thực vật. Như tổ chức quản lý chặt chẽ mạng lưới cung ứng. Thường xuyên triển khai kiểm tra điều kiện kinh doanh của các cơ sở. Tất cả các điểm kinh doanh thuốc bảo vệ thực vật đều phải xin giấy phép của sở nông nghiệp - phát triển nông thôn mới được phép kinh doanh.

Nguy cơ gây ô nhiễm môi trường, do hoạt động sản xuất - kinh doanh - sử dụng hoá chất, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật là rất lớn. Tác hại của sự ô nhiễm là rất lâu dài, để lại những hậu quả khôn lường đối với sức khoẻ con người và môi trường sinh thái. Hầu hết các cơ sở kinh doanh phân bón, hoá chất thuốc bảo vệ thực vật không có hệ thống kho chuyên dụng. Tuy nhiên, khả năng gây ô nhiễm môi trường trong lưu thông thấp hơn nhiều so với khâu sản xuất và sử dụng.

e. Tác động môi trường từ ngành kinh doanh dịch vụ

Đây là lĩnh vực kinh doanh phát triển rất mạnh trong những năm vừa qua. Mức độ phát triển thể hiện ở số lượng các cơ sở không ngừng tăng lên. Tác động môi trường của các cơ sở kinh doanh ăn uống giải khát, được đánh giá thông qua các điều tra về loại năng lượng sử dụng trong chế biến; lượng nước thải; chất thải rắn, cách thức thu gom và xử lý các chất thải tại cơ sở.

- Chất thải rắn: Tùy thuộc vào quy mô kinh doanh, chất thải rắn sẽ có khối lượng, thành phần khác nhau nhưng chủ yếu là: thức ăn thừa, chất dẻo, vỏ đồ hộp, giấy rác, phụ phẩm trong chế biến. Qua khảo sát thực tế tại một số cơ sở đã cho kết quả: hầu hết rác thải trong nhà hàng ăn uống được phân loại, đối với thức ăn thừa và phụ phẩm trong chế biến, các nhà hàng đều bán lại, hoặc cho các cơ sở chăn nuôi dùng làm thức ăn gia súc. Các loại bao bì có khả năng tái chế được nhà hàng gom và bán lại cho các cơ sở thu mua. Lượng rác thải còn lại sẽ được xử lý cùng rác thải sinh hoạt.

- Nước thải: Lượng nước thải hiện nay của các cơ sở kinh doanh ăn uống, hầu hết đều đổ trực tiếp vào hệ thống thoát nước công cộng, đổ ra sông suối ao hồ không qua bất kỳ một công đoạn xử lý nào, nên đã góp phần làm tăng mức độ ô nhiễm nguồn nước.

- Khí thải: ở đây chỉ đề cập đến khí thải từ sử dụng nhiên liệu phục vụ chế biến. Qua khảo sát sơ bộ, hiện nay có tới trên 50% các nhà hàng, quán ăn sử dụng than mỏ làm nhiên liệu đốt. Do đó thải ra một lượng đáng kể khí thải độc hại CO₂ và SO₂, tác hại trực tiếp lên sức khoẻ nhân viên phục vụ nhà hàng, có khả năng gia tăng ô nhiễm không khí.

Những tác động trực tiếp lên môi trường là vấn đề rác thải, nước thải, khí thải trong quá trình kinh doanh không được xử lý kịp thời sẽ gây nên ô nhiễm môi trường, ảnh hưởng đến vệ sinh an toàn thực phẩm, thiệt hại cho sức khoẻ người tiêu dùng, gây nên các dịch bệnh ở người và gia súc. Cần đặc biệt quan tâm đến quản lý giết mổ gia súc vì hoạt động này gây ra ô nhiễm môi trường nghiêm trọng.

2. Định hướng các mục tiêu bảo vệ môi trường

a. Quan điểm

- Phát triển thương mại phải tôn trọng các quy luật tự nhiên, hài hòa với thiên nhiên, thân thiện với môi trường; khuyến khích phát triển kinh tế phù hợp với đặc tính sinh thái của từng vùng, ít chất thải, các-bon thấp, hướng tới nền kinh tế xanh.

- Ưu tiên phòng ngừa và kiểm soát ô nhiễm; coi trọng tính hiệu quả, bền vững trong hoạt động kinh doanh thương mại. Bảo vệ môi trường là trách nhiệm của toàn xã hội, là nghĩa vụ của mọi người dân.

- Tổ chức, cá nhân hưởng lợi từ tài nguyên và các giá trị của môi trường phải trả tiền; gây ô nhiễm môi trường, suy thoái tài nguyên và đa dạng sinh học phải trả chi phí khắc phục, cải tạo, phục hồi và bồi thường thiệt hại.

b. Mục tiêu

Mục tiêu tổng quát: Kiểm soát, hạn chế về cơ bản mức độ gia tăng ô nhiễm môi trường, suy thoái tài nguyên và suy giảm đa dạng sinh học; tiếp tục cải thiện chất lượng môi trường sống; nâng cao năng lực chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững đất nước.

Mục tiêu cụ thể:

- Giảm về cơ bản các nguồn gây ô nhiễm môi trường.

- Giảm nhẹ mức độ suy thoái, cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên; kiểm chế tốc độ suy giảm đa dạng sinh học.

- Tăng cường khả năng chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, giảm nhẹ mức độ gia tăng phát thải khí nhà kính.

- Ngăn chặn, đẩy lùi xu hướng gia tăng ô nhiễm môi trường, suy thoái tài nguyên và suy giảm đa dạng sinh học; cải thiện chất lượng môi trường sống; chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu; hình thành các điều kiện cơ bản cho nền kinh tế xanh, ít chất thải, các-bon thấp vì sự thịnh vượng và phát triển bền vững đất nước.

3. Một số biện pháp giảm thiểu tác động đến môi trường

- Tăng cường công tác lãnh đạo chỉ đạo của các cấp ủy chính quyền các cấp về bảo vệ môi trường; đẩy mạnh công tác tuyên truyền về những nguy cơ ô nhiễm môi trường và các biện pháp giảm thiểu, để toàn dân có ý thức trong việc bảo vệ môi trường.

- Các dự án phát triển thương mại khi được đầu tư phải đảm bảo thực hiện đầy đủ các thủ tục về môi trường, xây dựng hệ thống xử lý chất thải đảm bảo theo tiêu chuẩn.

- Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát môi trường đối với các doanh nghiệp, các tổ chức cá nhân thực hiện kinh doanh thương mại. Xử lý kịp thời các cơ sở gây ô nhiễm.

- Tổ chức tốt hệ thống thu gom, xử lý chất thải. Ứng dụng các giải pháp kỹ thuật nhằm hoàn thiện hệ thống thu gom, vận chuyển và xử lý chất thải. Hoàn thiện hệ thống tiêu thoát nước mưa và thu gom, xử lý nước thải trong đô thị, trong các chợ, kho bãi, cảng cạn...

- Các cơ sở kinh doanh xăng dầu, ga phải chấp hành đầy đủ các quy định về kinh doanh mặt hàng có điều kiện. Có hệ thống dự trữ, cột bơm...tiên tiến hiện đại, giảm thiểu ô nhiễm không khí.

- Các cơ sở giết mổ gia súc gia cầm: Thực hiện quy hoạch các cơ sở giết mổ phù hợp, làm tốt công tác xử lý chất thải, ô nhiễm tiếng ồn, không khí tại các cơ sở này. Thực hiện công tác kiểm tra kiểm soát, không để các vi phạm xảy ra.

- Khuyến khích việc ứng dụng công nghệ về sản xuất sạch hơn nhằm phòng ngừa ô nhiễm tại nguồn trong các hoạt động sản xuất như: Tiết kiệm nguồn nhiên liệu, nguyên liệu và hạn chế phát sinh chất thải.

PHẦN THỨ BA

CÁC NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP CHỦ YẾU

Dự báo trong thời gian tới, trên địa bàn tỉnh, các loại hình thương mại truyền thống vẫn tồn tại song song với các hình thức thương mại hiện đại. Trong quá trình phát triển thương mại nội tỉnh cần thiết có sự kết hợp hài hoà giữa thương mại truyền thống và thương mại hiện đại, giữa quy mô tập trung với quy mô phân tán, cơ động, nhỏ lẻ để phù hợp điều kiện từng thị trường, địa bàn tỉnh miền núi.

Vớ định hướng như trên, một mặt cần thu hút đầu tư của các tập đoàn, công ty phân phối lớn trong và ngoài nước để hình thành và phát triển các cơ cấu thương mại hiện đại. Mặt khác, tiếp tục đẩy mạnh đầu tư đổi mới các hình thức thương mại truyền thống mà nòng cốt là các doanh nghiệp thương mại nhỏ và vừa, hộ kinh doanh. Để thực hiện được mục tiêu này các giải pháp cần tập trung như sau:

1. Tăng cường sự lãnh đạo của các cấp ủy Đảng, chính quyền các cấp trong lãnh đạo chỉ đạo phát triển ngành thương mại

- Quán triệt và nhận thức đầy đủ những định hướng chỉ đạo, quan điểm phát triển, mục tiêu nhiệm vụ...về phát triển thương mại trong Nghị quyết Đại hội toàn

quốc lần thứ XII của Đảng; Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVIII; Kế hoạch phát triển kinh tế xã hội tỉnh giai đoạn 2016-2020 đã được UBND tỉnh phê duyệt;

- Tăng cường công tác tuyên truyền sâu rộng trong hệ thống chính trị, đến toàn thể các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất và nhân dân về các chỉ thị, nghị quyết, những định hướng chỉ đạo, mục tiêu nhiệm vụ và những giải pháp chủ yếu trong phát triển thương mại, làm sâu sắc nhận thức, qua đó huy động sức mạnh tổng thể trong tổ chức thực hiện các mục tiêu nhiệm vụ đặt ra.

- Những chủ trương, định hướng chỉ đạo về phát triển thương mại phải được cụ thể hóa trong việc xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế xã hội hàng năm, kế hoạch trung hạn 5 năm. Tăng cường sự chỉ đạo tổ chức thực hiện để hoàn thành các mục tiêu nhiệm vụ, đưa thương mại thực sự trở thành cầu nối giữa sản xuất và tiêu thụ, là khâu quan trọng quyết định đến hiệu quả của sản xuất kinh doanh.

2. Nâng cao hiệu lực, hiệu quả của công tác quản lý nhà nước về thương mại

- Công tác quy hoạch kế hoạch: Hoàn thiện quy hoạch tổng thể phát triển ngành thương mại giai đoạn 2016-2020 định hướng 2030. Trên cơ sở đánh giá đầy đủ chính xác thực trạng và kết quả thực hiện phát triển thương mại trong giai đoạn đến 2015, những khó khăn thuận lợi, những nhân tố ảnh hưởng, nâng cao chất lượng công tác dự báo tình hình phát triển trong giai đoạn tiếp theo, xây dựng các quy hoạch phát triển ngành phù hợp với quy hoạch phát triển công nghiệp toàn quốc, quy hoạch phát triển KT- XH vùng trung du và miền núi phía Bắc, quy hoạch phát triển KT-XH của tỉnh.

Xây dựng kế hoạch phát triển thương mại hàng năm với các mục tiêu nhiệm vụ tiên tiến, phù hợp với sự phát triển kinh tế xã hội toàn tỉnh, theo lộ trình cụ thể, hướng đến mục tiêu hoàn thành thắng lợi các nhiệm vụ đã được nghị quyết Đại hội đảng bộ tỉnh lần thứ XVIII thông qua.

- Nâng cao hiệu quả công tác cải cách hành chính. Vận hành cơ chế một cửa, một cửa liên thông. Rà soát rút gọn những thủ tục hành chính rườm rà không cần thiết; công khai minh bạch các thủ tục để tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức cá nhân đến giao dịch; tăng cường giáo dục, đào tạo, đào tạo lại cán bộ, nâng cao tinh thần, trình độ và trách nhiệm phục vụ của đội ngũ cán bộ, công chức trong ngành. Tập trung nắm bắt cụ thể tình hình hoạt động, tháo gỡ khó khăn, động viên khuyến khích các doanh nghiệp phát triển sản xuất kinh doanh.

- Tăng cường công tác quản lý các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh, các dự án đầu tư thương mại. Hướng dẫn, kiểm tra việc tuân thủ pháp luật, tuân thủ các quy định của nhà nước, của tỉnh trong quá trình hoạt động. Kinh doanh phải

đảm bảo xử lý tốt về môi trường, tham gia giải quyết tốt các vấn đề về xã hội. Tăng cường thu hút đầu tư. Đôn đốc đẩy nhanh tiến độ thực hiện các dự án thương mại đã được cấp chứng nhận, quyết định chủ trương đầu tư, đặc biệt là các dự án có quy mô lớn, các dự án trọng điểm... Kiên quyết xử lý, thu hồi các dự án vi phạm quy định đầu tư hiện hành, giao cho các nhà đầu tư mới có đủ năng lực và uy tín để triển khai thực hiện.

- Tăng cường công tác xúc tiến thương mại theo hướng tăng nguồn kinh phí hỗ trợ XTTM, tập trung xúc tiến thương mại xuất khẩu, xây dựng thương hiệu hàng hóa, phát triển thương mại điện tử.

3. Tập trung phát triển hạ tầng đồng bộ gắn với phát triển các dịch vụ thương mại

- Phát triển Hạ tầng các chợ: Đến 2020 cơ bản hoàn thiện hạ tầng các chợ ở các trung tâm thành phố, thị xã và các huyện; Đầu tư xây dựng các chợ nông thôn đảm bảo quy mô bán kiên cố trở lên, phấn đấu đạt 50% các chợ nông thôn đạt tiêu chí chợ nông thôn mới.

Đầu tư mới một số trung tâm thương mại ở thành phố, thị xã và một số huyện vùng thấp, từng bước đầu tư các loại hình thương mại văn minh như siêu thị, trung tâm bán hàng chuyên doanh, cửa hàng tự chọn... tại các khu vực tập trung dân cư.

Phát triển mạng lưới các cửa hàng kinh doanh xăng dầu, gas đảm bảo tạo điều kiện thuận lợi cho sản xuất, tiêu dùng và nhiệm vụ quốc phòng an ninh.

- Tập trung phát triển hạ tầng giao thông trong nội tỉnh, gắn với các vùng sản xuất nguyên liệu, sản xuất hàng hóa lớn của tỉnh, tạo thuận lợi về giao thông liên huyện, liên xã cho vận tải nguyên liệu hàng hóa phục vụ sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

- Tập trung phát triển hệ thống lưới điện truyền tải. Tăng cường đầu tư lưới điện phân phối, đảm bảo cung cấp điện ổn định, có chất lượng tốt phục vụ sản xuất và tiêu dùng trong toàn tỉnh.

- Phát triển hạ tầng xã hội khác gắn với dịch vụ phục vụ phát triển thương mại: Viễn thông, Vận tải, kho bảo quản v.v...

4. Tập trung thu hút đầu tư cho phát triển thương mại

Mời gọi các thành phần kinh tế vào tỉnh đầu tư. Ưu tiên thu hút các doanh nghiệp các tập đoàn lớn vào thực hiện các dự án đầu tư các trung tâm thương mại, các siêu thị, các trung tâm Logistics có quy mô vừa và lớn, là hạt nhân tạo động lực cho phát triển thương mại. Chú trọng khuyến khích phát triển kinh tế tư nhân,

doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài, doanh nghiệp đầu tư phát triển thương mại vào nông nghiệp nông thôn.

Tạo môi trường thông thoáng, thuận lợi để mời gọi các tổ chức vào đầu tư. Bố trí nguồn lực hợp lý để thực hiện hỗ trợ đầu tư, nhất là việc hỗ trợ giải phóng, san tạo mặt bằng, bố trí mặt bằng sạch để dự án được nhanh chóng thực hiện.

5. Phát triển đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Tăng cường công tác đào tạo cán bộ quản lý, đào tạo nghề phù hợp với yêu cầu phát triển thương mại. Phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp, xác định nhu cầu sử dụng, đào tạo theo địa chỉ sử dụng, định hướng đào tạo đón đầu một số dự án sẽ đi vào hoạt động trong thời gian tới. Có chính sách hỗ trợ lao động nhập cư cho các dự án sử dụng nhiều lao động. Có kế hoạch định hướng nghề nghiệp cho học sinh trung học để chủ động tạo nguồn nhân lực hợp lý cho phát triển.

6. Phát triển thương mại gắn với bảo vệ môi trường sinh thái

Tổ chức tốt công tác thu gom xử lý chất thải nước thải, nhất là ở địa bàn thành phố, thị xã, trung tâm các huyện, các khu tập trung đông dân cư, trong đó có nguồn thải của các cơ sở kinh doanh, các chợ tập trung.

Ưu tiên các dự án vào đầu tư sản xuất kinh doanh các mặt hàng xuất khẩu, kinh doanh xăng dầu gas, có báo cáo đánh giá tác động môi trường với những biện pháp xử lý khả thi.

7. Về cơ chế chính sách

- Bố trí nguồn kinh phí hợp lý từ nguồn ngân sách tỉnh cho công tác đền bù giải phóng mặt bằng cho xây dựng các trung tâm thương mại, siêu thị, các điểm dịch vụ thương mại, tạo quỹ mặt bằng sạch phục vụ thu hút đầu tư. Bố trí các quỹ đất cho thực hiện các dự án gắn với các địa bàn thuận lợi về hạ tầng giao thông, gắn với các khu dân cư tập trung.

- Có chính sách khuyến khích các nhà đầu tư thực hiện dự án đầu tư và kinh doanh hạ tầng trung tâm thương mại, chợ.

- Khuyến khích đầu tư các dự án vào sản xuất hàng xuất khẩu có giá trị cao: công nghệ thông tin, sản xuất phụ trợ ngành điện tử tin học: sản xuất các linh kiện điện tử, các chi tiết liên quan...góp phần tăng nhanh giá trị hàng hóa xuất khẩu.

- Xây dựng cơ chế khuyến khích doanh nghiệp đổi mới thiết bị công nghệ, ứng dụng khoa học kỹ thuật tiên tiến hiện đại trong sản xuất tạo ra sản phẩm có giá trị gia tăng cao, thân thiện với môi trường.

- Tăng cường sự hỗ trợ phát triển thương mại qua chương trình xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu nhãn hiệu sản phẩm mở rộng thị trường trong nước và xuất khẩu.

- Xây dựng môi trường thông thoáng, thân thiện...tạo niềm tin cho các doanh nghiệp vào đầu tư, thông qua công tác cải cách hành chính, nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng chính quyền phục vụ doanh nghiệp.

- Phối hợp các ngành chức năng xây dựng bổ xung hoàn thiện các chính sách thúc đẩy phát triển thương mại như: chính sách về đất đai, tài chính, về ưu tiên đầu tư, chính sách phát triển nguồn nhân lực...

8. Một số giải pháp cụ thể

8.1. Tiếp tục đổi mới, tăng cường năng lực hoạt động của các mô hình doanh nghiệp, hộ kinh doanh thương mại hiện có:

Đối với các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn tỉnh cần đẩy mạnh phát triển sản xuất kinh doanh, bằng việc tiến hành tái cơ cấu vốn và tài sản thông qua các biện pháp: liên doanh, liên kết, mua bán, sáp nhập... nhằm tăng cường năng lực tài chính, đổi mới cơ chế kinh doanh.

Tăng cường công tác quản lý doanh nghiệp, nâng cao năng lực quản lý, căn cứ vào quy định của pháp luật để xây dựng cơ chế quản lý nội bộ doanh nghiệp như: quản lý kinh doanh hàng hoá, quản lý tài chính, quản lý hợp đồng, quản lý nguồn nhân lực...

8.2. Phát triển các phương thức lưu thông hiện đại, nâng cao trình độ hiện đại hoá của các doanh nghiệp thương mại.

Ban hành chính sách khuyến khích các doanh nghiệp thương mại liên kết đầu tư, phát triển, mở rộng quy mô mua bán hàng hoá, nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả kinh doanh. Thực thi tốt các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp thương mại phát triển thương hiệu, tạo ra các doanh nghiệp thương mại có thương hiệu, uy tín trên thị trường.

Tích cực phát triển các phương thức kinh doanh thương mại hiện đại, có cấu trúc chặt chẽ, tạo ra hệ thống phân phối hiệu quả, gắn kết chặt chẽ lưu thông với khu vực sản xuất và tiêu dùng. Tiếp tục tạo điều kiện để hình thành các doanh nghiệp thương mại theo mô hình tổng công ty; công ty mẹ - con, kinh doanh đa ngành hàng, lĩnh vực, có hệ thống phân phối được tổ chức chặt chẽ... từng bước vươn tới khả năng dẫn dắt, định hướng cho các doanh nghiệp, hộ sản xuất, thông qua các hợp đồng đặt hàng cung cấp cho hệ thống phân phối, hoạt động xuất khẩu

của mình...Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong các doanh nghiệp thương mại.

8.3. Quy hoạch phát triển hạ tầng thương mại phải là bộ phận bắt buộc của quy hoạch phát triển đô thị, khu cụm dân cư và quy hoạch sử dụng đất.

Trong quá trình quy hoạch cải tạo, xây dựng mới các khu đô thị, cụm dân cư nhất thiết phải dành quỹ đất hợp lý để phát triển thương mại. Chú ý yếu tố thúc đẩy sự phát triển hài hoà giữa các cửa hàng vừa và nhỏ với các cửa hàng quy mô lớn, giữa thương mại hiện đại với thương mại truyền thống. Bố trí hợp lý diện tích sử dụng đất để tạo không gian phát triển thích ứng giữa các doanh nghiệp thương mại với các loại hình kinh doanh dịch vụ khác, tạo ra sự hài hoà trong phát triển.

Hỗ trợ về mặt bằng, các điều kiện kỹ thuật khác để phát triển thương mại ở khu vực nông thôn với quy mô thích hợp. Khuyến khích thành lập các HTX thương mại phục vụ cho nông dân, khu vực nông thôn và các dịch vụ nông nghiệp khác.

8.4. Tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại tiến hành đổi mới kỹ thuật công nghệ kinh doanh

Tích cực thúc đẩy việc áp dụng kỹ thuật quản lý kinh doanh hiện đại, nâng cao khả năng áp dụng tiến bộ khoa học và công nghệ của các doanh nghiệp thương mại. Thực hiện tốt các chính sách có liên quan của nhà nước về hỗ trợ các doanh nghiệp đổi mới khoa học công nghệ, hỗ trợ có trọng điểm việc áp dụng và mở rộng các phương thức phân phối hiện đại, phát triển thương mại điện tử, khuyến khích phát triển các doanh nghiệp kinh doanh theo dạng chuỗi, đặc biệt là xây dựng mạng lưới từ thành thị đến nông thôn.

8.5. Tăng cường công tác cải cách hành chính, cải thiện môi trường đầu tư, cung cấp thông tin, hỗ trợ tư vấn, bồi dưỡng nhân lực, phát huy vai trò hiệp hội:

Tăng cường công tác cải cách hành chính, vận hành cơ chế một cửa, cắt giảm những thủ tục hành chính không cần thiết. Đẩy mạnh đào tạo, nâng cao năng lực chuyên môn và đạo đức cho đội ngũ cán bộ, nhanh chóng cải thiện môi trường đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh cấp tỉnh.

Cung cấp đầy đủ cho doanh nghiệp, hộ kinh doanh thương mại các thông tin về chính sách, công nghệ, thị trường, nguồn nhân lực...khuyến khích các tổ chức cung cấp các dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp thương mại như tư vấn pháp luật, hợp tác đối ngoại, đào tạo nhân viên, hỗ trợ kỹ thuật, giao dịch quyền sở hữu tài sản, bảo đảm khoản vay, vốn đầu tư, thị trường tiêu thụ, đánh giá năng lực doanh nghiệp...

Tăng cường bồi dưỡng nhân lực, phát triển đào tạo kỹ năng nghề nghiệp và tư vấn đầu tư cho các doanh nghiệp thương mại; thực hiện đào tạo nguồn nhân lực

theo nhu cầu của các doanh nghiệp thương mại, tăng cường bồi dưỡng cán bộ, nhân viên tùy theo vị trí công tác, nâng cao đạo đức nghề nghiệp, tính trung thực, ý thức cạnh tranh, ý thức phục vụ và trình độ tay nghề của cán bộ, nhân viên.

Phát huy vai trò của các hiệp hội, tạo điều kiện thúc đẩy sự phát triển hiệp hội ngành hàng, cung cấp, thông tin thị trường, cung cấp dịch vụ, tăng cường sự liên kết, thực hiện vai trò đại diện giữa doanh nghiệp, hộ kinh doanh với chính quyền trong việc tham gia xây dựng chính sách phát triển thương mại.

PHẦN THỨ TƯ TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công Thương

Là cơ quan chủ trì phối hợp với các sở, ngành có liên quan và ủy ban nhân dân các huyện, thị, thành phố trực tiếp triển khai quản lý, thực hiện quy hoạch; Phối hợp xây dựng các chương trình, đề án phát triển thương mại, xây dựng kế hoạch phát triển hạ tầng thương mại để tổ chức thực hiện; Phối hợp với các ngành liên quan xây dựng cơ chế chính sách phát triển thương mại trình Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành;

Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan và các doanh nghiệp đẩy mạnh công tác tìm kiếm và mở rộng thị trường, nhất là thị trường xuất khẩu, thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại, thông tin thị trường.

Chủ trì, phối hợp với Công an tỉnh, Bộ chỉ huy Quân sự tỉnh, các đơn vị có liên quan và các địa phương tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường,

đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, làm hàng giả, kinh doanh trái phép nhằm tạo điều kiện để các tổ chức và cá nhân tham gia kinh doanh đảm bảo bình đẳng, trật tự, kỷ cương, đúng pháp luật.

2. Sở Kế hoạch và Đầu tư

Chủ trì phối hợp với Sở Tài chính và các sở ngành liên quan xây dựng cơ chế chính sách cho phát triển thương mại, đưa thương mại trở thành ngành phát triển năng động nhất trong phát triển kinh tế xã hội của tỉnh. Phối hợp với Sở Công Thương hướng dẫn công tác chuẩn bị đầu tư, cung cấp thông tin cho các nhà đầu tư. Chủ trì tham mưu cấp chủ trương đầu tư cho các dự án; Bố trí KH vốn hàng năm hỗ trợ đầu tư cho các dự án đầu tư hạ tầng thương mại; Giải quyết các chế độ ưu đãi đầu tư của Nhà nước và của tỉnh cho các doanh nghiệp theo thẩm quyền được giao.

3. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Xây dựng quy hoạch và tổ chức thực hiện xây dựng các vùng chuyên canh, các dự án đầu tư sản xuất nông lâm nghiệp, thủy sản đảm bảo cung cấp đủ nguyên liệu nông, lâm, thủy sản với chất lượng tốt cho sản xuất hàng hóa, cho xuất khẩu.

4. Sở Giao thông vận tải

Xây dựng quy hoạch và tổ chức đầu tư mới, nâng cấp các tuyến giao thông liên huyện, liên xã tạo điều kiện thuận lợi cho vận chuyển hàng hóa, nguyên liệu phục vụ sản xuất, lưu thông hàng hóa.

5. Sở Tài nguyên và Môi trường

Xây dựng và ban hành các quy định, điều kiện, tiêu chuẩn cụ thể về môi trường, tổ chức áp dụng với các cơ sở sản xuất kinh doanh, nhằm mục tiêu phát triển thương mại gắn với bảo vệ môi trường. Quản lý công tác xử lý môi trường nhằm làm giảm thiểu các tác động xấu trong kinh doanh thương mại.

6. Sở Lao động Thương binh & Xã hội

Thực hiện xây dựng đề án về phát triển nguồn nhân lực giai đoạn 2016-2020 định hướng 2030. Chủ trì và phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức đào tạo nghề nhằm đáp ứng nhu cầu lao động phù hợp với sử dụng của các doanh nghiệp trên địa bàn và trong vùng.

7. Sở Khoa học công nghệ

Nghiên cứu, thúc đẩy ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào lĩnh vực kinh doanh thương mại, tiếp tục thực hiện chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư đổi mới công nghệ, thiết bị, xác lập quyền sở hữu công nghiệp.

8. Ủy ban nhân dân các huyện, thị, thành phố

Phối hợp với các Sở, ngành liên quan trong việc tổ chức thực hiện quy hoạch phát triển thương mại tại địa phương mình. Phối hợp thực hiện việc đền bù giải phóng mặt bằng để xây dựng hạ tầng thương mại: Trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng, chợ; Lồng ghép, huy động các nguồn vốn cho đầu tư hạ tầng thương mại địa phương mình. Thực hiện quản lý phát triển ngành thương mại trên địa bàn theo pháp luật.

9. Các Sở, Ban, Ngành, đoàn thể liên quan

Căn cứ chức năng nhiệm vụ quyền hạn được giao, xây dựng kế hoạch thực hiện, các chính sách, quy định có liên quan đến phát triển thương mại, tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại phát triển. Tuyên truyền, giới thiệu, vận động mọi tổ chức cá nhân liên quan để thực hiện tốt quy hoạch.

PHẦN THỨ NĂM KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. Kết luận

Quy hoạch phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Yên Bái giai đoạn 2016-2020, được soạn thảo trên cơ sở định hướng chỉ đạo của Nghị quyết đại hội đảng toàn quốc lần thứ XII, Đại Hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVIII, kế hoạch phát triển KTXH 5 năm 2016-2020 tỉnh Yên Bái, Quy hoạch phát triển kinh tế xã hội vùng trung du và miền núi phía Bắc... Quy hoạch đã đánh giá cụ thể những kết quả đạt được, những tồn tại hạn chế về phát triển thương mại trong giai đoạn 2011-2015, dự báo những nhân tố ảnh hưởng và đề ra mục tiêu phát triển trong giai đoạn 2016-2020 với định hướng phát triển nhanh, bền vững, bảo vệ môi trường.

Để thực hiện tốt các mục tiêu định hướng của quy hoạch cần có sự phối hợp đồng bộ giữa các cấp, các ngành, các địa phương cùng tập trung chỉ đạo, hỗ trợ tạo

điều kiện thuận lợi để ngành thương mại phát triển. Các doanh nghiệp, các cơ sở thương mại phải chủ động hơn trong xây dựng chiến lược SXKD của mình, đồng thời liên kết, trao đổi, hỗ trợ nhau trong quá trình kinh doanh, không chỉ ở địa phương, ở trong tỉnh mà còn vươn tới vùng, miền và cả nước. Tập trung thu hút đầu tư phát triển thương mại, đưa thương mại phát triển có tính đột phá trong giai đoạn đến năm 2020, 2030. Phấn đấu trong những năm tới thương mại tỉnh Yên Bái có sự bứt phá về số lượng, quy mô kinh doanh, trình độ công nghệ... của các doanh nghiệp, xuất khẩu tăng trưởng mạnh mẽ, thị trường trong và ngoài tỉnh được giữ vững và mở rộng. Sản lượng và chất lượng hàng hóa được nâng lên, đủ khả năng cạnh tranh ở thị trường trong nước và tham gia thị trường xuất khẩu, đóng góp tích cực vào các chỉ tiêu tăng trưởng của địa phương trong giai đoạn 2016-2020. Đưa Thương mại Yên Bái vững vàng trong tiến trình hội nhập Quốc tế và đạt mục tiêu Nghị quyết Đại hội tỉnh Đảng bộ lần thứ XVIII đề ra.

2. Kiến nghị

Sau khi Quy hoạch được phê duyệt, tỉnh cần có kế hoạch làm việc với các Bộ, các ban, ngành Trung ương để tranh thủ sự ủng hộ và phối hợp thực hiện;

Ủy ban nhân dân tỉnh chỉ đạo các ngành chức năng có liên quan, các địa phương, các doanh nghiệp sản xuất công nghiệp trên địa bàn tỉnh phối hợp thực hiện tốt quy hoạch;

Sau khi Quy hoạch được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt, cần công bố công khai trên các phương tiện thông tin đại chúng để các cấp, các ngành, các nhà đầu tư được biết và phối hợp thực hiện./.