

**ỦY BAN NHÂN DÂN  
TỈNH PHÚ YÊN**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số: 968/QĐ-UBND

*Phú Yên, ngày 17 tháng 6 năm 2011*

**QUYẾT ĐỊNH**  
**Về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển thương mại**  
**tỉnh Phú Yên đến năm 2020**

**ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH PHÚ YÊN**

Căn cứ Luật Tổ chức Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân ngày 26 tháng 11 năm 2003;

Căn cứ các Nghị định của Chính phủ: số 92/2006/NĐ-CP ngày 07 tháng 9 năm 2006 về lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội; số 04/2008/NĐ-CP ngày 11 tháng 01 năm 2008 về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 92/2006/NĐ-CP;

Căn cứ các Thông tư: số 03/2008/TT-BKH ngày 01 tháng 7 năm 2008 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 04/2008/NĐ-CP; số 17/2010/TT-BCT ngày 05 tháng 5 năm 2010 của Bộ Công Thương quy định về nội dung, trình tự, thủ tục lập, thẩm định, phê duyệt quy hoạch phát triển ngành thương mại;

Căn cứ Quyết định số 122/2008/QĐ-TTg ngày 29 tháng 8 năm 2008 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Phú Yên đến năm 2020;

Trên cơ sở các văn bản của UBND tỉnh Phú Yên: Thông báo số 185/TB-UBND ngày 15 tháng 4 năm 2009 “Đồng ý lập Quy hoạch thương mại Phú Yên đến năm 2020”, Quyết định số 2414/QĐ-UBND ngày 29 tháng 12 năm 2009 “Duyệt đề cương, dự toán kinh phí, kế hoạch đấu thầu Quy hoạch phát triển thương mại”; Quyết định số 2037/QĐ-UBND ngày 10 tháng 12 năm 2010 về việc thành lập Hội đồng thẩm định Quy hoạch phát triển thương mại”;

Xét đề nghị của Giám đốc Sở Kế hoạch và Đầu tư (tại Báo cáo số 198/BC-SKH&ĐT ngày 10 tháng 6 năm 2011),

**QUYẾT ĐỊNH:**

**Điều 1.** Phê duyệt dự án quy hoạch, với những nội dung chính sau:

**A. ĐẶC ĐIỂM QUY HOẠCH**

**1. Tên:** Quy hoạch đến 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

**2. Chủ quy hoạch:** Sở Công Thương.

## **B. NỘI DUNG QUY HOẠCH**

### **1. Quan điểm phát triển**

- Phát triển thương mại phù hợp với Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, Quy hoạch thương mại của cả nước, với Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Phú Yên.

- Phát huy tối đa các lợi thế, nội lực, kết hợp với thu hút mạnh mẽ, sử dụng có hiệu quả các ngoại lực để thúc đẩy thương mại phát triển nhanh, hiệu quả, bền vững; phát triển thương mại bền vững, gắn tăng trưởng kinh tế với đảm bảo tiến bộ, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường sinh thái.

- Phát triển thương mại trở thành đòn bẩy để phát triển các ngành sản xuất, dịch vụ khác, góp phần đẩy nhanh chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh theo hướng tăng tỷ trọng công nghiệp và dịch vụ, tăng trưởng GDP.

- Phát triển thương mại trong mối quan hệ với phát triển lưu thông hàng hóa và thị trường trong nước, đáp ứng yêu cầu phục vụ sản xuất, tiêu dùng, đặc biệt mở rộng tiêu thụ, đẩy mạnh xuất khẩu, nâng cao sức mua, cải thiện đời sống nhân dân.

- Phát triển thương mại trên cơ sở huy động mọi nguồn lực của các chủ thể sản xuất kinh doanh thuộc các thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh; đồng thời Nhà nước có chính sách phù hợp khuyến khích phát triển thương mại nông thôn, nhất là chính sách khuyến khích ưu đãi đầu tư phát triển trung tâm thương mại, chợ.

- Phát triển thương mại theo hướng văn minh, hiện đại, chú trọng đầu tư nâng cấp mạng lưới cơ sở vật chất kỹ thuật kinh doanh thương mại, lấy thị trường thành thị làm trọng tâm, hỗ trợ thúc đẩy thị trường nông thôn.

- Phát triển thương mại đồng thời với tăng cường vai trò quản lý nhà nước, bảo đảm công bằng, trật tự, kỷ cương, giữ gìn môi trường, phát triển bền vững.

### **2. Mục tiêu phát triển**

2.1. Mục tiêu tổng quát: Phát triển thương mại ngày càng vững mạnh theo hướng văn minh, hiện đại với sự tham gia của mọi thành phần kinh tế, với sự đa dạng các loại hình tổ chức phân phối, các hoạt động dịch vụ, phương thức kinh doanh, góp phần định hướng, thúc đẩy sản xuất phát triển, tiêu thụ sản phẩm với giá cả phù hợp; định hướng, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng phong phú, đa dạng của nhân dân trên địa bàn tỉnh; góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, xóa đói giảm nghèo, tạo tiền đề chủ động hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế sâu rộng trên địa bàn Phú Yên.

2.2. Mục tiêu cụ thể:

- Nhịp độ tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng bình quân giai đoạn 2011-2015  $\approx 24\%/năm$ , đến năm 2015 đạt 27.399 tỷ đồng cao hơn gần 3 lần năm 2010; giai đoạn 2016-2020 tăng  $18,5\%/năm$ , đến năm 2020 đạt 64.012 tỷ đồng, cao hơn 2,3 lần so với năm 2015.

- Giá trị gia tăng ngành thương mại (giá so sánh 1994) đạt  $\approx 1.028,16$  tỷ đồng vào năm 2015 và 2.131,71 tỷ đồng vào năm 2020; tăng bình quân các giai đoạn: 2011-2015:  $15,2\%/năm$  và 2016-2020:  $15,7\%/năm$ .

- Nhịp độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa bình quân đạt  $23-24\%/năm$  trong giai đoạn 2011-2015, đến năm 2015 kim ngạch xuất khẩu đạt  $\approx 350$  triệu USD, gấp 2,9 lần so với năm 2010; giai đoạn 2016-2020 nhịp độ tăng xuất khẩu bình quân hàng năm  $\approx 19\%$ , đến năm 2020 kim ngạch xuất khẩu đạt  $\approx 850$  triệu USD gấp hơn 2,4 lần so với năm 2015.

- Nhịp độ tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa bình quân đạt  $17\%/năm$  trong giai đoạn 2011-2015, đến năm 2015 kim ngạch nhập khẩu đạt hơn 122 triệu USD, gấp  $\approx 2$  lần so với năm 2010; giai đoạn 2016-2020 nhịp độ tăng nhập khẩu bình quân hàng năm  $\approx 18\%$  và kim ngạch nhập khẩu đạt  $\approx 275$  triệu USD vào năm 2020, gấp hơn 2,2 lần so với 2015.

### **3. Định hướng phát triển**

3.1 Định hướng tổng quát: Xây dựng, phát triển các hình thức bán hàng văn minh, hiện đại; chú trọng phát triển thị trường nông thôn, miền núi; khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại theo quy hoạch; chủ động, tích cực hội nhập kinh tế quốc tế, xúc tiến thương mại; thực hiện tốt cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, nhất là sản phẩm có chất lượng sản xuất tại Phú Yên; hạn chế tối đa xuất khẩu nguyên liệu thô.

#### 3.2. Định hướng phát triển hệ thống thị trường nội địa:

##### a) Thị trường hàng công nghiệp tiêu dùng:

- Ở thành thị: từng bước phát triển loại hình tổ chức phân phối hiện đại hàng công nghiệp tiêu dùng (như: chuỗi cửa hàng tiện lợi, siêu thị tổng hợp, siêu thị chuyên doanh: siêu thị điện máy, siêu thị sách, văn hóa phẩm, siêu thị đồ dùng gia đình...), hệ thống đại lý;

- Ở nông thôn: khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại phát triển hệ thống cửa hàng trở thành kênh phân phối chủ yếu hàng công nghiệp tiêu dùng; quá trình đầu tư mới, nâng cấp, cải tạo mạng lưới chợ truyền thống ở nông thôn, trước hết là các chợ ở trung tâm, cần mở rộng mạng lưới chợ bán buôn, bán lẻ hàng công nghiệp tiêu dùng, nâng cao hiệu quả hoạt động của chợ; từng bước xây dựng hệ thống thị trường hàng công nghiệp tiêu dùng thống nhất ở cả thành thị và nông thôn.

b) Thị trường hàng tư liệu sản xuất: phát triển mạng lưới kinh doanh hàng tư liệu sản xuất nông nghiệp theo hướng củng cố, hoàn thiện mạng lưới kinh doanh (gồm: các trung tâm bán buôn, các doanh nghiệp bán buôn, chợ tư liệu sản xuất, hệ thống đại lý), cung ứng trực tiếp từ sản xuất đến tiêu dùng cuối cùng, giảm khâu trung gian, tiết kiệm chi phí trong lưu thông, đưa mặt hàng đến người sản xuất có giá bán hợp lý, giảm chi phí đầu vào cho các mặt hàng nông thủy sản; tăng cường các phương thức trao đổi vật tư lấy hàng nông sản, bán trả góp, trả chậm với một số hàng vật tư sản xuất nông nghiệp chủ yếu.

c) Thị trường hàng nông sản: khuyến khích phát triển mua bán thông qua hợp đồng (giữa thương nhân và nông dân); phát triển mạng lưới chợ bán buôn nông sản (gồm cả các kho nông sản) theo hướng mua bán chuyên nghiệp, đấu giá, gắn kết doanh nghiệp chợ với nhà sản xuất nông sản; khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp phân phối ở thành thị (trung tâm mua sắm, siêu thị, chuỗi cửa hàng thực phẩm...) mua hàng trực tiếp ở nông thôn; khuyến khích, hỗ trợ nhà sản xuất, nhà cung ứng bán nông sản cho doanh nghiệp phân phối có siêu thị, cửa hàng.

d) Thị trường hàng thủy sản: tổ chức mạng lưới thu mua các sản phẩm của ngư dân, người sản xuất, nuôi trồng thủy sản cung cấp cho tiêu dùng, chế biến, phục vụ xuất khẩu; khuyến khích hợp tác, liên kết giữa ngư dân, người sản xuất, nuôi trồng thủy sản và doanh nghiệp kinh doanh của tỉnh để tận thu những lợi thế về nguồn hàng thủy sản, nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm trong lưu thông phân phối.

### 3.3. Định hướng phát triển doanh nghiệp thương mại:

- Phát triển các doanh nghiệp thương mại bán lẻ mọi thành phần kinh tế theo những loại hình kinh doanh (như: siêu thị, trung tâm mua sắm, trung tâm thương mại, chợ tổng hợp, chợ chuyên doanh, chi nhánh bán lẻ của nhà sản xuất; mạng lưới bán hàng lưu động tại khu dân cư, khu công nghiệp...).

- Phát triển các doanh nghiệp thương mại bán buôn mọi thành phần kinh tế theo các loại hình (như: công ty bán buôn; trung tâm bán buôn; Hợp tác xã thu mua, bán buôn; công ty chợ bán buôn nông sản...).

- Phát triển các đại lý theo hướng thay đổi từ chức năng bán buôn đơn thuần sang cung cấp dịch vụ là chính; chuyển nhà bán buôn, đại lý từ trọng tâm mua bán, giao dịch, lợi nhuận ngắn hạn sang xây dựng thương hiệu dịch vụ phân phối hàng hóa; chuyển nguồn lợi nhuận chính của nhà đại lý từ chênh lệch giá mua bán hàng hóa sang giá trị dịch vụ gia tăng.

### 3.4. Định hướng phát triển các thành phần kinh tế:

a) Phát triển doanh nghiệp thương mại có vốn nhà nước: hướng vào thực hiện vai trò nòng cốt một số kênh, một số hệ thống phân phối, một số ngành hàng quan trọng, đặc

thù, ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống xã hội, ổn định kinh tế; tập trung vào những hoạt động, những địa bàn các thành phần kinh tế khác chưa có điều kiện kinh doanh.

b) Phát triển các thành phần kinh tế khác:

- Khuyến khích phát triển các loại hình hợp tác xã thương mại - dịch vụ; đặc biệt là hợp tác xã kinh doanh, quản lý chợ ở những khu vực thương mại còn kém phát triển và chủ yếu phục vụ cho khu vực sản xuất nông nghiệp;

- Phát triển thành phần thương mại tư nhân thành các doanh nghiệp thương mại có quy mô, phạm vi hoạt động rộng, áp dụng phương thức kinh doanh hiện đại, nâng cao khả năng cạnh tranh, trở thành lực lượng chính cùng với các thành phần thương mại khác phát triển thị trường, đẩy mạnh hoạt động thương mại của tỉnh; đối với các hộ kinh doanh nhỏ, có những định hướng phát triển phù hợp để họ tham gia tích cực vào các hoạt động thương mại; đặc biệt ở khu vực kém phát triển, trợ giúp họ dần chuyển đổi phương thức kinh doanh từ truyền thống sang hiện đại.

c) Khuyến khích nhà đầu tư nước ngoài đầu tư những loại hình dịch vụ phân phối chất lượng cao, hiện đại, quy mô lớn (như: siêu thị hạng I, trung tâm thương mại...); thúc đẩy, khuyến khích liên kết giữa doanh nghiệp phân phối nước ngoài với nhà cung ứng hàng hoá trong nước.

3.5. Định hướng phân bố cơ cấu bán buôn, bán lẻ:

- Tổ chức cơ cấu bán lẻ: gồm các siêu thị chuyên doanh, siêu thị tổng hợp; các loại: cửa hàng tiện lợi, cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng đồ hiệu, cửa hàng bán đồ chuyên ngành, cửa hàng bán đồ ăn; hình thành một số trung tâm mua sắm tại các khu thương mại ở trung tâm các đô thị.

- Nâng cấp, hình thành 03 chợ đầu mối: chợ đầu mối thủy sản tại thị xã Sông Cầu; chợ đầu mối nông sản An Đông (xã Hòa An, huyện Phú Hòa) và chợ đầu mối nông sản Ealy (xã Ealy, huyện Sông Hinh).

- Hình thành các trung tâm thương mại bán buôn: tổng hợp hàng công nghiệp tiêu dùng, hàng vật tư sản xuất, trung tâm hội chợ triển lãm tại thành phố Tuy Hòa và trung tâm thương mại - dịch vụ tại thị xã Sông Cầu.

3.6. Định hướng quy hoạch theo loại hình tổ chức kinh doanh:

a) Định hướng quy hoạch mạng lưới chợ:

- Chợ thành thị: hạn chế xây dựng mới các chợ ở khu vực nội thành thành phố Tuy Hòa; lựa chọn nâng cấp, cải tạo một số chợ quy mô lớn hiện có thành chợ trung tâm của tỉnh, thị xã và huyện với quy mô chợ hạng I hoặc chuyển hóa chợ trung tâm thị trấn thành các trung tâm mua sắm, khang trang, hiện đại; từng bước chuyển hóa các chợ dân sinh loại nhỏ (có diện tích đất chợ nhỏ hơn 2.000 m<sup>2</sup>) thành các siêu thị hạng III, cửa hàng thực phẩm, cửa hàng tiện lợi;

- Chợ nông thôn, miền núi: từng bước cải tạo, nâng cấp, xây mới mạng lưới chợ nông thôn, miền núi làm nơi trao đổi, buôn bán hàng hóa thuận lợi cho nông dân; đối với vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn tập trung đầu tư các chợ trung tâm cụm xã, trung tâm xã, điểm dân cư tập trung đáp ứng nhu cầu trao đổi hàng hóa của thị trường, cộng đồng;

- Chợ đầu mối nông sản, thủy sản: lựa chọn vị trí chợ phải lưu ý đến tập quán, truyền thống mua bán tốt của cộng đồng, bảo đảm thuận lợi, đáp ứng được vai trò vừa là nơi tập kết nguồn hàng nông sản, thủy sản của các địa phương trong khu vực để bảo quản, gia công, phân loại, đóng gói, xuất khẩu, vừa là nơi phân phối đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trên địa bàn.

b) Định hướng quy hoạch siêu thị: đến năm 2020 xây mới một số siêu thị hạng 2, hạng 3 ở thành phố Tuy Hòa, thị xã Sông Cầu và trung tâm các huyện: Sông Hinh, Sơn Hòa, Tuy An, Đông Hòa.

c) Định hướng quy hoạch trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, trung tâm hội chợ triển lãm: đến năm 2020 sẽ phát triển trung tâm thương mại, trung tâm hội chợ triển lãm tại thành phố Tuy Hòa; phát triển các trung tâm mua sắm tại các đô thị (có thể xây dựng mới, độc lập hoặc nâng cấp từ chợ trung tâm).

d) Định hướng quy hoạch tổng kho thương mại, trung tâm cung ứng dịch vụ hậu cần hỗn hợp (logistics): đầu tư xây dựng 01 tổng kho ở khu vực ngoại vi thành phố Tuy Hòa, phục vụ cho xuất khẩu hàng nông, thủy sản và hàng hóa khác của tỉnh; trung tâm logistics phục vụ phân phối, lưu thông, bán buôn hàng hóa ở các thị trường giao dịch lớn (tại chợ đầu mối bán buôn nông sản, tại các trung tâm xuất nhập khẩu, các trung tâm kho vận, cảng, các khu kinh tế của tỉnh...).

e) Định hướng quy hoạch mạng lưới xăng dầu: khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu mở rộng quy mô và hiện đại hóa các cửa hàng hiện có; chú trọng phát triển các cửa hàng xăng dầu tại các trạm dừng chân, trung tâm các xã, cụm xã khu vực nông thôn, miền núi; kiên quyết xóa bỏ các cửa hàng không đủ điều kiện; di dời, chuyển vị trí các cửa hàng ảnh hưởng tới môi trường, tới an toàn giao thông và phòng chống cháy nổ...

#### **4. Quy hoạch phát triển theo không gian**

4.1. Quy hoạch không gian: theo ba cấp trong phạm vi tỉnh Phú Yên:

a) Cấp cơ sở: lấy các chợ xã làm hạt nhân phát triển, kết hợp với các cửa hàng, điểm bán hàng tạo thành khu thương mại - dịch vụ tổng hợp phục vụ trực tiếp cho nhu cầu sản xuất, tiêu dùng của dân cư trong khu vực xã.

b) Cấp huyện, thị xã: xây dựng chợ, các loại hình kinh doanh thương mại tại thị trấn theo mô hình kết hợp với các khu vực buôn bán, dịch vụ, tạo thành các trung tâm thương mại hạng III, trung tâm mua sắm hoặc các siêu thị hạng III, vừa phục vụ nhu cầu

mua bán của dân cư trong địa bàn huyện, vừa có sức thu hút, phát luồng hàng hoá trong khu vực liên xã, liên huyện với thị trường các tỉnh lân cận; phù hợp theo loại sản phẩm hàng hoá được sản xuất trên địa bàn, năng lực tổ chức thực hiện kinh doanh (của các chủ thể kinh doanh) và các điều kiện, cơ hội liên kết với các thị trường ngoài tỉnh...

c) Cấp tỉnh: chợ và các loại hình kinh doanh thương mại được xây dựng tại trung tâm kinh tế - xã hội của tỉnh được hình thành với quy mô lớn nhất, có vai trò chủ đạo trong các hoạt động thương mại không chỉ trong tỉnh Phú Yên, mà còn đối với ngoài tỉnh.

#### 4.2. Quy hoạch theo khu vực:

a) Khu vực thành phố Tuy Hòa: tập trung phát triển các loại hình thương mại hiện đại trên cơ sở xây mới hoặc nâng cấp các cơ sở thương mại cũ; phát triển trung tâm thương mại, dịch vụ, kho, cảng; loại hình thương mại truyền thống còn tồn tại (như: chợ thực phẩm tươi sống, chợ kinh doanh tổng hợp) phục vụ nhu cầu tiêu dùng thiết yếu của nhân dân.

b) Khu vực các huyện, thị xã: loại hình thương mại hiện đại sẽ được phát triển ở khu vực trung tâm huyện, khu dân cư đông đúc trong cả thời kỳ đến năm 2020 trên cơ sở xây mới hoặc nâng cấp cải tạo các cơ sở thương mại cũ; loại hình thương mại truyền thống vẫn được chú trọng phát triển (như: xây mới chợ ở những nơi nhân dân có nhu cầu, nâng cấp, cải tạo những chợ đã xuống cấp); đảm bảo đến năm 2015, cơ bản có đủ chợ phục vụ cho nhu cầu mua bán của nhân dân trên địa bàn.

### 5. Lựa chọn phương án phát triển

So sánh với các phương án (phương án 1 - tăng trưởng *trung bình*, phương án 3 - tăng trưởng *rất cao*, nhận thấy phương án 2 - tăng trưởng *cao* - là phương án phân đầu phù hợp với khả năng khai thác hiệu quả các lợi thế so sánh của Phú Yên, được xem xét lựa chọn làm phương án phát triển chủ đạo; gồm các chỉ tiêu đặc trưng sau:

- Giá trị tăng thêm của ngành thương mại (giá so sánh) năm 2015: 1.028,16 tỷ đồng và năm 2020: 2.131,71 tỷ đồng; nhịp độ tăng trưởng bình quân các giai đoạn: 2011-2015: 15,2%/năm và 2016-2020: 15,7%/năm.

- Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ xã hội (giá thực tế) năm 2015: 20.316,08 tỷ đồng và năm 2020: 45.501,88 tỷ đồng; nhịp độ tăng bình quân các giai đoạn: 2011-2015: 16,8%/năm và 2016-2020: 17,5%/năm.

- Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa (giá thực tế) năm 2015: 350 triệu USD và năm 2020: 850 triệu USD; nhịp độ tăng bình quân các giai đoạn: 2011-2015: 23,87%/năm và 2016-2020: 19,15%/năm.

- Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa năm 2015: 122,78 triệu USD và năm 2020: 274,98 triệu USD; nhịp độ tăng bình quân các giai đoạn: 2011-2015: 17%/năm và 2016-2020: 18%/năm.

- Hệ số ICOR ngành thương mại các giai đoạn: 2011-2015: 4,8 và 2016-2020: 4,85; nhu cầu vốn đầu tư các giai đoạn: 2011-2015: 4.935,18 tỷ đồng và 2016-2020: 10.338,8 tỷ đồng (giá thực tế).

## **6. Một số giải pháp thực hiện**

### **6.1. Giải pháp về vốn và đầu tư:**

- Dự kiến nhu cầu vốn đầu tư ngành thương mại các giai đoạn (giá thực tế): 2011-2020:  $\approx 15.274$  tỷ đồng; bình quân các giai đoạn: 2011-2015  $\approx 987$  tỷ đồng/năm, 2016-2020:  $\approx 2.068$  tỷ đồng/năm.

- Xây dựng, ban hành chính sách khuyến khích đầu tư, danh mục các dự án kêu gọi đầu tư đến năm 2020, tập trung vào các dự án đầu tư xây dựng chợ, siêu thị, trung tâm thương mại.

### **6.2. Giải pháp phát triển các thành phần kinh tế:**

Tạo điều kiện thông thoáng nhằm hỗ trợ phát triển các thành phần kinh tế trên địa bàn tỉnh tham gia hoạt động thương mại, tạo dựng môi trường sản xuất kinh doanh rõ ràng, thống nhất, cạnh tranh bình đẳng không phân biệt các thành phần kinh tế; khuyến khích phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ, hình thành một số doanh nghiệp lớn khi đáp ứng đủ điều kiện.

### **6.3. Giải pháp phát triển thị trường:**

Phát triển thị trường nội địa, chú trọng thị trường nông thôn, vùng sâu, vùng xa; nâng cao khả năng tiêu thụ hàng hóa của nông dân; thực hiện các giải pháp kích cầu trong sản xuất, xây dựng và tiêu dùng để tăng mức tiêu thụ sản phẩm; có kế hoạch đào tạo đội ngũ doanh nhân giỏi để tìm kiếm và mở rộng thị trường, bảo đảm củng cố và ổn định thị trường xuất khẩu đã có và tìm kiếm thị trường xuất khẩu mới; phát triển mạng lưới doanh nghiệp tham xuất khẩu lao động tạo điều kiện cho người dân vùng nông thôn có điều kiện tiếp cận và có việc làm.

### **6.4. Giải pháp khuyến khích phát triển xuất khẩu:**

Hỗ trợ *lãi suất vốn vay đầu tư* các dự án sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu; hỗ trợ *kinh phí xúc tiến thương mại* đối với các doanh nghiệp xuất khẩu vào thị trường mới, xuất khẩu mặt hàng mới, tham gia các hội chợ, tham gia các đoàn xúc tiến thương mại - đầu tư, khảo sát tìm kiếm thị trường xuất khẩu theo chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh, hỗ trợ hoạt động tuyên truyền, quảng cáo; hỗ trợ *đào tạo nguồn nhân lực* cho doanh nghiệp xuất khẩu.

### **6.5. Giải pháp về hợp tác quốc tế, khu vực và các tỉnh khác:**

Tăng cường hợp tác kinh tế trên cơ sở hiệp định đa phương, song phương mà Việt Nam đã ký kết với các nước, các tổ chức quốc tế, đẩy mạnh sự liên kết, hợp tác với các

tỉnh để thực hiện quy hoạch nhằm tăng thêm sức mạnh và tạo thị trường cho sản xuất của tỉnh.

#### 6.6. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực:

Khuyến khích, tạo điều kiện cho các nhà quản lý được tham quan, học tập kinh nghiệm ở các cơ sở trong nước và nước ngoài; đẩy mạnh xã hội hóa trong việc đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu của hội nhập thương mại khu vực và quốc tế; khuyến khích các doanh nghiệp có chế độ, chính sách ưu đãi để thu hút nhân tài và lao động có trình độ chuyên môn cao đến công tác lâu dài tại doanh nghiệp của mình.

#### 6.7. Giải pháp nâng cao năng lực quản lý hành chính:

Đẩy mạnh cải cách hành chính, giải quyết nhanh gọn các thủ tục hành chính giữa các sở, ban, ngành, các huyện, thị xã, thành phố trong hoạt động thương mại; tạo thuận lợi, giải quyết thủ lý nhanh trong thủ tục hành chính về hoạt động thương mại.

#### 6.8. Giải pháp bảo vệ môi trường:

Tuyên truyền nâng cao nhận thức về trách nhiệm bảo vệ môi trường, đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ cho cán bộ làm công tác môi trường; phối hợp liên ngành đảm bảo các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm; khuyến khích người bán, người mua sử dụng bao bì, bao gói thân thiện với môi trường; hỗ trợ tư vấn cho khách hàng trở thành người tiêu dùng thông thái; phân công trách nhiệm, phối hợp quản lý giữa các ban, ngành, tổ chức tại địa phương chỉ đạo, giám sát các hoạt động bảo vệ môi trường, tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật về môi trường; kiểm tra, giám sát các dự án, báo cáo tác động môi trường đầu tư kết cấu hạ tầng thương mại theo quy định pháp luật.

#### 6.9. Giải pháp phát triển khoa học công nghệ:

Khuyến khích và 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 hiện đại của các doanh nghiệp thương mại; thu hút các chuyên gia giỏi đầu ngành gắn với chuyên gia các chương trình, dự án khoa học kỹ thuật tại tỉnh, áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất kinh doanh nhằm tăng sức cạnh tranh của sản phẩm và hoạt động kinh doanh để hình thành các doanh nghiệp nòng cốt, vững mạnh đủ điều kiện hội nhập.

#### 6.10. Nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý thị trường:

- Nâng cao hơn nữa hiệu lực, hiệu quả công tác chống buôn lậu, sản xuất, lưu thông hàng giả, các hoạt động kinh doanh trái phép và các hành vi gian lận thương mại khác, bảo vệ lợi ích chính đáng người sản xuất, doanh nghiệp và người tiêu dùng; đồng thời, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm;

- Lực lượng quản lý thị trường các cấp thường xuyên kiểm tra tình hình niêm yết giá, bán theo giá niêm yết; kiểm tra tình hình thi hành pháp luật về giá, về đo lường, bảo

đảm bảo chất lượng hàng hóa, chống sản xuất, kinh doanh hàng giả, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường, phòng chống dịch bệnh tại các chợ.

6.11. Giải pháp về cơ chế, chính sách:

Vừa thực hiện các cơ chế, chính sách hiện hành, đặc biệt là chính sách hỗ trợ đầu tư xây dựng chợ; Sở Công Thương phối hợp với các sở, ban, ngành, địa phương trong tỉnh nghiên cứu xây dựng cơ chế, chính sách mới có tính đặc thù của tỉnh về khuyến khích đầu tư phát triển thương mại trình UBND tỉnh xem xét, quyết định cho áp dụng nhằm thúc đẩy phát triển thương mại tỉnh Phú Yên theo mục tiêu đề ra.

**Điều 2. Tổ chức thực hiện Quy hoạch**

- Sở Công Thương: chịu trách nhiệm tổ chức công bố quy hoạch được phê duyệt; phổ biến đến công chức nâng cao nhận thức tầm quan trọng của Quy hoạch; lập, thực hiện kế hoạch cụ thể hóa Quy hoạch các giai đoạn 5 năm, hàng năm; thường xuyên kiểm tra, rà soát, cập nhật, đề xuất - kiến nghị hiệu chỉnh, bổ sung trong quá trình thực hiện để phù hợp thực tiễn.

- Các sở, ban, ngành liên quan: theo từng chức năng, phối hợp, hướng dẫn, tạo điều kiện Sở Công Thương thực hiện Quy hoạch này.

**Điều 3.** Các ông Chánh Văn phòng UBND tỉnh, Giám đốc các Sở: Kế hoạch và Đầu tư, Tài chính; Thủ trưởng các cơ quan liên quan; chủ dự án quy hoạch (Sở Công Thương) chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

**TM. ỦY BAN NHÂN DÂN  
CHỦ TỊCH**

**Phạm Đình Cự**