

MỞ ĐẦU

Chợ, trung tâm thương mại, siêu thị là những loại hình thương nghiệp truyền thống và hiện đại đã và đang được phát triển khá phổ biến ở nước ta hiện nay. Có thể nói rằng đó là hiện thân của các hoạt động thương mại, là sự tồn tại và phát triển của thị trường ở mỗi khu vực.

Trong những năm vừa qua, cùng với quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng XHCN, mạng lưới chợ, siêu thị phát triển khá nhanh chóng đã góp phần mở rộng giao lưu hàng hoá phục vụ tốt nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội và đời sống của nhân dân tỉnh Khánh Hoà. Tuy nhiên, thực trạng phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh hiện nay cũng đang đặt ra những vấn đề cần phải giải quyết và điều chỉnh cả về phương diện kinh tế và xã hội để phù hợp với xu hướng phát triển và yêu cầu chủ động hội nhập kinh tế quốc tế.

Khánh Hoà là tỉnh có tốc độ đô thị hoá khá nhanh, cùng với tốc độ tăng dân số, tăng trưởng kinh tế và cải thiện đời sống nhân dân, nhu cầu mua sắm hàng hoá của dân cư qua mạng lưới chợ hiện nay đang có xu hướng tăng lên ở cả khu vực đô thị lẫn nông thôn. Mặt khác, nhu cầu phát triển các chợ đầu mối bán buôn đòi hỏi ngày càng lớn để giảm chi phí cho quá trình tiêu thụ hàng hoá với quy mô ngày càng mở rộng. Do có nhiều tiềm năng phát triển du lịch, lưu lượng khách vắng lai, đặc biệt là khách du lịch trong và ngoài nước qua tỉnh ngày càng lớn cũng đang đặt ra yêu cầu phát triển các loại chợ ẩm thực và thủ công mỹ nghệ truyền thống... Tuy nhiên, từ thực trạng quản lý phát triển chợ trong thời gian qua cho thấy, bên cạnh các chợ đã được đầu tư cải tạo, nâng cấp đảm bảo phục vụ cho nhu cầu mua bán của dân cư, vẫn còn nhiều chợ được hình thành tự phát, xây dựng tạm, không đủ sức chứa do nhu cầu mua bán qua chợ ngày càng tăng. Nhiều khu vực đông dân cư, hiện tượng mua bán lấn chiếm vỉa hè, lòng, lề đường gây cản trở lưu thông nghiêm trọng. Đồng thời nhiều loại hình chợ chuyên doanh và đặc thù cần thiết cho cả sản xuất lẫn tiêu dùng cũng chưa được hình thành. Điều đó đang là một trong những yếu tố cản trở sự phát triển thị trường của tỉnh trong quá trình phát triển kinh tế.

Bên cạnh đó, sự xuất hiện của các trung tâm thương mại và siêu thị trên địa bàn tỉnh cũng đang đặt ra những vấn đề phải giải quyết cả về quy hoạch phát triển lẫn việc quản lý hiệu quả hoạt động của chúng để có thể phát huy được vai trò của các loại hình thương mại hiện đại này cho quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Khánh Hoà, nhất là khi thời hạn thực hiện cam kết mở cửa thị trường dịch vụ phân phối của nước ta đã đến với sự xuất hiện ngày càng nhiều các tập đoàn thương mại đa quốc gia trên thị trường.

Trong giai đoạn từ nay đến năm 2010, định hướng đến năm 2020, cùng với triển vọng phát triển kinh tế trên địa bàn tỉnh, nhu cầu mua bán sẽ ngày càng tăng lên cả về quy mô, phạm vi không gian cũng như sự đa dạng hoá của các phương thức, hình thức kinh doanh, các yêu cầu về phục vụ văn minh, các dịch vụ hỗ trợ cho việc mua bán hàng hoá... Trong đó, hoạt động mua bán hàng hoá qua mạng lưới chợ, trung tâm thương mại và siêu thị sẽ vẫn chiếm tỷ trọng lớn

trong tổng khối lượng hàng hoá lưu thông trên địa bàn tỉnh. Do đó, chợ, trung tâm thương mại và siêu thị, với tư cách là những không gian chứa đựng các hoạt động thương mại, là nơi tiêu thụ, trao đổi hàng hoá, cung cấp thông tin thị trường giữa người sản xuất và người tiêu dùng, cần được quy hoạch cải tạo và phát triển để vừa đảm bảo duy trì được các hoạt động thương nghiệp truyền thống vừa có khả năng chứa đựng được các hoạt động thương nghiệp mới, đặc biệt là các dịch vụ và các loại hình kinh doanh tiến bộ nhằm kích thích sản xuất phát triển. Nghĩa là, cần phải có sự hỗ trợ, thiết kế cải tạo và phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị phù hợp với trình độ phát triển trong từng giai đoạn, đảm bảo tính kế thừa và phát triển.

Hơn nữa, mục tiêu công nghiệp hoá, hiện đại hoá của Khánh Hoà đến năm 2010 là phấn đấu trở thành trung tâm kinh tế - xã hội của vùng Duyên Hải Nam Trung bộ, nên cơ cấu hạ tầng nói chung và kết cấu hạ tầng thương mại như chợ, trung tâm thương mại, siêu thị... nói riêng cần phải có sự phát triển tương xứng.

Như vậy, việc quy hoạch cải tạo và phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh là yêu cầu tất yếu của quá trình phát triển kinh tế - xã hội nói chung và phát triển thương mại nói riêng, đồng thời còn là bước cụ thể hoá nhằm thực hiện qui hoạch tổng thể phát triển thương mại và phương hướng tổ chức lại thương mại tỉnh theo hướng văn minh và hiện đại để chủ động hội nhập kinh tế quốc tế.

I. CÁC CĂN CỨ

- Căn cứ Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội đến năm 2020 của tỉnh Khánh Hoà đã được Thủ tướng chính phủ phê duyệt.

- Căn cứ Quyết định 311/TTg ngày 20/3/2003 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đề án tiếp tục tổ chức thị trường trong nước, phát triển thương mại nông thôn đến năm 2010; Nghị định 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ; Quyết định 559/QĐ-TTg ngày 31/5/2004 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chương trình phát triển chợ và Quyết định của Bộ trưởng Bộ Thương mại số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24-9-2004 về việc ban hành Quy chế Siêu thị, Trung tâm thương mại.

- Căn cứ vào Thông tư 05/2003/TT-BKH ngày 22/7/2003 và Thông tư 07/2003/TT-BKH ngày 11/9/2003 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

- Căn cứ vào hướng dẫn của Bộ Thương mại về Qui hoạch phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên phạm vi cả nước.

- Căn cứ TCXDVN 361: 2006 về “Chợ - Tiêu chuẩn thiết kế” ban hành theo quyết định số 13/2006/QĐ – BXD của Bộ xây dựng.

- Căn cứ Quyết định số 519/QĐ-UB ngày 17/2/2005 của Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hoà “Về việc cho phép tiến hành lập dự án Quy hoạch mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020” và Quyết định số 1212/QĐ-UB ngày 13/6/2005 của Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hoà “Phê duyệt đề cương và dự toán chi phí lập quy hoạch mạng lưới

chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020”.

II. MỤC TIÊU CỦA DỰ ÁN

Những mục tiêu cơ bản của qui hoạch phát triển chợ, trung tâm thương mại và siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà từ nay đến năm 2010, định hướng đến năm 2020 là:

- Phát huy vai trò của chợ, trung tâm thương mại và siêu thị trong việc mở rộng giao lưu hàng hoá, phát triển thị trường, đáp ứng tốt yêu cầu phát triển kinh tế – xã hội và phục vụ đời sống của dân cư trong tỉnh.

- Đảm bảo sự liên kết thống nhất của các chợ, trung tâm thương mại và siêu thị trên địa bàn tỉnh, qua đó tạo vị thế riêng cho mỗi loại hình, đảm bảo sự phát triển lâu dài và hiệu quả của các loại hình được xây dựng.

- Đảm bảo vai trò hạt nhân của chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trong việc tạo nên các không gian thị trường tập trung phù hợp với đặc điểm và qui hoạch phân bố sản xuất, qui hoạch các khu vực dân cư,...

III. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

- Đối tượng nghiên cứu là các loại chợ, trung tâm thương mại và siêu thị trên địa bàn tỉnh với các yếu tố cấu thành của nó.

- Phạm vi nghiên cứu, bao gồm:

+ Các điều kiện và quá trình kinh tế - xã hội có ảnh hưởng đến sự hình thành và phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị

+ Không gian kinh tế và thương mại theo các loại chợ, trung tâm thương mại, siêu thị khác nhau trên địa bàn tỉnh

+ Các vấn đề về tổ chức và quản lý chợ, trung tâm thương mại và siêu thị

IV. CÁC PHƯƠNG PHÁP THỰC HIỆN DỰ ÁN

- Các phương pháp nghiên cứu thực chứng

- Phương pháp chuyên gia

- Phương pháp phân tích và so sánh

- Phương pháp thống kê

V. NỘI DUNG DỰ ÁN: Bao gồm 5 phần

Phần thứ nhất: Đặc điểm và các điều kiện tự nhiên, kinh tế và xã hội trong quá trình hình thành và phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

Phần thứ hai: Thực trạng phát triển chợ, trung tâm thương mại và siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

Phần thứ ba: Triển vọng phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà từ nay đến năm 2010, định hướng đến năm 2020

Phần thứ tư: Quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà đến năm 2010, định hướng đến năm 2020

Phần thứ năm: Kiến nghị các giải pháp và chính sách phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà đến năm 2010, định hướng đến năm 2020

Phần thứ nhất

ĐẶC ĐIỂM VÀ CÁC ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN, KINH TẾ - XÃ HỘI TRONG QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH PHÁT TRIỂN CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KHÁNH HÒA

I. ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN

1. Vị trí địa lý

Khánh Hòa là tỉnh thuộc vùng Duyên hải Nam Trung Bộ, có phạm vi lãnh thổ từ 110⁰ 41'53" đến 120⁰ 52'35" vĩ độ Bắc và từ 108⁰ 04' đến 109⁰ 23'24" kinh độ Đông. Khánh Hòa giáp với tỉnh Phú Yên ở phía Bắc, Ninh Thuận ở phía Nam, Đắk Lắk và Lâm Đồng ở phía Tây. Phía Đông của Khánh Hòa là biển Đông với đường bờ biển dài 385 km. Diện tích tự nhiên toàn tỉnh là 5.197 km² với dân số 1.123 nghìn người, chiếm 1,58% về diện tích và 1,35% về dân số của cả nước; đứng hàng thứ 24 về diện tích và thứ 32 về dân số trong 64 tỉnh, thành phố nước ta.

Khánh Hòa nằm trên các trục giao thông quan trọng của cả nước bao gồm quốc lộ 1A và đường sắt Bắc - Nam qua tỉnh, nối liền Khánh Hòa với các tỉnh ở phía bắc và phía nam đất nước. Tuyến Quốc lộ nối Khánh Hòa với Đà Lạt dự kiến thông xe kỹ thuật vào cuối năm 2006. Khánh Hòa có cảng biển Nha Trang, cảng Ba Ngòi (thị xã Cam Ranh), cảng Hòn Khói (huyện Ninh Hoà) và tương lai có cảng trung chuyển quốc tế Vân Phong; sân bay Cam Ranh trong tương lai gần là sân bay quốc tế, có thể đón các máy bay Boeing và Airbus có tải trọng lớn. Phần lãnh hải có hệ thống đảo, đặc biệt là huyện đảo Trường Sa.

Khánh Hòa nằm ở giữa hai thành phố lớn là thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng là các trọng điểm phát triển kinh tế của cả nước. Thành phố Nha Trang cách thành phố Hồ Chí Minh 400 km. Yếu tố này vừa là lợi thế trong giao lưu kinh tế, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm và thu hút vốn đầu tư, song nó cũng là một thách thức lớn đối với Khánh Hòa trong điều kiện cạnh tranh thu hút vốn đầu tư nước ngoài, thu hút chất xám chiếm lĩnh thị trường trong vùng.

Vị trí địa lý như trên đã tạo điều kiện thuận lợi cho Khánh Hòa phát triển sản xuất hàng hoá và mở rộng giao lưu kinh tế - xã hội với các tỉnh trong cả nước và quốc tế.

2. Điều kiện địa hình

Địa hình Khánh Hòa tương đối phức tạp, thấp dần từ tây sang đông với các dạng địa hình núi, đồi, đồng bằng, ven biển và biển khơi. Phần phía Tây của tỉnh là sườn đông dãy Trường Sơn, địa hình chủ yếu là núi thấp và đồi, thảm thực vật còn khá, song khó khăn là độ dốc lớn và địa hình chia cắt mạnh. Tiếp đến là dạng địa hình núi thấp, đồi thấp xen kẽ bình nguyên và thung lũng, thỉnh thoảng có núi đá chạy ra sát biển chia cắt dải đồng bằng ven biển thành những đồng bằng nhỏ hẹp thuộc các huyện Vạn Ninh, Ninh Hoà, Diên Khánh, Cam Ranh.

Vùng bờ biển và thềm ven bờ là khu vực có nhiều tiềm năng trong việc hình thành và phát triển các ngành kinh tế biển trong tương lai. Bờ biển dài 385km, là một trong những đoạn bờ biển khúc khuỷu nhất Việt Nam. Dọc bờ biển có những vũng, vịnh, bãi triều, bãi cát mịn rất thuận lợi cho việc xây dựng các cảng biển, nuôi trồng thủy sản và phát triển du lịch. Ngoài ra Khánh Hoà còn có đến 8 cửa lạch và trên 200 hòn đảo lớn nhỏ với nhiều hình thù khác nhau...

Phía Bắc là vịnh Vân Phong, cách Nha Trang 80 km và cách Tuy Hoà (Phú Yên) 35 km, ở phía nam có vịnh Cam Ranh, kín đáo vì bốn bề đều có núi bao quanh. Nơi đây cũng là một trong những nơi hình thành cảng thuận lợi nhất.

Đặc điểm địa hình Khánh Hoà đã tạo ra những cảnh quan phong phú và đa dạng, vừa mang tính đặc thù của mỗi vùng, vừa mang tính đan xen và hoà nhập. Vì vậy, việc khai thác tài nguyên phải phù hợp với các dạng địa hình cảnh quan nhằm đảm bảo tính bền vững và có hiệu quả.

3. Tài nguyên, khoáng sản

- Tài nguyên biển

Bờ biển Khánh Hoà có nhiều điều kiện thuận lợi hình thành các cảng hàng hoá, thương mại và quốc phòng như cảng Nha Trang, cảng Ba Ngòi - TX Cam Ranh, cảng Hòn Khói - huyện Ninh Hoà và cảng Vân Phong trong tương lai. Sự phát triển kinh tế cảng sẽ kéo theo một loạt các ngành dịch vụ khác.

Dọc bờ biển Khánh Hoà có rất nhiều bãi tắm đẹp như bãi biển Nha Trang nằm ngay trung tâm thành phố, có chiều dài 5 km; bãi Tiên nằm về phía Bắc thành phố; dốc Lết thuộc huyện Ninh Hoà có chiều dài 4 km; Đại Lãnh (Vạn Ninh) chiều dài 2 km. Ngoài ra dọc bờ biển còn tập trung nhiều đảo lớn, nhỏ có khả năng tổ chức du lịch, săn bắn dưới nước, vui chơi giải trí trên các đảo. Đặc biệt đảo Hòn Tre là đảo lớn, quanh đảo có nhiều bãi đẹp như bãi Trữ, bãi Tre, Bích Đầm... Với cảnh quan thiên nhiên ưu đãi, nhiều danh lam thắng cảnh đẹp, khí hậu lý tưởng cho mùa du lịch kéo dài gắn với nhiều di tích lịch sử và công trình văn hoá như: Tháp Bà, thành Diên Khánh, biệt thự Bảo Đại, chùa Long Sơn, mộ Yersin... Khánh Hoà đã trở thành một trong mười trung tâm du lịch lớn của cả nước, rất hấp dẫn, lôi cuốn khách du lịch trong và ngoài nước, đặc biệt là với hình thức du lịch biển.

Trữ lượng hải sản thuộc vùng biển Khánh Hoà ước khoảng 150 nghìn tấn, trong đó chủ yếu là cá nổi (70%). Khả năng khai thác cho phép hàng năm khoảng 70 nghìn tấn. Nguồn lợi biển phân bố không đều, tập trung phần lớn ở ngư trường ngoài khơi và ngư trường ngoài tỉnh từ Quảng Nam - Đà Nẵng đến vịnh Thái Lan. Ngoài các hải sản như cá, mực và các loại ốc, biển Khánh Hoà còn là nơi trú ngụ của loài chim yến, hàng năm cho phép khai thác khoảng 2.000 kg yến sào. Đây là một đặc sản quý mà không phải tỉnh nào trong cả nước cũng có thể có được. Nó không chỉ góp phần cho xuất khẩu, mà còn là nguồn nguyên liệu quý cho công nghiệp chế biến dược liệu bổ dưỡng cao cấp.

Biển của Khánh Hoà còn có ý nghĩa với việc sản xuất muối. Nước biển có

nồng độ muối tương đối cao, thuận lợi cho việc sản xuất muối tập trung và các sản phẩm sau muối, nhất là muối công nghiệp.

- Tài nguyên rừng

Theo tài liệu thống kê của tỉnh Khánh Hoà, diện tích có rừng hiện có 186,5 nghìn ha, trữ lượng gỗ 18,5 triệu m³, trong đó 64,8% là rừng sản xuất, 34% rừng phòng hộ và 1,2% rừng đặc dụng. Rừng sản xuất chủ yếu là rừng trung bình và rừng nghèo. Rừng phòng hộ có 34%, song hầu hết là rừng giàu ở khu vực núi cao, đầu nguồn các huyện Khánh Vĩnh, Khánh Sơn và Ninh Hoà. Độ che phủ của rừng là 38,5%, lớn nhất là Khánh Vĩnh (65,4%), Khánh Sơn (45,9%), các huyện còn lại đều dưới mức bình quân của tỉnh; thấp nhất là Nha Trang (10,8%), Cam Ranh (11,8%).

- Tài nguyên khoáng sản

Khánh Hoà có nhiều loại khoáng sản như than bùn, môtípden, cao lanh, sét, vàng sa khoáng, nước khoáng, sét chịu lửa, cát, san hô, đá granít... Tuy nhiên, các loại khoáng sản này chưa được khai thác và chế biến theo quy mô công nghiệp, mà còn ở dạng thủ công quy mô nhỏ. Vì vậy hiệu quả sử dụng tài nguyên rất thấp.

Trong các loại khoáng sản đó, đáng chú ý nhất là cát thuỷ tinh Cam Ranh có chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu sản xuất thuỷ tinh quang học, pha lê... trữ lượng 52,2 triệu m³; cát ở bán đảo Hòn Gốm (Vạn Ninh) khoảng 555 triệu m³; inmenhít 26 vạn tấn; đá granit 2 tỷ tấn (chưa tính đến các đảo).

Nước khoáng với tổng lưu lượng khoảng 40 l/s, khả năng khai thác 3.400 -3.500 m³/ngày. Một số nơi đã đưa vào khai thác công nghiệp như nước khoáng Đảnh Thạnh (57 triệu lít/năm), Tu Bông (25 triệu lít/năm), Trường Xuân (30 triệu lít/năm).

Tài nguyên khoáng sản Khánh Hoà là một trong những loại tài nguyên có thể tiếp tục khai thác trong tương lai để phát triển các sản phẩm tham gia cạnh tranh thị trường.

II. ĐIỀU KIỆN XÃ HỘI

1. Dân số và đặc điểm phân bố dân số trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

Dân số của Khánh Hoà có đến năm 2005 là 1.123 nghìn người, trong đó nữ có 567,1 nghìn người (chiếm 50,5% dân số). Dân cư nông thôn 617,6 nghìn người, thành thị 505,4 nghìn người, chiếm 45% dân số.

Khánh Hoà là tỉnh có nhiều dân tộc cư trú, trong đó người Kinh chiếm 95,5%; Raglai 3,17%; Hoa 0,58%; Gie-Triêng 0,32%; Ê Đê 0,25%. Dân tộc ít người sống chủ yếu ở miền núi, tỷ lệ dân tộc Kinh thấp nhất là ở huyện Khánh Sơn (18,7%) và Khánh Vĩnh (30,34%). Tình hình đó thể hiện sự đa dạng về văn hoá truyền thống dân tộc, song cũng đòi hỏi phải có nhiều chính sách phù hợp để đồng bào các dân tộc ít người có điều kiện phát triển bình đẳng trong cộng đồng các dân tộc của tỉnh.

Đến năm 2005, mật độ dân số trung bình toàn tỉnh là 216 người/km². Dân số phân bố không đều, tập trung chủ yếu ở thành phố Nha Trang (1.387 người/km²), các huyện, thị xã có trục giao thông quốc lộ 1 chạy qua như Cam Ranh (303 người/km²), Diên Khánh (267 người/km²), Vạn Ninh (225 người/km²), Ninh Hoà (187 người/km²). Hai huyện miền núi của tỉnh là Khánh Sơn, Khánh Vĩnh, mật độ dân cư dưới 50 người/km².

Tỷ lệ tăng dân số chung toàn tỉnh đã giảm từ 2,1% năm 1995 xuống còn 1,7% do tỷ lệ tăng tự nhiên trung bình hàng năm giảm từ 21‰ xuống còn 12,6‰ năm 2004. Tỷ lệ tăng cơ học của dân số chỉ khoảng 2,4 - 2,5‰.

2. Giáo dục, y tế, đào tạo

Đến cuối năm 2005 chương trình phổ cập trung học cơ sở đã có 129/137 xã, phường và thị trấn đạt chuẩn giáo dục THCS, đạt tỷ lệ 94% tổng số xã, phường, thị trấn (mục tiêu Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XIV đề ra là đến năm 2005, có 70% xã, phường hoàn thành phổ cập giáo dục trung học cơ sở).

Công tác đào tạo nghề luôn được quan tâm đầu tư, tỷ lệ người trong độ tuổi lao động được đào tạo nghề năm 2005 đạt 26%, dự kiến năm 2006 đạt 27,6% (mục tiêu Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XIV đến năm 2005 là 25%).

Về công tác y tế, đến nay đã có 100% xã, phường và thị trấn có trạm y tế và được trang bị đủ dụng cụ cần thiết cho khám chữa bệnh tuyến cơ sở (hoàn thành mục tiêu Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XIV là 100% đến năm 2005); 90% trạm y tế xã, phường và thị trấn có bác sĩ (mục tiêu Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XIV là 100% đến năm 2005).

3. Điều kiện cơ sở hạ tầng

- Giao thông vận tải

+ Đường hàng không: Khánh Hoà có sân bay Cam Ranh với 4 đường băng dài 4.000m đã được đưa vào sử dụng vận chuyển hành khách thay thế cho sân bay Nha Trang.

+ Đường sắt: tuyến đường sắt Bắc Nam chạy dọc tỉnh Khánh Hoà, dài khoảng 149,2 km. Trên địa bàn tỉnh có 12 ga đường sắt, với ga Nha Trang là ga chính, có quy mô lớn.

+ Đường biển: Khánh Hoà có 385 km bờ biển với hệ thống cảng biển như sau: cảng Hòn Khói, cảng Nha Trang, cảng Ba Ngòi.

+ Đường thủy nội địa có bến đò Vĩnh Nguyên tại Cầu Đá, Nha Trang.

+ *Giao thông đường bộ* : Khánh Hoà có các tuyến Quốc lộ đi qua là QL1, QL26, QL1C, QL 27B với tổng chiều dài 212,48 km đều có cấp đường là cấp III hoặc cấp II. Các tuyến đường tỉnh lộ và hương lộ có tổng chiều dài 193,61 km phần lớn đã được nâng cấp xây dựng lại, tuy nhiên hầu hết kết thúc ở các huyện, là các tuyến đường cụt, không tạo thế liên hoàn về giao thông. Hệ thống đường

nội thành và nội thị có tổng chiều dài là 290 km. Đường huyện, xã có tổng chiều dài 1.940 km.

- Hiện trạng các công trình thuỷ lợi và cấp nước

Các công trình thuỷ lợi lớn đã được xây dựng: hồ Đá Bàn, hồ Suối Trà, hồ Suối Sim, Hồ Am Chúa, trạm bơm Cầu Đôi, trạm bơm Hòn Tháp, hồ Suối Hành, hồ Cam Ranh Thượng... Đến nay, toàn tỉnh có 124 công trình thuỷ lợi, 421.500 km kênh mương các cấp. Tổng công suất tưới thiết kế 27.931 ha (lúa 18.044 ha, màu 9.887 ha).

- Hiện trạng cấp điện

Tỉnh Khánh Hoà hiện đang được cấp điện từ lưới điện quốc gia qua các nguồn chính sau:

+ Từ đường dây 500KV thông qua trạm 500/220/110KV Plâyku. Trạm cấp điện cho đường dây 220KV Plâyku - KrongBuk - Trạm 220KV Nha Trang.

+ Từ nhà máy thuỷ điện Đa Nhim, có công suất đặt máy là 160MW. Điện được phát lên lưới 110KV và được hoà vào lưới 220KV thông qua trạm biến áp 220/110KV - 1 x 63 MVA Đa Nhim.

+ Từ nhà máy thuỷ điện Sông Hinh: 2 x 33MW. Điện được phát lên lưới 110KV qua đường dây 110KV Sông Hinh - Tuy Hoà - Nha Trang.

4. Thu nhập và đời sống dân cư

Khánh Hoà là một trong những tỉnh có tỷ lệ đói nghèo thấp. Đến năm 2004 toàn tỉnh đã không còn hộ đói, năm 2005 số hộ nghèo theo chuẩn quốc gia còn 1,46% (theo chuẩn cũ) và bằng 15,19% (theo chuẩn mới). Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XV là phấn đấu đến 2010 thu hẹp hộ nghèo xuống 3,6% - theo chuẩn mới quốc gia. Thu nhập bình quân/người của tỉnh ở mức khá cao so với nhiều tỉnh khác trong cả nước, năm 2005 thu nhập bình quân đầu người đạt trên 600 USD, đến năm 2010 phấn đấu thu nhập bình quân đầu người đạt 1200 USD (Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XV).

Trên phương diện thị trường, sự gia tăng của thu nhập phản ánh nhịp độ gia tăng nhanh về qui mô của nhu cầu có khả năng thanh toán trên thị trường. Đối với tỉnh Khánh Hòa, mức thu nhập của người dân tương đối cao trong giai đoạn vừa qua và còn tăng lên trong tương lai sẽ là yếu tố thúc đẩy sự gia tăng các hoạt động thương mại nói chung và các hoạt động lưu thông hàng hoá qua hệ thống chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh nói riêng.

III. ĐIỀU KIỆN KINH TẾ

1. Tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế

Tổng sản phẩm trên địa bàn (GDP, theo giá 1994) năm 2005 đạt 7.505 tỷ đồng. Nhịp độ tăng trưởng bình quân thời kỳ 1996 - 2005 khoảng 9,6 % cao hơn mức bình quân cả nước, trong đó ngành công nghiệp - xây dựng tăng 11,8%, nông, lâm, ngư nghiệp tăng 5,9%, dịch vụ tăng 10,2%. Tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2001 - 2005 là 11%.

Tốc độ phát triển kinh tế trong giai đoạn thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh XIV năm sau so với năm trước luôn ở mức trên 10%: GDP năm 2001 so với năm 2000 tăng 10,8%; năm 2002 so với năm 2001 tăng 11,8%; 2003 so với 2002 tăng 11,0%; năm 2004 so với năm 2003 tăng 10,47%, năm 2005 so với 2004 tăng 10,8%.

Nếu xét theo tương quan giữa hai khu vực sản xuất và dịch vụ, bình quân thời kỳ 1996 - 2005 nếu khối sản xuất tăng 9,3% thì khu vực dịch vụ của tỉnh tăng hơn 1,09 lần so với khu vực sản xuất và đạt 10,2%. Hoặc giữa khu vực phi nông nghiệp và nông nghiệp, thấy rằng sự tăng trưởng của kinh tế tỉnh thời gian qua có đóng góp lớn của các ngành thuộc khu vực phi nông nghiệp. Mức tăng trưởng của khu vực này khoảng 10,9% so với mức tăng của khu vực nông nghiệp là 5,9%.

Bảng 1: Một số chỉ tiêu về tăng trưởng kinh tế theo GDP tỉnh Khánh Hòa

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	1995	2000	2005	Tốc độ tăng trưởng (%)		
				1996 - 2000	2001 - 2005	1996 - 2005
GDP theo giá so sánh 1994	2.990,5	4.446,7	7.505	8,3	11,3	9,4
<i>Chia theo ngành kinh tế</i>						
- Công nghiệp, xây dựng	937,7	1.537,3	2.855	10,4	14,1	11,6
- Nông, lâm nghiệp	886,2	1.266,6	1.575	7,4	4,4	6,1
- Khu vực dịch vụ	1.166,6	1.642,8	3.075	7,1	13,2	9,8
<i>Chia theo SXVC và phi SXVC</i>						
- Sản xuất vật chất	1.823,9	2.804	4.430	9	9,7	9,2
- Phi sản xuất vật chất	1.166,6	1.642,8	3.075	7,1	13,2	9,9
<i>Chia theo nông nghiệp và phi nông nghiệp</i>						
- Phi nông nghiệp	2.104,3	3.180	5.930	8,6	13,4	10,7
- Nông nghiệp	886,2	1.266,6	1.575	7,4	4,4	6,2

Nguồn: Báo cáo qui hoạch tổng thể kinh tế xã hội tỉnh Khánh Hòa đến năm 2020

Thời kỳ 1996 - 2005, cơ cấu ngành tính theo GDP của nền kinh tế tỉnh có sự chuyển dịch nhanh theo hướng tăng tỷ trọng ngành dịch vụ và công nghiệp. Tỷ trọng trong GDP của khu vực dịch vụ tăng từ 38% năm 1995 lên 42% năm 2005; công nghiệp và xây dựng tăng từ 31% lên 40,5%; nông nghiệp đã giảm từ mức 31% xuống còn 17,5%, cụ thể như sau:

Bảng 2: Cơ cấu kinh tế theo ngành tỉnh Khánh Hòa*Đơn vị: %*

Chỉ tiêu	1995	2000	2005	Tăng(+) giảm (-)	Bình quân tăng giảm
				1996 -2005	1996 -2005
GDP	100	100	100		
- Công nghiệp - xây dựng	31	35,3	40,5	+9,5	+0,95
- Nông, lâm, thủy sản	31	26,9	17,5	-13,5	-1,35
- Dịch vụ	38	37,8	42,0	+4,0	+0,4
Chia theo sxvc - phi sxvc					
- Sản xuất vật chất	62	62,2	58,0	-4,0	-0,4
- Dịch vụ	38	37,8	42,0	+4,0	+0,4
Chia theo n.nghiệp - phi n.nghiệp					
- Nông nghiệp	31	26,9	17,5	-13,5	-1,35
- Phi nông nghiệp	69	73,1	82,5	+13,5	+1,35

Nguồn: Báo cáo qui hoạch tổng thể kinh tế xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020

Cơ cấu kinh tế ngành chuyển đổi đã góp phần quan trọng vào việc thúc đẩy tăng trưởng, thúc đẩy việc thu hút lao động. Trong tổng giá trị gia tăng GDP của thời kỳ 1996 - 2005 là 8.349 tỷ đồng (giá hiện hành) thì công nghiệp xây dựng đóng góp 3.755 tỷ đồng, tương đương 45%, khu vực dịch vụ là 3.346 tỷ đồng, khoảng 40%. Như vậy số còn lại là của nông lâm ngư nghiệp khoảng 15%.

Bảng 3: Đóng góp của các ngành, lĩnh vực vào gia tăng GDP của tỉnh Khánh Hoà thời kỳ 1996 - 2005

Chỉ tiêu	1996 - 2000	2001 - 2005	1996 - 2005
Tổng giá trị gia tăng GDP của tỉnh (tỷ đồng)	3.023	5.326	8.349
<i>Tỷ trọng %</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
Trong đã, phần đóng góp:			
- Công nghiệp - xây dựng	1.211	2.544	3.755
<i>Tỷ trọng %</i>	<i>40,1</i>	<i>47,8</i>	<i>45,0</i>
- Khu vực dịch vụ	1.124	2.222	3.346

Tỷ trọng %	37,2	41,7	40,0
- Nông, lâm, thủy sản	688	560	1.248
Tỷ trọng %	22,7	10,5	15,0

Nguồn: Báo cáo qui hoạch tổng thể kinh tế xã hội tỉnh Khánh Hòa đến năm 2020

2. Thực trạng phát triển một số ngành kinh tế chủ yếu

2.1. Sản xuất nông nghiệp, lâm, ngư nghiệp

Kinh tế nông, lâm nghiệp và thủy sản đã đạt được một số kết quả sản xuất nhất định và đóng góp cho nền kinh tế tỉnh. Giá trị sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản năm 2005 đạt 2.405 tỷ đồng. Trong cơ cấu kinh tế ngành nông, lâm, ngư nghiệp thì nông nghiệp chiếm 40,01%, lâm nghiệp 2,81%, thủy sản 57,18%

- Về sản xuất nông nghiệp: Giá trị sản xuất nông nghiệp tăng đều từ năm 1995 đến nay. Năm 1995 đạt khoảng 689,5 tỷ đồng (giá cố định năm 1994), năm 2000 đạt 810,6 tỷ đồng và năm 2004 đạt 958 tỷ đồng tăng 2% so với năm 2003, năm 2005 đạt 910 tỷ đồng giảm 9,4 % so năm 2004 (mục tiêu do Nghị quyết Đại hội Đảng bộ lần thứ XIV đề ra là từ 3,5 đến 4%) do tình hình thời tiết không thuận lợi. Trong cơ cấu sản xuất nông nghiệp, tỷ trọng ngành trồng trọt từ 83,6% năm 1995 giảm xuống còn 79,8% năm 2005.

Bảng 4: Hiện trạng một số chỉ tiêu phát triển nông nghiệp Khánh Hòa

Chỉ tiêu	Đơn vị	1996	2001	2002	2003	2004	2005
GTSX nông nghiệp (giá SS 1994)	Tỷ đồng	723,2	850,7	878,5	939,2	957,7	896,8
- Trồng trọt	"	576,5	699,6	681,7	711,1	749,9	651,2
- Chăn nuôi	"	105,4	129,2	174,9	206,5	182,8	187,7
DT gieo trồng hàng năm	10 ³ Ha	71,5	80,0	76,9	80,5	80,3	69,9
Một số sản phẩm chủ yếu							
- SL. lương thực có hạt	10 ³ tấn	161,6	199,9	181,5	214,2	209,5	148,0
+ Thóc	"	165,4	192,5	176,5	205,8	201,9	140,3
+ Ngô	"	6,6	7,3	5,0	8,4	7,6	7,6
- SL. Rau đậu thực phẩm	10 ³ tấn	28,2	64,3	66,4	74,0	66,1	56,9
+ Rau	"	27,2	62,4	64,7	72,3	64,6	55,3
+ Đậu	"	1,0	1,9	1,8	1,7	1,5	1,6
- SL. Mía	10 ³ tấn	509,4	660,6	627,9	641,5	665,9	566,6
- SL. Cà phê	Tấn		328	272	613	296	296
- SL. Điều	Tấn		701	815	872	1.046	1.075

Một số chỉ tiêu bình quân							
- Lương thực có hạt/người (dân số chung)	Kg	168,5	187,4	167,9	195,3	188,5	131,4

Nguồn: Báo cáo quy hoạch tổng thể kinh tế xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020

- Sản xuất lâm nghiệp: Giá trị sản xuất năm 2001 đạt khoảng 59 tỷ đồng (giá cố định năm 1994), tăng 6% so với năm 2000; năm 2002 đạt khoảng 55 tỷ đồng, giảm 6,78% so với năm 2001, năm 2003 chỉ đạt khoảng 52,8 tỷ đồng, giảm 4% so với năm 2002. Năm 2004 đạt 54,5 tỷ đồng. Năm 2005 đạt 60,56 tỷ đồng.

Sản xuất thủy sản: Giá trị sản xuất của ngành thủy sản năm 2003 đạt 1.180 tỷ đồng, năm 2004 đạt 1.157 tỷ đồng, năm 2005 đạt 1.447,8 tỷ đồng. Sản lượng khai thác thủy hải sản năm 2004 đạt 95.860 tấn (bằng 102% kế hoạch khai thác) trong đó hải sản đánh bắt đạt 76.040 tấn, năm 2005 đạt 100.777 tấn, trong đó hải sản đánh bắt đạt 79.083 tấn.

2.2. Công nghiệp

Giá trị sản xuất (giá cố định năm 1994) năm 2000 đạt 3.171,6 tỷ đồng, năm 2001 đạt 4.087,8 tỷ đồng, tăng 28,9% so với năm 2000; năm 2002 đạt 5.130,3 tỷ đồng, tăng 25,5% so với năm 2001; năm 2003 đạt 6.164 tỷ đồng, tăng 19,4% so với năm 2002 và năm 2004 đạt 7.402 tỷ đồng, tăng 21,5% so với năm 2003, năm 2005 đạt 8.809 tỷ đồng tăng 19% so với năm 2004 (mục tiêu do Nghị quyết Đại hội Đảng bộ lần thứ XIV đề ra là từ 13,5 - 14,5%). Tốc độ tăng bình quân thời kỳ 2001 - 2005 bình quân là 22,6%.

Đến năm 2005, trong cơ cấu thành phần kinh tế của công nghiệp, các doanh nghiệp quốc doanh Trung ương đóng góp 8,1%, quốc doanh địa phương 34,2%, công nghiệp ngoài quốc doanh 36,6% và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài 21,1% tổng giá trị sản xuất toàn ngành công nghiệp của tỉnh.

Nhiều doanh nghiệp đã năng động trong sản xuất kinh doanh, nắm bắt thị trường, tổ chức kinh doanh nhiều ngành, nghề hỗ trợ cho nhau. Công nghiệp chế biến nông - lâm sản được đầu tư mở rộng sản xuất. Các doanh nghiệp quan tâm đầu tư đổi mới công nghệ nên năng lực sản xuất của nhiều ngành công nghiệp như may mặc, chế biến thủy sản, nước khoáng... phát huy tốt và đạt hiệu quả thiết thực. Công nghiệp trong khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài phát triển mạnh nhờ các dự án đầu tư từ những năm trước như: Hyundai - Vinashin, bia Sanmiguel..., bắt đầu phát huy tác dụng. Công nghiệp trong các thành phần kinh tế khác cũng tăng đáng kể do các chính sách thu hút đầu tư của tỉnh đã phát huy hiệu quả.

Bảng 5: Các sản phẩm công nghiệp chủ yếu của tỉnh Khánh Hoà

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	2000	2001	2002	2003	2004
1	Đá chẻ	triệu viên	7,009	7,138	7,248	7,73	9,5

2	Cát xuất khẩu	nghìn m ³	180	217	254	325	605
3	Xi măng	nghìn tấn	20	23,3	25,8	27,5	32,3
4	Gạch nung	triệu viên	161,7	180,5	191,4	199,93	215
5	Muối hạt	nghìn tấn	27	42	90,3	56,78	100,5
6	Thủy sản đông lạnh	nghìn tấn	11,7	15,8	21,1	31,528	43,2
7	Đường kính RS	nghìn tấn	42,3	24,1	31,8	50,3	59,1
8	Bia các loại	triệu lít	5,5	9,4	16	20,048	14,3
9	Nước khoáng	triệu lít	25,3	27,3	25,9	25,243	31
10	Thuốc lá điếu	triệu bao	265	347	411	486	603,6
11	Vải dệt	nghìn m ²	6.357	6.146	5.894	5.918	7.000
12	Sản phẩm may mặc	nghìn cái	4.855	3.734	4.649	4.717	5.270
13	Sợi toàn bộ	nghìn tấn	9,096	9,175	9,551	10,391	12,3
14	Dây khóa kéo	triệu m	18,8	21,5	21,3	23,418	24,2
15	Nước máy thương phẩm	triệu m ³	9,7	11,5	12,8	15,6	25,6

Nguồn: Báo cáo qui hoạch tổng thể kinh tế xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020

2.3. Thương mại, xuất nhập khẩu và dịch vụ, du lịch

Khu vực kinh tế này phát triển tương đối ổn định và chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu tổng sản phẩm xã hội trên địa bàn tỉnh. Tỷ trọng trong GDP của khu vực dịch vụ tăng từ 38% năm 1995 lên 39,6% năm 2004 và 42% năm 2005. Các ngành dịch vụ và du lịch có thêm nhiều thành phần kinh tế tham gia hoạt động kinh doanh, tích cực cải tiến, nâng cao chất lượng phục vụ, vì vậy tốc độ tăng bình quân trong năm là 16% (mục tiêu Nghị quyết Đại hội Đảng bộ lần thứ XIV đề ra là từ 13,5 - 14,5%). Các ngành dịch vụ bưu chính viễn thông, ngân hàng, thương mại... phát triển nhanh, cơ bản đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế và dân sinh.

- Về thương mại:

Tình hình lưu thông hàng hóa và dịch vụ du lịch trên địa bàn tỉnh năm 2005 nhìn chung vẫn thông suốt, giá cả các mặt hàng thiết yếu bình ổn hơn so với năm 2004.

Tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ năm 1995 đạt 1.388 tỷ đồng, năm 2005 đạt 8.810 tỷ đồng. Nhìn chung hoạt động thương mại phát triển chưa tương xứng mức sống xã hội ngày một tăng. Hoạt động thương nghiệp quốc doanh địa phương vẫn chưa có hướng phát triển tốt hơn; các doanh nghiệp ngoài nhà nước hoạt động trong lĩnh vực thương mại có khó khăn trong môi trường cạnh tranh không lành mạnh của hàng lậu, hàng giả còn phức tạp, thị phần kinh doanh hẹp dần hoặc hàng hoá lưu thông đa dạng nhưng khối lượng không lớn.

Hoạt động thương mại phục vụ miền núi đạt được nhiều kết quả. Doanh thu thương mại, dịch vụ miền núi của Khánh Hoà đã tăng dần thông qua việc khảo sát tình hình thị trường, giải quyết đầu ra, nhờ đó các mặt hàng chính sách cho đồng bào miền núi vẫn tiếp tục đảm bảo, tuy nhiên chủng loại hàng hoá bán phục vụ còn nghèo nàn, sức mua còn yếu, hàng hoá phải điều chuyển liên tục. Tổng doanh thu hoạt động thương mại miền núi năm 2005 đạt 5.500 triệu đồng (tăng 18,6% so với năm 2004), trong đó các mặt hàng chính là gạo tẻ, dầu lửa, muối lốt, phân bón và một số mặt hàng công nghệ phẩm khác.

- Về xuất khẩu

Tổng giá trị xuất khẩu trên địa bàn tỉnh năm 2000 đạt 184,1 triệu USD; năm 2005 là 458 triệu USD, bằng 2,49 lần so với năm 2000. Xuất khẩu địa phương có đóng góp lớn vào giá trị xuất khẩu trên địa bàn, khoảng 83 - 90%. Giá trị xuất khẩu bình quân đầu người của Khánh Hoà tăng từ 174 USD năm 2000 lên 406 USD năm 2005, bằng 1,15 lần giá trị xuất khẩu bình quân đầu người của cả nước.

Một số nhóm mặt hàng có tốc độ tăng trưởng khá cao về giá trị và khối lượng như thủy sản, nông sản (sắn lát khô, hạt điều), khoáng sản (cát). Thị trường xuất khẩu hàng thủy sản mở rộng thêm 2 nước (23/21) so cùng kỳ 2003 (tăng thị trường Ucraina, Indonesia). Thị trường tiêu thụ hàng thủy sản lớn nhất vẫn là Nhật Bản (khoảng 23 triệu USD - tăng 30%), Hoa Kỳ (khoảng 20 triệu USD - tăng 25%), Đài Loan (khoảng 13,5 triệu USD - tăng 40%). Hầu hết các mặt hàng tham gia xuất khẩu đều tăng về khối lượng và giá trị, đặc biệt khối lượng xuất khẩu sắn lát khô đạt 130.000 tấn - tăng 73% (55.000 tấn), hạt điều đạt 450 tấn - tăng gấp 2,8 lần so cùng kỳ.

Năm 2004, các sản phẩm xuất khẩu của các doanh nghiệp trong tỉnh đã xuất khẩu đến 43 nước và năm 2005 là 66 nước. Các thị trường xuất khẩu lớn nhất trong kỳ là Nhật Bản, Hoa Kỳ, Đài Loan và Hàn Quốc (chiếm tỷ trọng xấp xỉ 60% tổng kim ngạch xuất khẩu địa phương).

Xuất khẩu của tỉnh còn có một số vấn đề cần quan tâm: Nguyên liệu tại địa phương để sản xuất chế biến hàng xuất khẩu không đủ đáp ứng nhu cầu và đang ngày càng khan hiếm, các doanh nghiệp phải mua ở nhiều nơi trong nước hoặc nhập khẩu để duy trì sản xuất (gỗ, song mây, cá, tôm, mực...). Giá nguyên liệu đầu vào của một số ngành hàng xuất khẩu tăng khá cao (bình quân từ 20 - 25%) như: hàng thủ công mỹ nghệ (song mây, sợi nhựa, lá buông) tăng 20%; hàng nông sản (hạt điều thô) tăng 25%; hàng thủy sản (tôm) tăng 10%; vật tư cho công nghiệp sửa chữa tàu (thép tấm, thiết bị điện) tăng cao.

- Về nhập khẩu

Tổng giá trị nhập khẩu toàn tỉnh năm 2000 là 82,7 triệu USD, trong đó nhập khẩu địa phương tăng 48,1 triệu USD; vào năm 2005 là 206 triệu USD, trong đó nhập khẩu địa phương 186 triệu USD. Hàng nhập khẩu chủ yếu là nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất trong tỉnh (nguyên liệu sản xuất thuốc lá điếu, nguyên liệu thủy sản để chế biến hàng xuất khẩu và vật tư đóng sửa chữa tàu).

Nhìn chung, công tác xuất nhập khẩu của tỉnh có thuận lợi, nhưng vẫn còn lệ thuộc vào các mặt hàng truyền thống, sản phẩm hàng hoá mới chưa phát triển nhiều và có sức cạnh tranh cao để tham gia thị trường nước ngoài; phần nào do sự phân chia lại thị trường theo xu hướng tháo gỡ (hoặc ràng buộc) về hàng rào quan thuế, do yêu cầu về các tiêu chuẩn ISO đối với các hàng hóa nhập vào các nước trong khối ASEAN.

Bảng 6: Giá trị xuất nhập khẩu của Khánh Hòa

Chỉ tiêu	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1. Tổng giá trị xuất khẩu trên địa bàn (triệu USD)	180,0	243,3	245,5	302,2	385,6	458
- Trong đó: xuất khẩu ĐP (tr. USD)	150,4	202,8	207,6	258,3	338,4	416
<i>% so với tổng số</i>	83,5	83,3	84,6	85,5	87,8	90
2. Giá trị xuất khẩu bình quân đầu người (USD/người)	171,3	228,2	227,2	275,6	346,9	406
<i>% so với cả nước</i>	-	122	-	110	115	115
3. Tổng giá trị nhập khẩu trên địa bàn (tr.USD)	68,7	88,1	99,6	136,3	178,8	206
- Trong đó: nhập khẩu ĐP (tr.USD)	48,1	60,8	79,4	111,9	156,1	186
<i>% so với tổng số</i>	70,0	69,1	79,7	83,9	83,2	89
4. Giá trị nhập khẩu bình quân đầu người (USD/người)	65,4	82,6	92,2	121,6	169,0	183,0
<i>% so với cả nước</i>	-	41	-	38,8		

Nguồn: Báo cáo qui hoạch tổng thể kinh tế xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020

- Về du lịch

Du lịch là một trong những thế mạnh của tỉnh được phát triển đa dạng với nhiều loại hình hoạt động và được tăng cường đầu tư về cơ sở vật chất. Một số dự án cơ sở hạ tầng phục vụ cho du lịch đã xây dựng xong như: Nâng cấp đường vào khu du lịch Dốc Lết (huyện Ninh Hoà) dài 10,8km, vốn đầu tư 6 tỷ đồng (hoàn thành năm 2002); Đường du lịch Đầm Môn - Vân Phong (huyện Vạn Ninh) dài 18,5km, vốn đầu tư trên 63 tỷ đồng (hoàn thành năm 2004); Đường từ Sông Lô đến sân bay Cam Ranh (Đại lộ Nguyễn Tất Thành) dài 38km, vốn đầu tư 125 tỷ đồng (hoàn thành năm 2005); Lưới điện trung hạ áp lên khu du lịch Hòn Bà (huyện Diên Khánh) dài 25,3km, vốn đầu tư 7,19 tỷ đồng (hoàn thành năm 2005); Công viên Phù Đổng; khu du lịch Tây Bắc hòn Tằm; câu lạc bộ thuỷ thủ Ninh Hoà; khu du lịch Dốc Lết và khu Resort 5 sao Hòn Ngọc Việt. Các dự án đang đầu tư xây dựng gồm: Xây dựng mới đường nối Khánh Lê

(huyện Khánh Vĩnh) với tỉnh Lâm Đồng dài 38km, vốn đầu tư 398 tỷ đồng sắp hoàn thành; Khu du lịch tổng hợp Sông Lô; Công ty cổ phần Đông Hải (24,26 Trần Phú); Dự án cáp treo Hòn Tre.

Đầu tư phát triển du lịch của các doanh nghiệp cũng rất sôi động với nhiều dự án lớn như: Công viên Phù Đồng, mở rộng khu du lịch Tây bắc Hòn Tằm, mở rộng xây dựng khu du lịch Dốc Lết, khởi công xây dựng các khu du lịch: Quần thể 5 dự án du lịch lớn tại Hòn Tre, khu nghỉ mát cao cấp và sân gôn Rusalka (Bãi Tiên), Khu du lịch tổng hợp Sông Lô, Tổ hợp khách sạn Công ty Cổ phần Đông Hải (24, 26 Trần Phú) v.v...

Số lượt khách đến du lịch Khánh Hòa ngày càng tăng. Năm 2005 có 902 nghìn lượt khách (khách quốc tế 248 nghìn) tăng 29,3% so với năm 2004, bằng 2,26 lần số lượng khách năm 2000, trong đó khách quốc tế có xu hướng tăng từ 118 nghìn năm 2000 lên 248 nghìn năm 2005. Doanh thu từ du lịch tăng nhanh, năm 2005 đạt 643,7 tỷ đồng tăng 40% so với năm 2004.

Bảng 7: Hiện trạng một số chỉ tiêu về du lịch Khánh Hòa

Chỉ tiêu	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1. Tổng số lượt khách đến (nghìn lượt khách)	399	495	540	484	699	902
Trong đó: - Khách quốc tế	118	142	195	183	210	248
% so tổng số	29,6	28,7	36,1	31,4	30	27,5
- Khách trong nước	281	353	345	400	489	645
2. Số khách sạn	136	202	233	246	273	301
3. Doanh thu (tỷ đồng)	199	246,1	297,3	360,2	456,5	643
Trong đó:-Doanh thu dịch vụ (%)	53,8	53,7	54,6	54,8	54,5	55,5
- Doanh thu bán hàng (%)	11,9	11,7	12,9	13,9	7,9	4,3
- Doanh thu hàng ăn uống (%)	28,6	28,4	27,4	25,7	28,5	31,6
- Doanh thu khác (%)	5,7	5,3	5,1	5,6	9,0	9,6

Nguồn: Báo cáo qui hoạch tổng thể kinh tế xã hội tỉnh Khánh Hòa đến năm 2020

Tiềm năng du lịch của Khánh Hòa còn rất lớn với lượng khách du lịch đến Khánh Hòa ngày càng tăng, kích thích sự phát triển thương mại trên địa bàn, cụ thể các hoạt động thương mại tại các điểm tham quan du lịch, các chợ, trung tâm thương mại và siêu thị sẽ ngày càng sôi động hơn. Hiện nay chợ Đầm tại thành phố Nha Trang phải kéo dài thời gian hoạt động đến 20h, mặt khác cũng phải mở thêm chợ đêm để phục vụ nhu cầu mua sắm, ăn uống của người dân địa phương cũng như khách du lịch. Tuy nhiên, khả năng khai thác tiềm năng này còn chưa tương xứng, quá trình đầu tư phát triển chưa cân đối và thiếu đồng bộ.

IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG

Từ những vấn đề khái quát về điều kiện tự nhiên và tình hình phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trên đây có thể đánh giá khái quát những tác động của nó đến quá trình phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị như sau:

Một là, với vị trí địa lý thuận lợi, nằm gần đường hàng hải quốc tế, có hệ thống cảng biển gắn với đầu nút giao thông quan trọng cả về đường sắt, đường bộ, đường thuỷ và đường hàng không, lại là một trong những cửa ngõ ra biển của khu vực Nam Trung Bộ và Tây Nguyên... tạo cho Khánh Hoà khả năng thuận lợi để phát triển sản xuất hàng hoá, mở rộng giao lưu kinh tế với cả nước và quốc tế. Hình thành các khu trung chuyển hàng hoá và dịch vụ cho các tỉnh xung quanh và Tây Nguyên, cả nước và quốc tế.

Hai là, mật độ dân số cao cùng với sự phát triển nhanh của hệ thống giao thông trong vùng nói riêng và các điều kiện kết cấu hạ tầng nói chung đang và sẽ có ảnh hưởng đến mật độ và sự phân bố của hệ thống chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trong tỉnh. Trong đó, mật độ dân số đông và sự phân bố dân cư tương đối đồng đều trên địa bàn tỉnh làm tăng mật độ của chợ, siêu thị. Ngược lại, sự phát triển của các điều kiện kết cấu hạ tầng (giao thông, thông tin liên lạc,...) lại có tác động mở rộng phạm vi hoạt động của chợ, siêu thị và qua đó làm giảm mật độ chợ, siêu thị trên địa bàn tỉnh trong những năm tới.

Ba là, lợi thế về tài nguyên, nhất là tài nguyên biển với một vùng biển có mớn nước sâu trên 25m - điều kiện để hình thành cảng trung chuyển quốc tế. Bờ biển có nhiều bãi tắm đẹp, cảnh quan thiên nhiên kỳ thú, di tích lịch sử, văn hoá phong phú. Hệ thống khách sạn và cấu trúc hạ tầng đã có, sẽ được cải tạo và xây dựng mới v.v... tạo cho thành phố Nha Trang nói riêng và Khánh Hoà nói chung có lợi thế để phát triển mạnh ngành du lịch, đặc biệt là du lịch biển đảo. Du lịch phát triển vừa là động lực, vừa là yếu tố thuận lợi để phát triển thương mại qua các hệ thống chợ, trung tâm thương mại và siêu thị.

Vịnh Cam Ranh là nơi hội tụ nhiều yếu tố lý tưởng để hình thành khu sản xuất công nghiệp và dịch vụ tập trung lớn. Gần đây, Nhà nước đã cho phép chuyển một phần vùng Cam Ranh sang mục đích hoạt động kinh tế, cùng với việc đưa sân bay Cam Ranh vào hoạt động kinh tế và vận chuyển dân dụng cũng như nghiên cứu hình thành một khu kinh tế ở đây đã mở ra nhiều cơ hội mới cho phát triển kinh tế và thương mại khu vực phía Nam của tỉnh.

Bên cạnh đó, khu vực vịnh Vân Phong được quy hoạch thành khu kinh tế trọng điểm, tổng hợp, đa ngành gồm cảng trung chuyển Container quốc tế và trung chuyển dầu với quy mô lớn, trung tâm du lịch sinh thái biển chất lượng cao, dịch vụ, công nghiệp, nuôi trồng hải sản; trong đó Cảng trung chuyển quốc tế giữ vai trò chủ đạo gắn với dịch vụ cảng biển và thương mại, các dịch vụ khác hỗ trợ và phục vụ cho các hoạt động đó.

Khoáng sản tuy không lớn, nhưng đa dạng và phân bố đều trên lãnh thổ, cho phép khai thác quy mô nhỏ với sự tham gia của các thành phần kinh tế, có ý nghĩa sử dụng hợp lý nguồn lao động và tác động trực tiếp đến chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông thôn và xây dựng nông thôn mới ở các vùng có khoáng sản.

Do đó, các sản phẩm, hàng hoá hoặc sẽ được cung cấp trực tiếp cho dân cư trong tỉnh và khách du lịch qua hệ thống chợ, trung tâm thương mại, siêu thị hoặc sẽ được thu gom qua hệ thống chợ mới có khả năng phát luồng ra khỏi địa bàn, hay cung cấp nguyên liệu cho các cơ sở chế biến.

Mặt khác, yêu cầu chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng nâng cao tỷ trọng của ngành công nghiệp và dịch vụ trong GDP, Khánh Hoà phải dựa chủ yếu vào nguồn nguyên liệu là các sản phẩm nông, lâm, ngư nghiệp để tạo ra các sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng cao hơn. Chính nhu cầu về nguyên liệu nông, lâm, ngư nghiệp đó sẽ là động lực chủ yếu làm thúc đẩy hoạt động khai thác, thu gom các sản phẩm và làm gia tăng khối lượng hàng hoá lưu chuyển qua hệ thống chợ.

Bốn là, thực trạng về trình độ, qui mô sản xuất công nghiệp cũng như tính chất thương phẩm của các sản phẩm công nghiệp được sản xuất ra trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hiện nay cho thấy, ngoại trừ sản phẩm xi măng, đá chẻ, cát xuất khẩu, một số sản phẩm phục vụ cho xây dựng như gạch, ngói... và các sản phẩm dệt may xuất khẩu có khả năng phát luồng trực tiếp từ cơ sở sản xuất ra ngoài địa bàn tỉnh mà có thể không thông qua hệ thống chợ, các sản phẩm khác còn lại chủ yếu phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng của dân cư trong tỉnh và kênh phân phối chủ yếu và phù hợp nhất là qua hệ thống chợ. Mặt khác, đối với các sản phẩm từ nơi khác đến cũng phân phối qua hệ thống chợ với khối lượng rất lớn, ví dụ như rau quả, nông sản từ Lâm Đồng, Đắk Lắk về Khánh Hoà chủ yếu được phát luồng tại hệ thống các chợ trên địa bàn tỉnh. Điều đó có nghĩa là, hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh vẫn chiếm giữ vị trí quan trọng trong hoạt động tiêu thụ đối với nhiều sản phẩm công nghiệp do các cơ sở công nghiệp trong tỉnh có qui mô nhỏ và vừa sản xuất ra cũng như các sản phẩm từ các tỉnh khác đến.

Năm là, thực trạng phát triển ngành thương mại tỉnh Khánh Hoà trong những năm vừa qua cho thấy, tỷ trọng tổng mức bán lẻ hàng hoá trong tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh dịch vụ của năm 2005 đã tăng lên 1,64 %. Nếu so sánh tổng mức bán lẻ hàng hoá của năm 2005 với năm 2004, thì tỷ lệ tăng trưởng là 34,98%. Điều này cũng có nghĩa là, nhu cầu mua của dân cư dành cho hàng hoá vẫn không ngừng tăng lên với tốc độ cao. Thêm vào đó, lực lượng thương nghiệp ngoài quốc doanh chủ yếu là các hộ tư thương và dịch vụ tư nhân chuyên nghiệp và bán chuyên nghiệp chủ yếu tham gia bán lẻ trên thị trường xã hội,... Trong cơ cấu các mặt hàng tiêu thụ, thì các mặt hàng tiêu dùng cho sinh hoạt hàng ngày, đặc biệt là thực phẩm tươi sống chủ yếu thông qua chợ, siêu thị và các loại hình thương mại khác chiếm tỷ trọng rất thấp trong việc phân phối nông sản, hàng thực phẩm tươi sống. Những điều đó cho thấy, loại hình thương nghiệp chợ, nhất là chợ nông thôn sẽ chiếm giữ vị trí quan trọng trong hệ thống thương nghiệp của tỉnh và đối với nhu cầu mua của các tầng lớp dân cư.

Sáu là, thu nhập và đời sống dân cư trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trong những năm vừa qua đã được cải thiện đáng kể. Bên cạnh đó, tỷ lệ chung của chi tiêu so với thu nhập của các nhóm ở mức rất cao (95,37%), cao hơn rất nhiều so với tỷ lệ chi tiêu chung của cả nước, (trong đó, tỷ lệ đó của nhóm có thu nhập

cao nhất là 90,33% trong khi phần chi tiêu của nhóm thấp nhất còn lớn hơn phần thu nhập của họ). Trong tổng chi tiêu, phần chi tiêu cho đời sống hàng ngày (chi ăn, uống, hút và chi không phải ăn, uống, hút) chiếm đến 92,75% tổng chi tiêu chung, cao hơn so với tỷ lệ chung của cả nước. Tất cả những điều đó cho thấy, nhu cầu tiêu dùng của phần lớn dân cư vẫn tập trung vào các hàng hoá tiêu dùng thiết yếu cho đời sống hàng ngày, nhu cầu về dịch vụ và các hàng hoá khác, nhất là các mặt hàng trang trí nội thất, hàng điện, điện tử vẫn bị kìm chế, tần suất mua bán hàng hoá cho tiêu dùng hàng ngày của dân cư vẫn cao, đặc biệt là những địa bàn miền núi, kém phát triển hơn của tỉnh, điều kiện bảo quản, dự trữ trong gia đình thấp,... Như vậy, với trình độ chi tiêu đó thì loại hình thương nghiệp chợ vẫn tỏ ra thích ứng trong giai đoạn tới đây và sẽ là tiền đề để các loại hình thương nghiệp tiến bộ khác như siêu thị, cửa hàng chuyên doanh qui mô lớn và các cửa hàng bán sản phẩm chất lượng cao phát triển.

Tóm lại, trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà, trong những năm vừa qua, đã và đang diễn ra những thay đổi về xã hội và kinh tế dưới tác động của các quá trình đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng, quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, quá trình phát triển các ngành sản xuất theo định hướng thị trường,... Hơn nữa, về phương diện sản xuất hàng hoá trong lĩnh vực nông nghiệp và về thu nhập, chi tiêu của đại bộ phận các tầng lớp dân cư trong tỉnh cũng là những yếu tố có ảnh hưởng đến sự phát triển của hệ thống chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trong tỉnh. Bên cạnh những tác động tích cực, những thay đổi trên cũng có những tác động tiêu cực làm giảm sự cần thiết của loại hình thương nghiệp chợ đối với sản xuất, tiêu dùng và đời sống dân cư trong tỉnh. Tuy vậy, với điều kiện tự nhiên, trình độ phát triển kinh tế - xã hội của Khánh Hoà hiện nay, chợ vẫn là loại hình thương nghiệp phổ biến nhất và đóng vai trò quan trọng bên cạnh các loại hình thương nghiệp tiến bộ khác sẽ phát triển mạnh ở giai đoạn sau, như các trung tâm mua sắm, siêu thị, trung tâm thương mại ở địa bàn nông thôn. Những tác động không thuận lợi cho sự phát triển chợ, siêu thị, trung tâm thương mại ở đây không có nghĩa là cần phải hạn chế phát triển, mà là cần phải có những định hướng phát triển phù hợp cho mỗi loại hình thương nghiệp trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trong từng thời kỳ phát triển.

Phần thứ hai

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHỢ VÀ SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KHÁNH HÒA

Căn cứ theo Quy chế về siêu thị, trung tâm thương mại do Bộ Thương mại ban hành kèm theo Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/9/2004 qui định các tiêu chuẩn và quản lý hoạt động của siêu thị, trung tâm thương mại thì tính cho đến thời điểm này Khánh Hoà chưa có cơ sở nào đạt tiêu chuẩn là trung tâm thương mại như quy định trong Quy chế. Với lý do đó, **Phần thứ nhất** và **Phần thứ hai** của dự án này chỉ tập trung phân tích và đánh giá mạng lưới chợ (gồm những chợ đang hoạt động) và siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà. (Trong mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà thì ở thành phố Nha Trang hiện nay có 01 chợ đầu mối thuỷ sản đã được xây dựng tại khu Hòn Rớ nhưng chưa đi vào hoạt động, dự kiến chợ này sẽ được xây dựng xong vào cuối năm 2006).

I. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHỢ CỦA KHÁNH HÒA

1. Những đặc điểm chủ yếu của chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

1.1. Đặc điểm hình thành chợ

Quá trình hình thành phát triển hệ thống chợ nói chung là một quá trình có tính chất lịch sử và chịu sự tác động của nhiều yếu tố khác nhau, như: trình độ sản xuất, lưu thông, tiêu dùng, điều kiện tự nhiên, cũng như của quá trình đô thị hoá...

Đặc điểm đầu tiên của các chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà là vị trí của nó thường gắn liền với các tuyến giao thông và khu dân cư tập trung. Cụ thể, trong hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà có 35% số chợ ở vị trí gần đường giao thông chính, 50% số chợ ở gần khu dân cư và 15% số chợ ở gần sông.

Đặc điểm thứ hai của hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà là hầu hết được hình thành muộn, theo kết quả các phiếu điều tra về chợ trên địa bàn tỉnh thì có tới 60% số chợ được xây dựng từ năm 1985 đến năm 1995. Xuất phát từ đặc điểm phát triển kinh tế xã hội, phát triển sản xuất, có thể nói rằng, các chợ được hình thành trong thời gian này chủ yếu để phục vụ nhu cầu tiêu dùng của người dân và khách du lịch của địa phương.

Đặc điểm thứ ba là hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà được hình thành với mật độ thưa (tính theo diện tích tự nhiên). Bình quân cứ 42,6 km² có 1 chợ với số dân lên tới 9,2 nghìn người.

Đặc điểm thứ tư là theo số liệu thống kê thì số lượng chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà từ năm 1985 đến nay có xu hướng tăng dần, với 85 chợ được xây dựng trong khoảng thời gian này.

1.2. Đặc điểm trao đổi hàng hoá, dịch vụ qua các mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh

Những đặc điểm về trao đổi hàng hoá qua hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hiện nay được thể hiện trên các khía cạnh chủ yếu như:

Thứ nhất, cùng với sự hình thành của hầu hết các chợ trên địa bàn tỉnh, đến nay trong hệ thống chợ chỉ còn các chợ hàng ngày, chiếm 100% số chợ, có thời gian hoạt động trao đổi hàng hoá chủ yếu vào các buổi sáng trong ngày, đặc biệt là từ 7-10 giờ sáng. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà không còn chợ họp theo phiên.

Thứ hai, trong hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà, chỉ có chợ Đầm ở thành phố Nha Trang có phạm vi hoạt động liên huyện. Đồng thời, tỷ lệ những chợ có phạm vi hoạt động trong xã và liên xã rất cao, chiếm 95%.

Thứ ba, các sản vật chủ yếu được sản xuất và đưa ra trao đổi trên địa bàn nói chung và qua hệ thống chợ nói riêng là các sản phẩm nông, ngư nghiệp và các mặt hàng tiêu dùng thông thường như hàng may mặc, tạp hoá. Trong đó, hầu hết các chợ đều kinh doanh tổng hợp cả hàng công nghiệp tiêu dùng và hàng nông sản thực phẩm. Số chợ kinh doanh hàng công nghiệp tiêu dùng có tỷ lệ áp đảo chỉ chiếm trên 20% - chủ yếu là các chợ ở các khu vực thị trấn huyện, thị xã và thành phố.

Thứ tư, về qui mô và phạm vi trao đổi, với những điều kiện kinh tế và xã hội của tỉnh Khánh Hoà, qui mô trao đổi hàng hoá qua hệ thống chợ hầu hết là chợ bán lẻ phục vụ nhu cầu tiêu dùng của dân cư trong tỉnh. Các chợ trong tỉnh vừa bán buôn vừa bán lẻ là 15 chợ, chiếm 12,60%, trong đó các chợ có tỷ trọng bán buôn lớn chỉ có 1 chợ.

Thứ năm, về cơ cấu ngành nghề kinh doanh trên chợ, ngoài khu vực kinh doanh mua bán hàng hoá, các chợ có khu vực kinh doanh dịch vụ ăn uống trong chợ chiếm 45% và các chợ có cả khu vực giết mổ gia cầm là 5,1%. Đặc biệt, không có hoạt động sản xuất thủ công (gò, hàn, rèn), giết mổ gia súc tại các chợ ở Khánh Hoà, riêng thành phố Nha Trang không có chợ nào có hoạt động giết mổ gia súc, gia cầm tại chợ.

1.3. Đặc điểm hoạt động quản lý hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh

Quản lý là một hoạt động tất yếu trong quá trình phát triển của xã hội. Nếu xem các yếu tố về tự nhiên, kinh tế, xã hội là những cơ sở khách quan, thì yếu tố quản lý được xem là cơ sở chủ quan của các quá trình phát triển. Đồng thời, đặc điểm hoạt động quản lý chợ cũng chịu sự tác động của: Phạm vi, qui mô hoạt động và khả năng ảnh hưởng của chợ đối với quá trình phát triển kinh tế – xã hội trên địa bàn tỉnh; Tính chất hoạt động kinh doanh tại các chợ; Số lượng và thành phần các đối tượng tham gia kinh doanh trong hệ thống chợ... Đối với hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà, tình hình hoạt động quản lý chợ có những đặc điểm chủ yếu sau:

+ Theo kết quả điều tra, trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà các chợ hiện nay đã được quản lý gồm có 99 chợ và 23 chợ là chưa có bộ máy quản lý.

+ Trình độ tổ chức và quản lý chợ trên địa bàn tỉnh còn hạn chế. Cụ thể, mô hình quản lý được áp dụng phổ biến trong hệ thống chợ của Khánh Hoà là tổ quản lý hoặc một cá nhân quản lý. Mô hình ban quản lý chợ là mô hình khá hoàn thiện hơn, nhưng vẫn còn ít số chợ áp dụng.

+ Trong công tác quản lý chợ thường tập trung khai thác các khoản thu chính như: thu từ phí chợ ; thu từ dịch vụ trông giữ xe đạp, xe máy ; thu từ dịch vụ vệ sinh và trông coi tài sản. Trong đó, 94% số chợ có nguồn thu chủ yếu là từ lệ phí và cho thuê diện tích, 11 chợ hay 11,76% số chợ có nguồn thu từ các dịch vụ. 3 chợ hay 2,5% số chợ có các nguồn thu khác. Tổng doanh thu từ quản lý chợ hàng năm là gần 23,5 tỷ đồng.

2. Phân loại chợ

Thông thường, đối với mỗi đối tượng cần phân loại, việc phân loại có thể dựa trên một hay nhiều tiêu thức khác nhau tùy theo mục tiêu phân loại. Những tiêu thức phân loại là những tiêu thức có thể xác định được, hoặc có thể lượng hoá được. Đối với hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà, xuất phát từ mục tiêu phục vụ cho công tác lập qui hoạch hệ thống chợ, các tiêu thức phân loại được sử dụng đa dạng hơn, bao gồm:

2.1. Phân loại chợ theo quy mô

Theo Nghị định 02/2003 NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về tổ chức quản lý và kinh doanh chợ, qui mô chợ được phân thành 3 loại chủ yếu là chợ hạng I, chợ hạng II và chợ hạng III. Việc phân loại theo qui mô chợ được căn cứ vào số hộ kinh doanh cố định trên chợ và thực trạng cơ sở vật chất của chợ. Qui mô cụ thể của từng loại chợ được xác định như sau:

Chợ hạng I:

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

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

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

Chợ hạng II:

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

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

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

Chợ hạng III:

- Là các chợ có dưới 200 điểm kinh doanh hoặc các chợ chưa được đầu tư xây dựng kiên cố hoặc bán kiên cố;

- Chủ yếu phục vụ nhu cầu mua bán hàng hoá của nhân dân trong xã, phường và địa bàn phụ cận.

Trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà chỉ có 3 chợ có số điểm/hộ kinh doanh cố định trên chợ là hơn 400 hộ, đạt qui mô chợ hạng I:

1. Chợ Đầm, phường Vạn Thạnh - Thành phố Nha Trang
2. Chợ Xóm Mới, phường Tân Lập – Thành phố Nha Trang
3. Chợ Phước Thái, phường Phước Long (nhưng chợ Phước Thái lại không đạt các tiêu chuẩn chợ hạng I về cơ sở vật chất, về mặt bằng, về phạm vi hoạt động...)

Và 9 chợ đạt qui mô chợ hạng II, còn lại 110 chợ đạt hạng III. Trong số các chợ qui mô hạng III, nhiều chợ chỉ có khoảng vài chục hộ kinh doanh cố định trên chợ.

Bảng 8: Phân loại chợ theo quy mô hộ kinh doanh và CSVC chợ

	Quy mô hộ		
	C I	C II	C III
1. Thành phố Nha Trang	3	2	18
2. Huyện Ninh Hoà	0	1	26
3. Huyện Khánh Sơn	0	0	4
4. Huyện Khánh Vĩnh	0	0	4
5. Huyện Vạn Ninh	0	2	9
6. Thị xã Cam Ranh	0	3	25
7. Huyện Diên Khánh	0	1	24
Tổng số	3	9	110

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra

2.2. Phân loại chợ theo phạm vi ảnh hưởng

Theo kết quả tổng hợp từ 117 phiếu điều tra, trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hiện nay, hầu hết các chợ đều có phạm vi hoạt động trên địa bàn trong xã, phường (có 83 chợ, chiếm 68 % số chợ), ngoài ra có 33 chợ có phạm vi ảnh hưởng liên xã, chiếm 27,% số chợ trên địa bàn tỉnh. Riêng chỉ có thành phố Nha Trang có 1 chợ Đầm có phạm vi hoạt động liên huyện đạt quy mô hạng I, có khả năng thu hút và phát luồng bán buôn hàng hoá lớn.

Bảng 9: Phân loại chợ theo phạm vi ảnh hưởng

	Thôn, xã Phường	Liên xã	Liên huyện	Liên tỉnh	Không trả lời
1. Thành phố Nha Trang	12	10	1	0	
2. Huyện Ninh Hoà	19	6	0	0	2
3. Huyện Khánh Sơn	1	2	0	0	1

4. Huyện Khánh Vĩnh	1	3	0	0	
5. Huyện Vạn Ninh	8	3	0	0	
6. Thị xã Cam Ranh	22	4	0	0	2
7. Huyện Diên Khánh	20	5	0	0	
Tổng số	83	33	1	0	5

Nguồn: Phiếu tổng hợp điều tra

2.3. Phân loại chợ theo lịch sử hình thành

Việc phân loại chợ xuất phát từ nhu cầu trao đổi, mua bán hàng hoá của dân cư trong một khu vực, địa phương và sự hội tụ của điều kiện tự nhiên, kinh tế-xã hội. Nói cách khác là quá trình hình thành chợ vừa chứa đựng các yếu tố khách quan, vừa chứa đựng các yếu tố chủ quan. Trong đó, nhu cầu của một cộng đồng dân cư có tính quyết định đến việc hình thành chợ hay việc mở rộng quy mô hoạt động của một chợ.

Bảng 10: Phân loại chợ theo năm thành lập

	Tổng số	Năm thành lập			
		Trước 1975	1975-1985	Sau 1985	Không trả lời
Tổng số	122	17	19	85	1
1. Thành phố Nha Trang	23	6	4	13	0
2. Huyện Ninh Hoà	27	4	2	21	0
3. Huyện Khánh Sơn	4	0	0	4	0
4. Huyện Khánh Vĩnh	4	0	0	4	0
5. Huyện Vạn Ninh	11	1	3	7	0
6. Thị xã Cam Ranh	28	5	6	17	0
7. Huyện Diên Khánh	25	1	4	19	1

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà do yêu cầu tổ chức quản lý và phát triển chợ trong giai đoạn hiện nay, nhiều chợ cũ trong tỉnh hoặc đã được di chuyển đến một địa điểm mới hoặc là được địa phương ra quyết định để đầu tư xây dựng. Vì vậy, việc phân loại chợ theo lịch sử hình thành (do địa phương thành lập hay tự phát) và theo năm chợ được thành lập chỉ mang tính tương đối. Tuy vậy, việc phân loại chợ theo các tiêu thức này là cần thiết để đánh giá quá trình hình thành và phát triển của hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh, nhất là trên khía cạnh tổ chức và quản lý của các cấp chính quyền địa phương đối với hệ thống chợ trong những năm vừa qua.

Theo số liệu điều tra về hệ thống chợ của tỉnh Khánh Hoà với 122 chợ đang hoạt động thì trong đó, chợ được thành lập từ trước những năm 1975 gồm có 17 chợ, số chợ được hình thành trong giai đoạn từ 1975-1985 gồm 19 chợ, từ 1985 đến nay có 86 chợ.

2.4. Phân loại chợ theo tính chất kinh doanh

Mặc dù, loại hình thương nghiệp chợ chủ yếu thuộc loại hình kinh doanh bán lẻ phục vụ nhu cầu tiêu dùng của dân cư trong khu vực chợ, tuy nhiên nhiều chợ do hội tụ được các yếu tố như: tính chất đặc sản gắn với vùng sản xuất, qui mô sản xuất lớn, vị trí chợ thuận tiện cho việc trung chuyển hàng hoá giữa các vùng, các chợ và khả năng tổ chức, thực hiện kinh doanh của thương nhân trong vùng,... nên đã tạo ra khả năng bán buôn, phát luồng hàng hoá của các chợ này. Vì vậy, theo tiêu thức phân loại này có thể phân thành chợ bán buôn, bán lẻ và chợ bán buôn, chợ bán lẻ. Theo tổng hợp phiếu điều tra, trong số 122 chợ không có chợ nào chuyên doanh bán buôn, trong khi đó có 108 chợ kinh doanh bán lẻ và 14 chợ kết hợp cả bán buôn và bán lẻ.

Bảng 11: Phân loại chợ theo tính chất kinh doanh và lịch họp chợ

	Theo tính chất KD			Theo lịch họp chợ	
	Bán lẻ	B.buôn, B.lẻ	Bán buôn	Hàng ngày	Họp phiên
1. Thành phố Nha Trang	22	1	0	23	0
2. Huyện Ninh Hoà	25	2	0	27	0
3. Huyện Khánh Sơn	4	0	0	4	0
4. Huyện Khánh Vĩnh	4	0	0	4	0
5. Huyện Vạn Ninh	7	4	0	11	0
6. Thị xã Cam Ranh	26	2	0	28	0
7. Huyện Diên Khánh	20	5	0	25	0
Tổng số	108	14	0	122	0

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Theo lịch họp chợ: lịch họp chợ hay phiên chợ là sự phân công giữa các chợ trong một vùng, một khu vực nào đó để đảm bảo cho lưu lượng người và hàng hoá tham gia vào một buổi chợ của một chợ nào đó là cao nhất và hợp lý nhất. Sự hình thành các phiên chợ không chỉ phụ thuộc vào nhịp độ của sản xuất và tiêu dùng trong vùng, hay cường độ trao đổi giữa các đối tượng tham gia mua bán trên chợ, mà còn phụ thuộc vào quan niệm trước đây không coi trọng nghề buôn bán đã kìm hãm sự phát triển của lực lượng thương nhân. Vì vậy, trong quá khứ, chợ họp theo phiên tồn tại khá phổ biến ở nước ta và càng về sau, cùng với sự gia tăng dân số, sự phát triển của sản xuất, tiêu dùng và nhiều điều kiện kinh tế - xã hội khác, khoảng cách giữa các phiên chợ đã dần dần ngắn lại và

hơn nữa sự phân biệt giữa buổi chợ thường và phiên chợ cũng mờ dần. Tuy nhiên, một điều đặc biệt là trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà không có chợ họp theo phiên mà chỉ có chợ họp thường xuyên (chợ họp cả ngày và họp buổi sáng), theo kết quả điều tra thì tất cả 122 chợ đều họp thường xuyên.

2.5. Phân loại chợ theo vị trí hình thành

Vị trí hình thành chợ có liên quan chặt chẽ với mức độ thuận tiện cho việc gặp gỡ, trao đổi giữa người mua và người bán trong một khu vực, một vùng nào đó. Vì vậy, vị trí hình thành chợ trước hết phụ thuộc vào điều kiện giao thông và sau đó là phụ thuộc vào khả năng cung cấp hay nhu cầu tiêu thụ hàng hoá trong vùng đó. Việc phân loại chợ theo tiêu thức này sẽ có ý nghĩa quan trọng khi cần xem xét di chuyển hay mở thêm các chợ mới. Đặc điểm vị trí hình thành chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà như bảng sau:

Bảng 12: Đặc điểm vị trí của các chợ trên địa bàn tỉnh

	Thị tứ	Ven lộ	Khu dân cư tập trung	Gần bến xe	Ven sông, lạch
1. Thành phố Nha Trang	0	14	22	2	0
2. Huyện Ninh Hoà	1	16	20	0	3
3. Huyện Khánh Sơn	0	0	3	1	0
4. Huyện Khánh Vĩnh	0	1	3	0	0
5. Huyện Vạn Ninh	1	7	11	1	1
6. Thị xã Cam Ranh	0	11	25	0	0
7. Huyện Diên Khánh	1	12	20	0	0
Tổng số	3	61	104	4	4

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Nhìn chung, do điều kiện địa hình tỉnh Khánh Hoà, nên vị trí hình thành chợ thường gắn liền với các yếu tố về điều kiện tự nhiên, kinh tế và xã hội của tỉnh. Theo đó, các chợ thường được hình thành ở vị trí ven các đường giao thông và gắn với các khu dân cư tập trung.

3. Thực trạng phát triển mạng lưới chợ và cơ sở vật chất chợ

3.1. Thực trạng phát triển mạng lưới chợ

- Phân bố chợ trên địa bàn tỉnh, tình trạng đất đai, qui mô tính hệ thống:

Trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hiện có 122 chợ, trong đó được phân bố theo các huyện thị như sau:

Bảng 13: Thống kê chợ theo huyện và thị xã trên địa bàn tỉnh

	Số lượng chợ	Tỷ lệ %
1. Thành phố Nha Trang	23	18,85%

2. Huyện Ninh Hoà	27	22,14%
3. Huyện Khánh Sơn	4	3,27%
4. Huyện Khánh Vĩnh	4	3,27%
5. Huyện Vạn Ninh	11	9,02%
6. Thị xã Cam Ranh	28	22,95%
7. Huyện Diên Khánh	25	20,50%
Tổng số	122	100%

Nguồn: Phiếu tổng hợp điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Bảng 14: Biểu đồ mạng lưới chợ theo đơn vị hành chính



Nguồn: Phiếu tổng hợp điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Nếu tính số chợ theo địa bàn huyện, thị hiện nay, thị xã Cam Ranh và Huyện Ninh Hoà có số chợ nhiều nhất, riêng hai huyện này đã chiếm tới 45% số lượng chợ của cả tỉnh. Hai huyện có số chợ ít nhất là huyện Khánh Sơn (4 chợ) và Khánh Vĩnh (4 chợ). Tuy nhiên, chỉ tiêu này chưa phản ánh được tính hợp lý của mạng lưới chợ.

Về mật độ chợ (tổng số 122 chợ trên 137 xã, phường, thị trấn), Khánh Hoà là tỉnh có mật độ chợ tính theo đơn vị hành chính xã, phường ở mức trung bình so với cả nước. Bình quân có 0,89 chợ/xã, phường, thị trấn.

Nếu tính mật độ chợ theo địa bàn huyện, thị nơi có mật độ chợ cao nhất là thị xã Cam Ranh với 1,04 chợ/xã, phường, tiếp theo là huyện Ninh Hoà và Diên Khánh với tỷ lệ 1 chợ/xã và nơi có mật độ chợ thấp nhất là huyện Khánh Vĩnh,

chỉ có 0,29 chợ/xã. Nhìn chung, đối với Khánh Hoà, ở những địa bàn có nhiều chợ thì mật độ chợ/xã, phường đạt mức bình quân tương đối cao nhưng vẫn thấp hơn so với cả nước, mật độ này đạt 1 - 1,04 chợ/xã, phường, còn ở những địa bàn có ít chợ thì mật độ rất thấp so với mật độ chung của cả nước, (mức trung bình của cả nước khoảng 1,25 chợ/xã, phường). Tuy nhiên, chỉ tiêu mật độ chợ trên xã, phường cũng chưa phản ánh được tính hợp lý của mạng lưới chợ. Bởi vì, các xã phường có sự khác biệt khá lớn về diện tích và qui mô dân số.

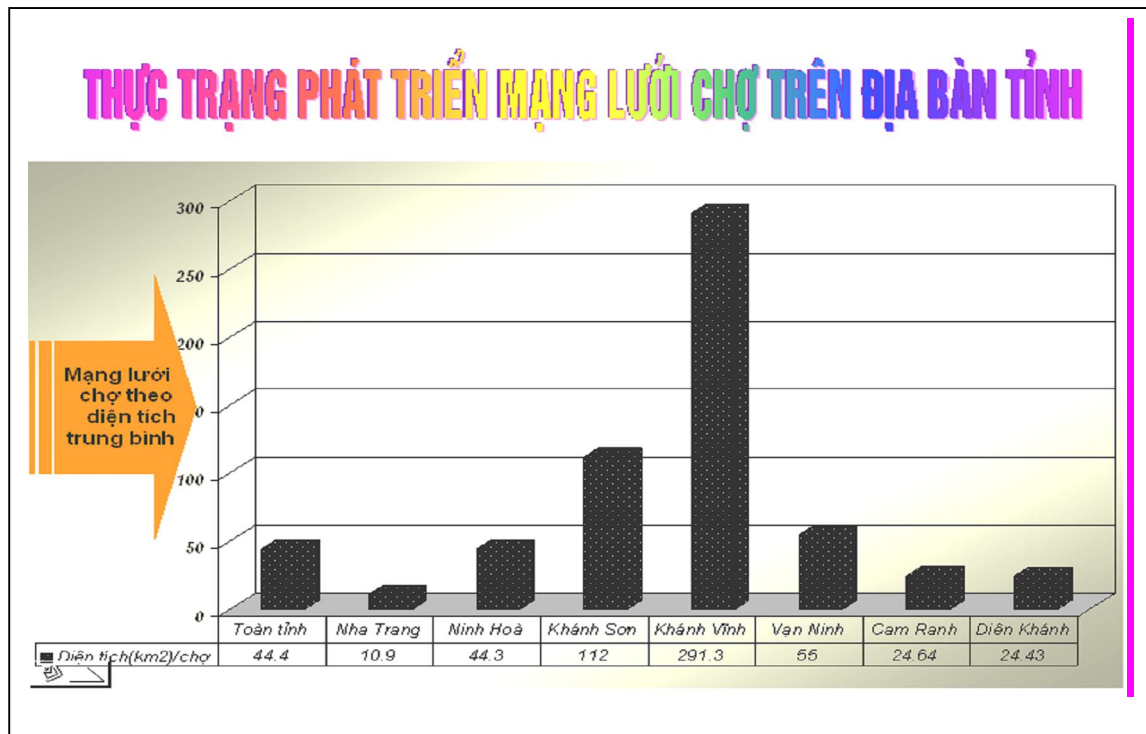
- *Thực trạng phát triển mạng lưới chợ theo diện tích tự nhiên:*

Diện tích đất tự nhiên của toàn tỉnh Khánh Hoà là 5.197 km². Như vậy, tính bình quân cứ 42,6 km² có một chợ hay bán kính phục vụ của một chợ là 3,68 km.

Nếu tính theo địa bàn huyện, thị, thành phố thì bán kính phục vụ ngắn nhất của một chợ thuộc về thành phố Nha Trang với 1,86 km, tiếp theo là huyện Diên Khánh với 2,79 km. Bán kính phục vụ xa nhất của một chợ thuộc về huyện Khánh Vĩnh với 9,6 km và huyện Khánh Sơn với 6 km.

Nếu so với mức bình quân trong cả nước, bán kính phục vụ của một chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà thường lớn hơn hay có mật độ chợ tương đối thấp, điều này thể hiện rất rõ ở những huyện như Khánh Vĩnh, Khánh Sơn, Vạn Ninh và Ninh Hoà.

Bảng 15: Biểu đồ mạng lưới chợ theo diện tích trung bình



Nguồn: Phiếu tổng hợp điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

- *Thực trạng phát triển mạng lưới chợ theo dân số:*

Theo số liệu thống kê đến đầu năm 2005, dân số trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà là 1.123 nghìn người. Như vậy, bình quân một chợ phục vụ 9,2 nghìn người.

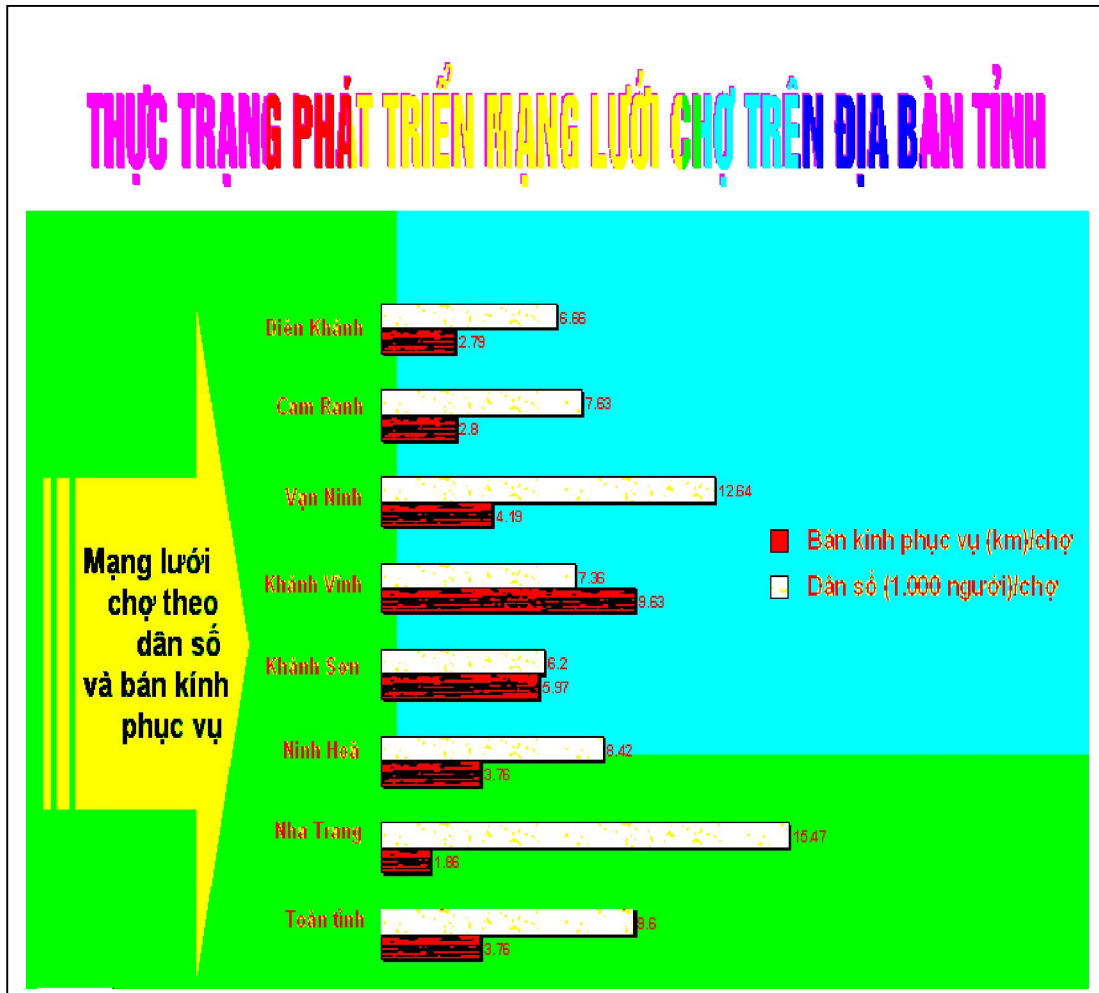
Địa bàn có dân số bình quân trên một chợ ít nhất là huyện Khánh Sơn với 6,2 nghìn người, tiếp theo là huyện Diên Khánh với 6,66 nghìn người. Địa bàn có dân số bình quân trên một chợ nhiều nhất là thành phố Nha Trang với 15,47 nghìn người. Điều này cho thấy mức chênh lệch về số dân trên một chợ giữa các huyện, thị, thành phố trong tỉnh khá lớn (6.000 – 9.000 dân).

Bảng 16: Một số chỉ tiêu cơ bản về mạng lưới chợ

	Chợ/xã, phường	Diện tích/chợ (km²/chợ)	Bán kính phục vụ (km/chợ)	Dân số/chợ (1.000/chợ)
Toàn tỉnh	0,85	44,4	3,76	9,6
Thành phố Nha Trang	0,85	10,9	1,86	15,47
Huyện Ninh Hoà	1,00	44,3	3,76	8,42
Huyện Khánh Sơn	0,38	112,0	5,97	6,20
Huyện Khánh Vĩnh	0,29	291,3	9,63	7,36
Huyện Vạn Ninh	0,77	55,0	4,19	12,64
Thị xã Cam Ranh	1,04	24,64	2,80	7,63
Huyện Diên Khánh	1,00	24,43	2,79	6,66

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005.

Bảng 17: Biểu đồ mạng lưới chợ theo dân số và bán kính phục vụ



Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005.

- Thực trạng phát triển mạng lưới chợ theo quỹ mua dân cư:

Trong hệ thống thương nghiệp bán lẻ ở nước ta hiện nay, các chợ đặc biệt là chợ ở khu vực nông thôn đang có vai trò quan trọng. Các chợ đã góp phần thoả mãn nhu cầu trao đổi, mua bán và tiêu dùng của nhiều tầng lớp dân cư. Sự gia tăng quỹ mua của dân cư trong những năm vừa qua đang đòi hỏi các chợ cần phải thay đổi một cách phù hợp. Việc tính toán chỉ tiêu quỹ mua dân cư bình quân cho các chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà được dựa trên những căn cứ sau :

- Mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ và doanh thu dịch vụ bình quân đầu người một tháng của dân cư trong tỉnh. Cụ thể, theo số liệu thống kê, tổng mức bán hàng hoá và doanh thu dịch vụ năm 2005 (theo giá hiện hành) của Khánh Hoà đạt 13.273 tỷ đồng, trong đó tổng mức bán lẻ hàng hoá là 7.292 tỷ đồng, với dân số 1.123.000 người, do đó mức bình quân chung của cả tỉnh là 541 ngàn đồng/người/tháng.

- Mức thu nhập bình quân đầu người một tháng của dân cư trên địa bàn tỉnh, theo số liệu điều tra là 346,45 ngàn đồng/người/tháng.

- Mức chi tiêu bình quân đầu người một tháng của dân cư trên địa bàn tỉnh, theo số liệu điều tra là 330,89 ngàn đồng/người/tháng.
- Số dân bình quân trên một chợ theo địa bàn huyện, thị, thành phố.

Bảng 18: Tính toán quỹ mua dân cư bình quân trên một chợ trong một tháng theo huyện, thị trên địa bàn tỉnh

Đơn vị : Triệu đồng

	Theo mức thu nhập bình quân dân cư	Theo mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ	Theo mức chi tiêu bình quân dân cư
1. Thành phố Nha Trang	5.359,6	8.369,3	5.118,9
2. Huyện Ninh Hoà	2.917,1	4.555,2	2.786,1
3. Huyện Khánh Sơn	2.148,0	3.354,2	2.051,5
4. Huyện Khánh Vĩnh	2.549,9	3.981,8	2.435,4
5. Huyện Vạn Ninh	4.379,1	6.838,2	4.182,5
6. Thị xã Cam Ranh	2.643,4	4.127,8	2.524,7
7. Huyện Diên Khánh	2.307,4	3.603,1	2.203,7
Tổng số	22.304,5	34.829,6	21.302,7

Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra và tính toán của BCN Dự án

Đánh giá chung về mạng lưới và tính liên kết của mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà:

Chợ là loại hình thương nghiệp bán lẻ chủ yếu ở nước ta hiện nay, nhất là tại các khu vực thị trường nông thôn. Vì vậy, việc đánh giá thực trạng phát triển mạng lưới chợ cần được xem xét về tính hợp lý của chợ trong việc phục vụ nhu cầu tiêu dùng thường xuyên của các tầng lớp dân cư theo nhiều khía cạnh như: lưu lượng người đến chợ, khoảng cách đến chợ...

Như vậy, việc kết hợp giữa các chỉ tiêu cơ bản về mạng lưới chợ của tỉnh Khánh Hoà trên đây cho thấy rằng mạng lưới chợ trên phạm vi toàn tỉnh hiện nay là chưa hợp lý cả về bán kính phục vụ và qui mô dân số cần được phục vụ. Ví dụ: chợ tại thành phố Nha Trang có bán kính phục vụ tương đối ngắn 1,86 km nhưng số người phục vụ lại là 15.474 người trong khi chợ của những huyện khác tuy có bán kính phục vụ lớn hơn, nhưng số lượng người và qui mô quỹ mua dân cư trung bình mà mỗi chợ phục vụ cũng không cao hơn.

Các chợ trên địa bàn tỉnh trong có xu hướng thiên về chức năng kinh doanh bán lẻ hàng hoá tiêu dùng cho dân cư trong khu vực chợ. Do đó, tính liên kết của mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hiện nay cũng đang có xu hướng ít phụ thuộc vào nhau hơn. Theo kết quả điều tra cho thấy:

Một là, trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà không có các chợ họp theo phiên.

Hai là, lực lượng người buôn chuyên - đối tượng chính thể hiện sự giao lưu về người và hàng hoá giữa các chợ - cũng không nhiều;

Ba là, vai trò bán buôn của các chợ bán buôn tại thành phố Nha Trang, các chợ trung tâm huyện, thị xã đối với các chợ bán lẻ trong tỉnh cũng giảm dần. Những yếu tố chủ yếu gây tác động đến xu hướng này là:

- Sự phát triển của lực lượng kinh doanh khá nhanh trong những năm vừa qua, nhất là sự hình thành các doanh nghiệp thương mại tư nhân, cửa hiệu tư nhân. Lực lượng này thường phát triển quan hệ kinh doanh trực tiếp với cơ sở sản xuất và mở cửa hàng bán buôn, bán lẻ độc lập với khu vực chợ.

- Các nhà sản xuất ngày càng chú trọng nhiều hơn đến việc phát triển mạng lưới phân phối của riêng mình thông qua các đại lý, các nhà phân phối lớn. Trong đó, chợ chỉ được xem là một trong những loại hình bán lẻ và các hộ kinh doanh trong chợ cũng chỉ là một trong những lực lượng bán lẻ hàng hoá cho nhà sản xuất hay nhà phân phối lớn, cơ sở đại lý chính.

- Khả năng đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng ngày càng cao hơn (giao thông, thông tin liên lạc...), cũng như năng lực vận tải, vận chuyển được nâng lên đã tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hoạt động kinh doanh và sự liên hệ trực tiếp giữa nơi sản xuất và nơi tiêu thụ chính.

- Sản xuất ngày càng phát triển cả về qui mô, năng suất lao động, chất lượng sản phẩm, phương thức đóng gói, bao bì và vận chuyển hàng hoá... do đó, hoạt động thu gom hàng hoá qua hệ thống chợ cũng giảm dần

3.2. Thực trạng phát triển cơ sở vật chất chợ

3.2.1. Thực trạng cơ sở vật chất hiện có

Diện tích chiếm đất của các công trình chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà rất khác nhau, từ vài trăm mét vuông đến vài chục ngàn mét vuông. Sự khác nhau đó không hoàn toàn do qui mô chợ quyết định, mà chủ yếu do điều kiện mặt bằng cụ thể của từng chợ. Rất nhiều chợ ở nông thôn tuy có quy mô nhỏ nhưng lại có diện tích chiếm đất lớn, có rất ít hoặc không có các công trình xây dựng kiên cố. Trong khi đó các chợ ở thành phố Nha Trang, các thị trấn huyện lỵ do mặt bằng chật hẹp nên diện tích thường khá hẹp và rất khó mở rộng chợ. Kết quả tổng hợp phiếu điều tra trên 122 chợ hiện có cho thấy:

- 20 chợ hay 16,39 % số chợ có diện tích mặt bằng dưới 500 m²
- 25 chợ hay 20,49 % số chợ có diện tích mặt bằng từ 500 - 1.000 m²
- 25 chợ hay 20,49 % số chợ có diện tích mặt bằng từ 1.000 - 2.000 m²
- 33 chợ hay 27,00 % số chợ có diện tích mặt bằng từ 2.000 - 5.000 m²
- 16 chợ hay 13,11 % số chợ có diện tích mặt bằng từ 5.000 - 10.000 m²
- Chỉ có 3 chợ hay 2,52 % số chợ có diện tích lớn hơn 10.000 m²

- Theo địa bàn huyện, thị: các huyện có nhiều chợ nhỏ hẹp là Thành phố Nha Trang, huyện Ninh Hoà, huyện Diên Khánh; các huyện có nhiều chợ có diện tích mặt bằng lớn là Ninh Hoà và thị xã Cam Ranh.

Bảng 19: Diện tích chiếm đất của các chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

	Tổng số	<500 m ²	500-1000	1000-2000	2000-5000	5000-10000	>10000
1. Thành phố Nha Trang	23	6	4	4	5	3	1
2. Huyện Ninh Hoà	27	6	4	4	9	4	0
3. Huyện Khánh Sơn	4	0	0	0	3	0	0
4. Huyện Khánh Vĩnh	4	0	1	1	2	0	0
5. Huyện Vạn Ninh	11	2	1	3	3	1	0
6. Thị xã Cam Ranh	28	1	7	6	5	7	2
7. Huyện Diên Khánh	25	5	8	3	5	1	0
Tổng số	122	20	25	25	33	16	3

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

3.2.2. Tình hình xây dựng cơ sở vật chất chợ

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà có 29 chợ (chiếm 23,77 % số chợ) được xây dựng kiên cố, 62 chợ (chiếm 50,82% số chợ) được xây dựng bán kiên cố và 31 chợ (chiếm 25,41% số chợ) vẫn là lán tạm hoặc chưa được xây dựng.

Như vậy, tình hình xây dựng cơ sở vật chất chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hiện nay đa số đã được xây dựng. Trong các huyện, ngoài huyện Vạn Ninh chỉ có 1 chợ được xây dựng kiên cố thì các huyện khác thường có ít nhất là 3 chợ được xây dựng kiên cố, huyện Diên Khánh có chợ kiên cố nhiều nhất (có 9 chợ), còn lại là xây dựng bán kiên cố, lán tạm hay chỉ là một bãi đất trống.

Trong số những chợ có cơ sở vật chất là lều lán tạm thì thị xã Cam Ranh là nơi có tình trạng lều, lán tạm nhiều nhất với 12 chợ, tiếp đến là huyện Ninh Hoà có 8 chợ, thành phố Nha Trang 5 chợ, chỉ có hai huyện Khánh Sơn và Khánh Vĩnh là không có chợ với lều lán tạm, tuy nhiên số lượng chợ trên hai địa bàn này rất ít, mỗi huyện có 4 chợ.

Tuy nhiên, các chợ được phân loại theo tiêu thức này cũng chỉ mang tính tương đối. Trên thực tế, các chợ được xếp vào loại kiên cố cũng vẫn còn những công trình chỉ ở mức bán kiên cố hoặc đã xuống cấp rất nhiều, thậm chí chỉ là các lều lán tạm. Theo khảo sát thì trong 74,59 % số chợ được xây dựng kiên cố và bán kiên cố có đến hơn 35% số chợ đã xuống cấp, tuổi thọ còn lại dưới 5 năm, cần được sửa chữa, nâng cấp và xây dựng mới.

Bảng 20: Tình hình cơ sở vật chất chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

	Cơ sở vật chất		
	Kiên cố	Bán kiên cố	Lán tạm, đất trống
1. Thành phố Nha Trang	3	15	5
2. Huyện Ninh Hoà	6	13	8
3. Huyện Khánh Sơn	3	1	0
4. Huyện Khánh Vĩnh	4	0	0
5. Huyện Vạn Ninh	1	8	2
6. Thị xã Cam Ranh	3	13	12
7. Huyện Diên Khánh	9	12	4
Tổng số	29	62	31

Nguồn: Phiếu tổng hợp điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Về diện tích có công trình xây dựng trên chợ, theo số liệu điều tra cho thấy chỉ có 109.877 m² trên tổng số 320.682 m² diện tích chợ có công trình xây dựng, hay tỷ lệ diện tích có công trình xây dựng của các chợ trên địa bàn là 34,26%. Diện tích đất trống của các chợ là 127.171 m² (chiếm 39,66 %).

Về diện tích bình quân của một hộ kinh doanh cố định, theo điều tra cho thấy diện tích trung bình của một hộ kinh doanh trên chợ là 3,8 m². Nhìn chung, diện tích bình quân của một hộ kinh doanh trên chợ của toàn tỉnh ở mức khá thấp, vì thế trong thời gian tới cần phát triển và mở rộng diện tích chợ để đáp ứng được yêu cầu sự phát triển chợ cũng như nhu cầu mua bán của người dân.

3.3. Thực trạng về an toàn giao thông và vệ sinh môi trường, phòng cháy chữa cháy

3.3.1. Thực trạng về đảm bảo an toàn giao thông

Với đặc điểm hình thành vị trí của chợ là thường gắn với các trục lộ, gần sông, đầu mối giao thông chính, do đó, khi có sự gia tăng về số lượng người, phương tiện giao thông và hàng hoá đến chợ thì vấn đề mất an toàn giao thông tại khu vực chợ cũng trở nên trầm trọng hơn. Thực tế cho thấy, một số chợ còn họp ngay trên mặt đường, gây cản trở, ách tắc giao thông đặc biệt là vào các giờ cao điểm và rất nhiều chợ cần phải di dời do không đảm bảo các điều kiện về an toàn giao thông.

Trong số 122 phiếu điều tra có 102 phiếu điều tra có trả lời về điều kiện giao thông và đảm bảo giao thông quanh khu vực chợ. Trong đó, 60% số chợ đảm bảo an toàn giao thông quanh khu vực chợ, 29,6% số chợ có điều kiện giao thông bình thường và 10,4% số chợ chưa đảm bảo điều kiện an toàn giao thông quanh khu vực chợ.

Chính sự mất an toàn giao thông trên khu vực chợ lại ảnh hưởng trực tiếp đến yêu cầu đảm bảo sự thuận tiện cho quá trình giao lưu, trao đổi hàng hoá qua chợ. Đây là mâu thuẫn luôn tồn tại trong quá trình phát triển chợ và tồn tại khá phổ biến trên hệ thống chợ ở nước ta trong giai đoạn hiện nay do sự mất cân đối giữa sự phát triển của hoạt động chợ và khả năng đầu tư phát triển các điều kiện cơ sở hạ tầng.

3.3.2. Thực trạng về vệ sinh môi trường

Nhìn chung, chợ trên địa bàn cả nước và trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà thường tập trung kinh doanh bán lẻ các mặt hàng nông sản, thực phẩm tươi sống. Hơn nữa, các mặt hàng nông sản, thực phẩm tươi sống không được chú trọng đến khâu bao gói, bảo quản sản phẩm trước khi bán hàng và việc sơ chế các sản phẩm này thường diễn ra ngay trong chợ. Do vậy, lượng rác thải ở chợ hàng ngày là khá lớn, dễ gây mùi hôi thối làm ảnh hưởng đến môi trường chợ và an toàn vệ sinh thực phẩm đối với các sản phẩm được lưu thông qua chợ. Mặt khác, ô nhiễm môi trường một phần là do cơ sở hạ tầng của các chợ chưa được đầu tư, nâng cấp, chưa đảm bảo đầy đủ hệ thống thoát nước hoàn chỉnh làm ứ đọng lâu ngày dễ phát sinh dịch bệnh về đường hô hấp hoặc các dịch bệnh khác cho con người và cho các loại gia súc, gia cầm như H5N1, dịch lở mồm long móng...

Thực tế, theo kết quả điều tra, trong số 105 chợ có trả lời phiếu điều tra về tình hình vệ sinh khu vực chợ thì chỉ có 35 chợ đảm bảo vệ sinh tức là 33,3% đảm bảo vệ sinh môi trường và 45 chợ hay 42,86% số chợ được đánh giá là có điều kiện vệ sinh môi trường bình thường. Mặc dù, theo điều tra thì chỉ có một chợ được đánh giá là chưa đảm bảo vệ sinh môi trường. Tuy nhiên, theo khảo sát thực tế có thể thấy vẫn còn một số chợ cũng chưa hoàn toàn đảm bảo các tiêu chuẩn vệ sinh cần thiết.

3.3.3. Thực trạng về công tác phòng cháy, chữa cháy

Theo kết quả điều tra và khảo sát thực tế, ngoài một số chợ có qui mô lớn ở trung tâm thành phố, thị xã và trung tâm thị trấn huyện được đầu tư hệ thống phòng cháy, chữa cháy như bể nước, vòi ống dẫn nước, bình xịt chữa cháy, nhưng vẫn còn nhiều hạn chế nếu như có sự cố xảy ra. Các chợ ở các khu vực khác, nhất là chợ xã, trang thiết bị về phòng cháy, chữa cháy chưa được quan tâm đúng mức. Một số chợ cũng có các trang thiết bị phòng cháy, chữa cháy nhưng chỉ mang tính hình thức mà không có khả năng chữa cháy. Nguồn nước cung cấp cho chợ và phục vụ công tác chữa cháy hầu như không có và hoặc là rất ít.

Công tác tuyên truyền, hướng dẫn các hộ kinh doanh tại chợ về phòng cháy, chữa cháy trên địa bàn tỉnh chưa được chú trọng. Nhiều hộ vẫn chưa thực hiện nghiêm túc các qui định về an toàn cháy nổ.

Đường quanh khu vực chợ, đường lưu thông nội bộ trong nhà chợ không đủ rộng để xe chữa cháy hoạt động, làm hạn chế khả năng ứng cứu nhanh chóng khi có hoả hoạn xảy ra. Do vậy, trên thực tế những khi xảy ra cháy chợ thì tác

dụng của công tác chữa cháy không cao, gây thiệt hại lớn cho người kinh doanh trên chợ.

4. Thực trạng phát triển kinh doanh trên chợ

4.1. Lực lượng tham gia kinh doanh trên chợ

- Các thành phần tham gia kinh doanh trên chợ:

Hiện nay, trong hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà chỉ có hai thành phần tham gia kinh doanh là thương nghiệp tư nhân và người sản xuất trực tiếp bán sản phẩm. Nếu như trước kia, do thực hiện vai trò chủ đạo trong cung cấp hàng hoá, thương nghiệp nhà nước và thương nghiệp HTX thường thiết lập các cửa hàng tại các chợ hay khu vực chợ, thì hiện nay trên hệ thống chợ của Khánh Hoà, các thành phần này không còn nữa, trong khi thương nghiệp tư nhân và người sản xuất trực tiếp bán sản phẩm ngày càng tăng lên.

Bảng 21: Các thành phần tham gia kinh doanh trên chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

	Tổng số	Thương nghiệp nhà nước	Thương nghiệp HTX	Thương nghiệp tư nhân	Người SX nhỏ trực tiếp bán sp
TP. Nha Trang	Tổng số	0	0	23	3
	Tỉ lệ (%)	0	0	100	13,04
Huyện Ninh Hoà	Tổng số	0	0	27	5
	Tỉ lệ (%)	0	0	100	18,52
Huyện Khánh Sơn	Tổng số	0	0	4	4
	Tỉ lệ (%)	0	0	100	100
Huyện Khánh Vĩnh	Tổng số	0	0	4	1
	Tỉ lệ (%)	0	0	100	25
Huyện Vạn Ninh	Tổng số	0	0	11	7
	Tỉ lệ (%)	0	0	100	64
Thị xã Cam Ranh	Tổng số	0	0	28	24
	Tỉ lệ (%)	0	0	100	85,71
Huyện Diên Khánh	Tổng số	0	0	25	18
	Tỉ lệ (%)	0	0	100	72,00
Toàn tỉnh	Tổng số	0	0	122	61
	Tỉ lệ(%)	0	0	100,00	50,00

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Trong hệ thống các chợ trên toàn địa bàn tỉnh thì tất cả 122 chợ (100%) có thành phần thương nghiệp tư nhân tham gia kinh doanh trên chợ và 61 chợ hay

50,00% số chợ có người sản xuất trực tiếp bán sản phẩm của mình. Qua đó có thể thấy thương nghiệp tư nhân hiện nay đóng vai trò rất quan trọng trong việc phân phối và lưu thông hàng hoá trên địa bàn.

- Số lượng người đến chợ:

Số lượng người đến chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà cũng ở mức trung bình so với mật độ chung của cả nước. Theo số liệu điều tra của 122 chợ hiện có trên địa bàn tỉnh, trung bình có khoảng 224 người đến các chợ trong một ngày và vào thời điểm tập trung cao có thể lên đến trung bình 612 người/chợ/ngày. Thành phố Nha Trang là nơi có số người đến chợ trung bình cao nhất, khoảng 761 người/chợ/ngày và vào thời điểm tập trung cao có thể lên đến 1.115 người/chợ/ngày. Khánh Vĩnh là huyện có số người đến chợ trung bình ít nhất, chỉ có 66 người/chợ/ngày, và vào thời điểm tập trung cao cũng chỉ là 160 người/chợ/ngày.

Bảng 22: Số lượng người đến chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

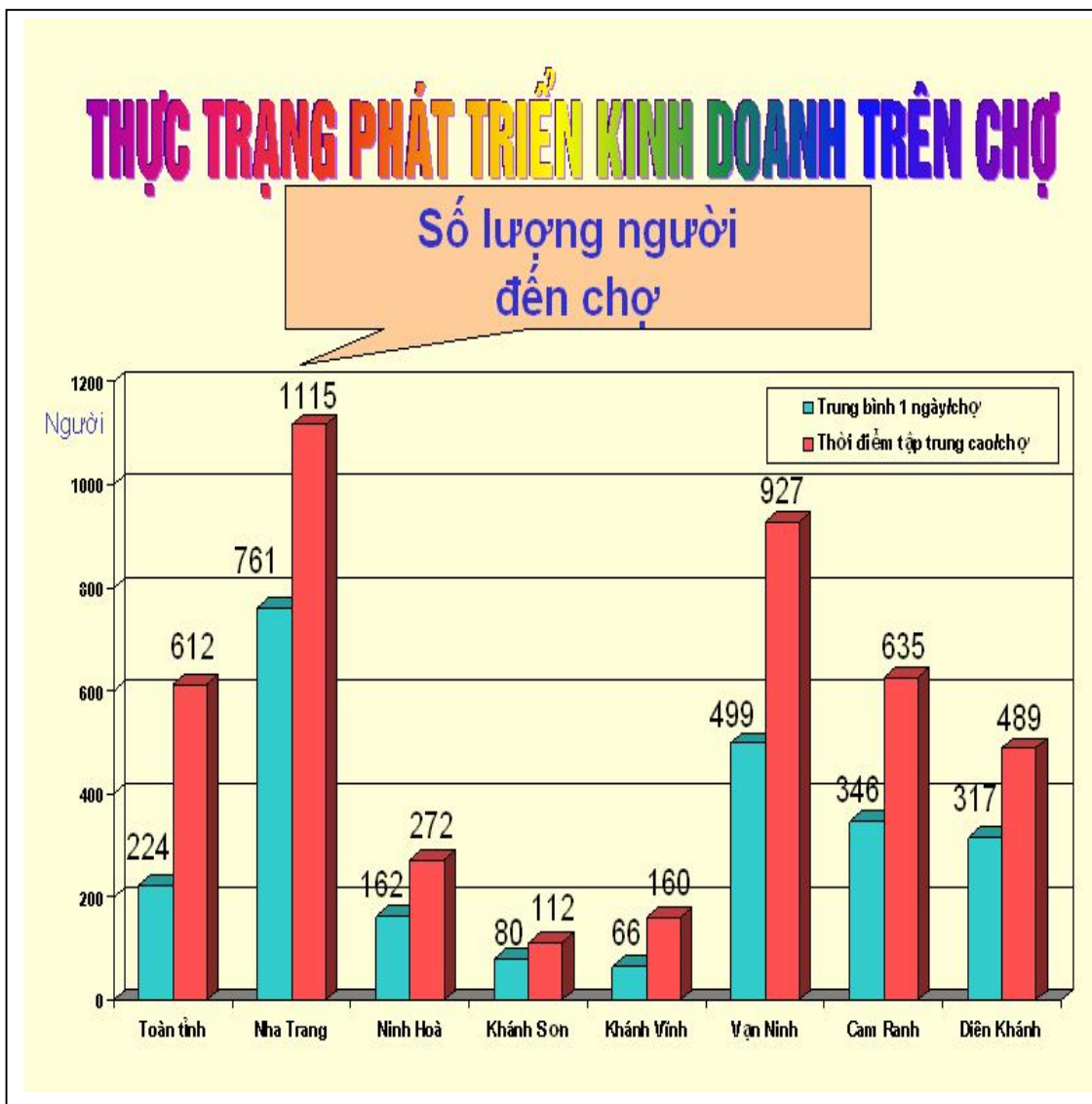
	Số chợ có trả lời		Trung bình một ngày	Vào thời điểm tập trung cao
1. TP. Nha Trang	23	Tổng số	17500	25650
		Trung bình	761	1115
2. Huyện Ninh Hoà	26	Tổng số	4205	7065
		Trung bình	162	272
3. Huyện Khánh Sơn	3	Tổng số	240	335
		Trung bình	80	112
4. Huyện Khánh Vĩnh	4	Tổng số	265	640
		Trung bình	66	160
5. Huyện Vạn Ninh	9	Tổng số	4490	8345
		Trung bình	499	927
6. Thị xã Cam Ranh	28	Tổng số	9694	17500
		Trung bình	346	625
7. Huyện Diên Khánh	21	Tổng số	6655	10265
		Trung bình	317	489
Toàn tỉnh	114	Tổng số	25549	69800
		Trung bình	224	612

Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Qua bảng trên có thể thấy mức độ chênh lệch giữa số người đến chợ trung bình và vào thời điểm tập trung cao khá lớn do đó tại những thời điểm tập trung cao chợ thường quá tải. Một số chợ không đáp ứng được sự gia tăng số lượng người mua, đặc biệt là vào các dịp lễ tết nên thường xảy ra tình trạng gian lận,

nâng giá hàng hoá gây bất lợi đối với người tiêu dùng và gây mất trật tự, an toàn giao thông quanh khu vực chợ.

Bảng 23: Biểu đồ số lượng người đến chợ/ ngày/chợ



Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 200

- Số lượng hộ và lao động kinh doanh trên chợ:

Tổng số lượng hộ kinh doanh cố định trong hệ thống chợ trên toàn địa bàn tỉnh Khánh Hoà là 8.788 hộ với tổng số lao động là 15.897 người. Trung bình một chợ có 72 hộ kinh doanh cố định với số lao động trung bình là 105 người. Ngoài ra, tổng số người bán hàng rong tại các chợ trên địa bàn tỉnh là 3.551 người.

Thành phố Nha Trang là nơi có số hộ kinh doanh cố định trung bình tại chợ cao nhất trên toàn địa bàn tỉnh, có đến 179 hộ/chợ với số người tham gia

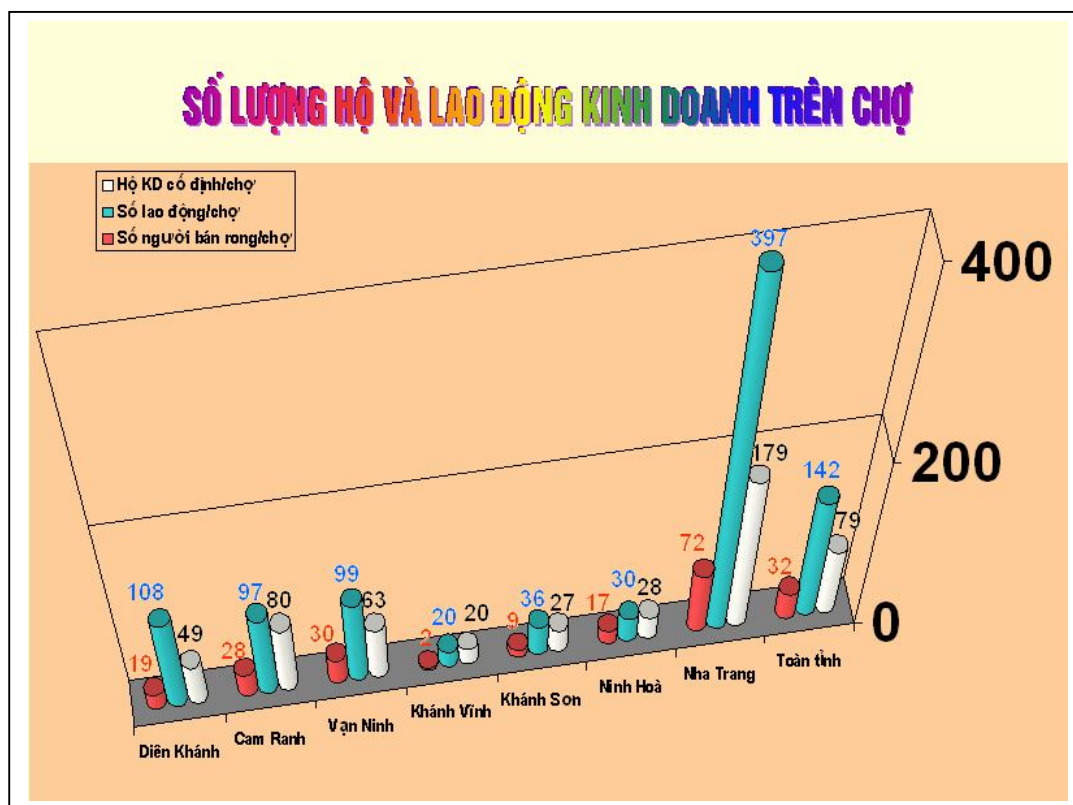
buôn bán cố định trung bình trên chợ là 397 người/chợ, tiếp đến là thị xã Cam Ranh có 80,3 hộ/chợ với 97 lao động. Huyện có hộ kinh doanh cố định nhỏ nhất là huyện Khánh Vĩnh với 20 người/chợ với 20 người kinh doanh cố định. Chợ có số hộ kinh doanh cố định và số lao động lớn nhất là chợ Đầm thành phố Nha Trang.

Bảng 24: Tổng hợp về số lượng hộ và lao động kinh doanh trên chợ

	Số chợ trả lời		Hộ kinh doanh cố định	Số lao động	Người bán hàng rong
1. TP. Nha Trang	23	Tổng số	4110	9122	1648
		Trung bình	179	397	72
2. Huyện Ninh Hoà	24	Tổng số	660	727	399
		Trung bình	28	30	17
3. Huyện Khánh Sơn	3	Tổng số	82	108	26
		Trung bình	27	36	9
4. Huyện Khánh Vĩnh	4	Tổng số	79	79	9
		Trung bình	20	20	2,3
5. Huyện Vạn Ninh	10	Tổng số	632	992	304
		Trung bình	63,2	99	30,4
6. Thị xã Cam Ranh	28	Tổng số	2248	2709	784
		Trung bình	80,3	97	28
7. Huyện Diên Khánh	20	Tổng số	977	2159	381
		Trung bình	48,9	108	19,1
Toàn tỉnh	112	Tổng số	8788	15897	3551
		Trung bình	78,5	142	31,7

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Bảng 25: Biểu đồ số lượng hộ và lao động kinh doanh trên chợ



Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

4.2. Hàng hoá lưu thông qua chợ

- Các ngành hàng kinh doanh chủ yếu trên chợ:

Trong tổng số 8.788 hộ kinh doanh cố định tại các chợ trên địa bàn tỉnh phân theo ngành hàng và số lượng giảm dần có:

- Kinh doanh hàng thực phẩm tươi sống có 4.214 hộ (trung bình một chợ có 36,02 hộ), chiếm 48%;
- Kinh doanh dịch vụ có 995 hộ (trung bình một chợ có 8,5 hộ), chiếm 11,32%;
- Kinh doanh hàng tạp hoá có 853 hộ (trung bình một chợ có 7,29 hộ), chiếm 9,7%;
- Kinh doanh hàng nông sản khô, sơ chế có 837 hộ (trung bình một chợ có 7,15 hộ), chiếm 9,52%;
- Kinh doanh hàng may mặc có 623 hộ (trung bình có 5,32 hộ), chiếm 7,09%;
- Kinh doanh hàng thực phẩm công nghệ có 532 hộ (trung bình một chợ là 4,55 hộ), chiếm 6,05%;
- Kinh doanh hàng giày dép có 294 hộ (trung bình một chợ có 2,51 hộ) chiếm 3,35%;
- Sản xuất nhỏ trên chợ có 202 hộ (trung bình một chợ có 1,73 hộ), chiếm 3%;

- Kinh doanh hàng trang sức đắt tiền 83 hộ (trung bình 0,71 hộ), chiếm 0,94%;
- Kinh doanh hàng nông cụ có 55 hộ (trung bình có 0,47 hộ), chiếm 0,63%;
- Kinh doanh kim khí điện máy có 53 hộ (trung bình một chợ có 0,45 hộ), chiếm 0,60%;
- Kinh doanh điện tử điện lạnh có 13 hộ (trung bình một chợ chỉ có 0,11 hộ), chiếm 0,15%;
- Kinh doanh hàng vật tư nông nghiệp có 11 hộ (trung bình có 0,09 hộ), chiếm 0,13%;

Bảng 26: Các ngành hàng lưu thông qua mạng lưới chợ của tỉnh Khánh Hoà

TP/TX/Huyện	Ngành hàng	Thực phẩm tươi sống	Nông sản khô sơ chế	Thực phẩm công nghệ	Tạp hoá	May mặc	Giày dép	Kim khí, điện máy	Điện tử, điện lạnh	Nông cụ	Vật tư nông nghiệp	Trang sức đắt tiền	Dịch vụ	Hộ SX nhỏ
Nha Trang	Tổng số	1740	438	206	369	322	137	33	4	6	1	57	290	18
	Trung bình	76	19	9	16	14	6	1,4	0,2	0,3	0,04	2,5	13	0,8
Ninh Hoà	Tổng số	462	100	55	66	35	27	5	2	2	1	2	150	12
	Trung bình	17,1	3,7	2	2,4	1,3	1,0	0,2	0,1	0,1	0,04	0,1	5,6	0,4
Khánh Sơn	Tổng số	26	22	30	3	11	6	0	0	0	0	0	0	0
	Trung bình	8,7	7,3	10	1	3,7	2	0	0	0	0	0	0	0
Khánh Vĩnh	Tổng số	25	3	4	14	1	4	0	0	0	0	0	33	0
	Trung bình	6,3	0,75	1	3,5	0,3	1	0	0	0	0	0	8,3	0
Vạn Ninh	Tổng số	345	52	54	83	35	21	3	0	0	0	2	130	0
	Trung bình	34,5	5,2	5,4	8,3	3,5	2,1	0,3	0	0	0	0,2	13	0
Cam Ranh	Tổng số	994	125	140	214	160	62	2	2	45	8	17	328	100
	Trung bình	36	4,5	5	7,6	5,7	2,2	0,1	0,1	1,6	0,3	0,6	12	3,6
Diên Khánh	Tổng số	622	97	43	104	59	37	10	5	2	1	5	64	72
	Trung bình	28,3	4,4	2	4,7	2,7	1,7	0,5	0,2	0,1	0,05	0,2	3	3,3
Toàn tỉnh	Tổng số	4214	837	532	853	623	294	53	13	55	11	83	995	202
	Trung bình	36	7.15	4.55	7.29	5.32	2.51	0.45	0.11	0.47	0.09	0.71	8.50	1.73

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Như vậy, trong số các ngành hàng kinh doanh tại hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà, kinh doanh hàng thực phẩm tươi sống có tỉ trọng cao nhất chiếm 48% tổng số lượng các hộ kinh doanh trên địa bàn. Tiếp đến là kinh doanh dịch vụ với tỷ trọng 11,32%; hàng tạp hoá với tỉ trọng là 9,7%, hàng nông sản khô và sơ chế chiếm 9,52%. Số lượng các cửa hàng trang sức đắt tiền chỉ là 0,94%. Kinh doanh hàng vật tư nông nghiệp có số lượng ít nhất trong số các ngành hàng kinh doanh trên địa bàn, chiếm 0,13% .

Sự phân bố các ngành hàng kinh doanh trên các chợ theo địa bàn các huyện thị (tính theo tỷ lệ các hộ kinh doanh theo ngành hàng trên chợ) cũng có sự thay đổi, như:

+ Đối với thành phố Nha Trang: Tỷ lệ hộ kinh doanh hàng thực phẩm tươi sống chiếm tới 48,1%, tiếp đến là hàng nông sản khô, sơ chế với 12,1%, hàng tạp hoá 10,2%, hàng may mặc 8,9%, kinh doanh dịch vụ 8%, còn lại các ngành hàng khác chỉ dao động khoảng từ 0,1% đến 5,7% số hộ kinh doanh trên chợ.

+ Đối với huyện Ninh Hoà: Tỷ lệ hộ kinh doanh hàng thực phẩm tươi sống là 50,3%, tỷ lệ hộ kinh doanh dịch vụ là 16,32%, hộ kinh doanh hàng nông sản khô và sơ chế chiếm 10,88%, hộ kinh doanh hàng tạp hoá chiếm 7,18%, các ngành hàng khác chỉ dao động khoảng từ 0,22% đến 3,88% số hộ kinh doanh trên chợ.

+ Đối với huyện Khánh Sơn: Tỷ lệ hộ kinh doanh hàng thực phẩm, công nghệ chiếm tỷ lệ cao nhất với 30,61%, tiếp đến là tỷ lệ hộ kinh doanh hàng thực phẩm tươi sống là 26,5%, hàng nông sản khô sơ chế chiếm 22,45%, hàng may mặc chiếm 11,2%, hàng dày dép chiếm 6,1% và hàng tạp hoá là 3,1%. Tuy nhiên trên địa bàn huyện không có chợ nào có hộ kinh doanh hàng trang sức đắt tiền, điện tử điện lạnh, hàng kim khí điện máy, vật tư nông nghiệp cũng như các mặt hàng nông cụ trên tổng số 98 hộ kinh doanh trên toàn bộ địa bàn.

+ Đối với huyện Khánh Vĩnh: số hộ kinh doanh dịch vụ chiếm tỷ lệ cao nhất với 39,3%, tiếp đến là các hộ kinh doanh hàng thực phẩm tươi sống với 29,8%, số hộ kinh doanh hàng tạp hoá chiếm 16,7%, các ngành hàng khác chiếm tỷ lệ từ 0% đến 4,8%.

+ Đối với huyện Vạn Ninh: số hộ kinh doanh hàng thực phẩm tươi sống chiếm tỷ lệ cao nhất là 47,6%, tiếp đến là các hộ kinh doanh dịch vụ với 17,9%, các hộ kinh doanh hàng tạp hoá chiếm 11,45%, các hộ kinh doanh các ngành hàng khác chiếm tỷ lệ từ 0% đến 7,17%.

+ Đối với thị xã Cam Ranh: Hàng thực phẩm tươi sống có số hộ kinh doanh cố định cao nhất, với tỷ lệ là 45,2%, các hộ kinh doanh dịch vụ chiếm tỷ lệ 14,9%, hộ kinh doanh hàng tạp hoá chiếm tỷ lệ 9,7%, hộ kinh doanh hàng may mặc chiếm tỷ lệ 7,28%, các ngành hàng khác có số hộ kinh doanh cố định chiếm tỷ lệ từ 0,9% đến 6,37%.

+ Đối với huyện Diên Khánh: hộ kinh doanh hàng thực phẩm tươi sống chiếm tỷ lệ cao nhất với 55,5%, tiếp đến là hộ kinh doanh hàng tạp hoá với

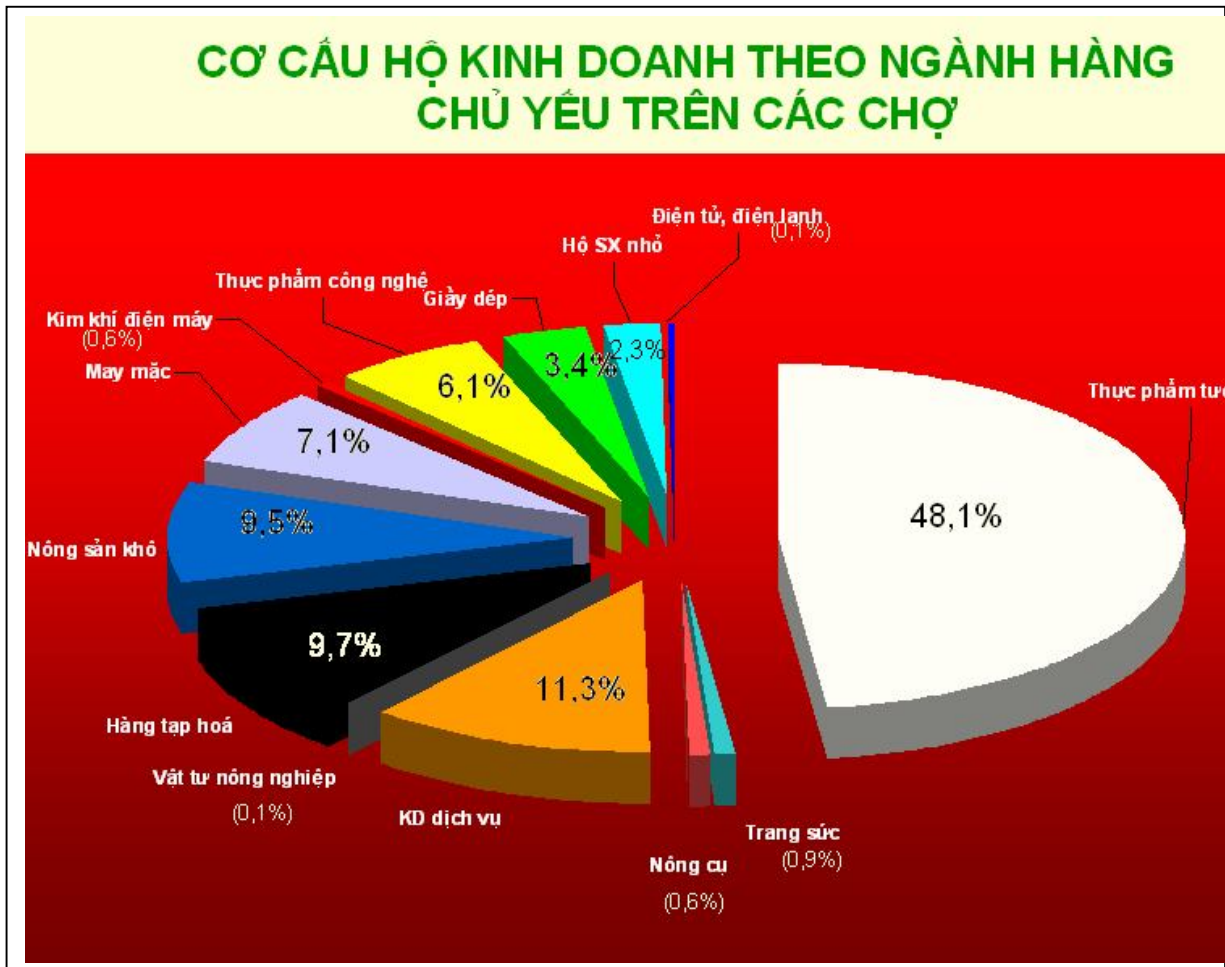
9,28%, hộ kinh doanh hàng nông sản khô và sơ chế chiếm 8,65%, các ngành hàng khác có số hộ kinh doanh cố định chiếm từ 0,9% đến 6,42%.

Bảng 27: Tỷ trọng về các ngành hàng kinh doanh trên chợ phân theo các huyện trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

TP/TX,Huyện	Ngành hàng	Hàng thực phẩm tươi sống	Hàng nông sản khô, sơ chế	Hàng thực phẩm, công nghệ	Hàng tạp hoá	Hàng may mặc	Hàng giấy dép	Hàng kim khí, điện máy	Hàng điện tử, điện lạnh	Hàng nông cụ	Hàng vật nông nghiệp	Hàng trang sức đắt tiền	Kinh doanh dịch vụ	Hộ SX nhỏ
Nha Trang	Tổng số	1740	438	206	369	322	137	33	4	6	1	57	290	18
	Tỷ trọng	48,1	12,1	5,7	10,2	8,9	3,8	0,9	0,1	0,2	0,02	1,6	8,0	0,5
Ninh Hoà	Tổng số	462	100	55	66	35	27	5	2	2	1	2	150	12
	Tỷ trọng	50,3	10,9	6	7,2	3,8	2,9	0,5	0,2	0,2	0,1	0,2	16,3	1,3
Khánh Sơn	Tổng số	26	22	30	3	11	6	0	0	0	0	0	0	0
	Tỷ trọng	26,5	22,5	30,6	3,06	11,2	6,12	0	0	0	0	0	0	0
Khánh Vĩnh	Tổng số	25	3	4	14	1	4	0	0	0	0	0	33	0
	Tỷ trọng	29,8	3,61	4,8	16,7	1,2	4,8	0	0	0	0	0	39,3	0
Vạn Ninh	Tổng số	345	52	54	83	35	21	3	0	0	0	2	130	0
	Tỷ trọng	47,6	7,2	7,5	11,5	4,8	3	0,4	0	0	0	0,7	18	0
Cam Ranh	Tổng số	994	125	140	214	160	62	2	2	45	8	17	328	100
	Tỷ trọng	45,2	5,7	6,4	9,7	7,3	2,8	0,1	0,1	2	0,4	0,8	15	4,6
Diên Khánh	Tổng số	622	97	43	104	59	37	10	5	2	1	5	64	72
	Tỷ trọng	55,5	8,7	3,9	9,3	5,3	3,3	0,9	0,4	0,2	0,9	0,4	5,7	6,4
Toàn tỉnh	Tổng số	4214	837	532	853	623	294	53	13	55	11	83	995	202
	Tỷ trọng	48,0	9,6	6,1	9,7	7,1	3,4	0,6	0,2	0,6	0,1	0,9	11,3	2,3

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Bảng 28: Biểu đồ cơ cấu hộ kinh doanh theo ngành hàng chủ yếu trên các chợ



Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Nhìn chung, nếu xem xét tương quan giữa cơ cấu các hộ theo ngành hàng kinh doanh với mức độ đô thị hoá trên địa bàn các huyện, thị thì ở những huyện, thị có tỷ lệ đô thị hoá cao, số hộ kinh doanh hàng thực phẩm tươi sống trên chợ cũng chiếm tỷ lệ cao nhất. Ngược lại, những địa bàn có tỷ lệ đô thị hoá thấp lại có tỷ lệ hộ kinh doanh hàng tạp hoá cao. Có thể nói, sự gia tăng kinh doanh hàng thực phẩm tươi sống trên các chợ, kể cả ở khu vực nông thôn là xu hướng phát triển chung của các chợ không chỉ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà.

Hiện nay, các chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà, nếu xét theo tỷ lệ các hộ kinh doanh theo ngành hàng chủ yếu, có phân biệt thành 2 loại chợ chính là: Chợ hàng thực phẩm tươi sống và nông sản và chợ tổng hợp. Tuy nhiên, cách phân loại này cũng chỉ mang tính tương đối. Số liệu điều tra cho thấy số lượng chợ tổng hợp trên địa bàn tỉnh chiếm tỷ lệ nhiều hơn với 69,3%, còn chợ thực phẩm tươi sống chỉ chiếm tỷ lệ 30,7%.

- Khối lượng, doanh số hàng hoá lưu thông qua chợ:

Theo kết quả điều tra, phần lớn các sản phẩm trao đổi qua hệ thống chợ trên địa bàn là các sản phẩm nông sản thực phẩm, rau quả, quần áo vải vóc và một số loại hàng hoá khác như hàng thực phẩm công nghệ, con giống cây giống... Cụ thể đối với từng địa bàn như sau:

+ Thành phố Nha Trang: Số lượng thực phẩm tươi sống lưu thông trung bình một ngày qua các chợ khoảng 44,79 tấn, thực phẩm công nghệ, nông sản khô và tạp hoá khoảng 21,6 tấn và 60 triệu đồng, hàng may mặc, giày dép khoảng 50,3 triệu đồng.

+ Huyện Ninh Hoà: Các sản phẩm trao đổi trung bình một ngày trên các chợ bao gồm: thực phẩm tươi sống 2,11 tấn và 71,54 triệu đồng, thực phẩm công nghệ, nông sản khô và tạp hoá khoảng 13,69 triệu đồng, hàng may mặc, giày dép khoảng 6 triệu đồng.

+ Huyện Khánh Sơn: Các sản phẩm trao đổi trung bình một ngày trên các chợ bao gồm: thực phẩm tươi sống khoảng 10,35 triệu đồng, thực phẩm công nghệ, nông sản khô và tạp hoá khoảng 2,15 triệu đồng, hàng may mặc, giày dép khoảng 3,1 triệu đồng.

+ Huyện Khánh Vĩnh: Các sản phẩm trao đổi trung bình một ngày trên chợ trên địa bàn bao gồm: thực phẩm tươi sống khoảng 298kg, thực phẩm công nghệ, nông sản khô và tạp hoá khoảng 58kg.

+ Huyện Vạn Ninh: Các sản phẩm trao đổi trung bình một ngày trên các chợ bao gồm: thực phẩm tươi sống khoảng 9,36 tấn và 112,2 triệu đồng, thực phẩm công nghệ, nông sản khô và tạp hoá khoảng 1 tấn và 56,6 triệu đồng.

+ Thị xã Cam Ranh: Các sản phẩm trao đổi trung bình một ngày trên các chợ bao gồm: thực phẩm tươi sống khoảng 317,8 triệu đồng, thực phẩm công nghệ, nông sản khô và tạp hoá khoảng 165,25 triệu đồng, hàng may mặc, giày dép khoảng 19,8 triệu đồng.

+ Huyện Diên Khánh: Các sản phẩm trao đổi trung bình một ngày trên các chợ bao gồm: thực phẩm tươi sống khoảng 7,58 tấn và 29,7 triệu đồng, thực phẩm công nghệ, nông sản khô và tạp hoá khoảng 2,64 tấn và 22,5 triệu đồng, hàng may mặc, giày dép khoảng 2,7 triệu đồng.

4.3. Các loại hình kinh doanh trên chợ

Hiện nay, các chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà, nếu xét theo tỷ lệ các hộ kinh doanh theo ngành hàng chủ yếu, có phân biệt thành 2 loại chợ chính là: Chợ hàng thực phẩm tươi sống và nông sản, và chợ tổng hợp. Số lượng chợ tổng hợp trên địa bàn tỉnh chiếm tỷ lệ rất cao là 69,3%, còn chợ thực phẩm tươi sống chỉ chiếm tỷ lệ 30,7%. Nếu xét theo địa bàn, cụ thể như sau:

+ Thành phố Nha Trang: trong số 23 chợ có 16 chợ tổng hợp, 10 chợ hàng thực phẩm tươi sống.

+ Huyện Ninh Hoà: trong số 27 chợ có 15 chợ tổng hợp, 12 chợ hàng thực phẩm tươi sống.

+ Huyện Khánh Sơn: có 4 chợ thì cả 4 chợ đều là chợ tổng hợp, không có chợ hàng thực phẩm tươi sống.

+ Huyện Khánh Vĩnh: có 4 chợ thì cả 4 chợ đều là chợ tổng hợp, không có chợ hàng thực phẩm tươi sống.

+ Huyện Vạn Ninh: trong số 11 chợ có 8 chợ tổng hợp, 3 chợ hàng thực phẩm tươi sống.

+ Thị xã Cam Ranh: có 28 chợ thì cả 28 chợ đều là chợ tổng hợp, không có chợ hàng thực phẩm tươi sống.

+ Huyện Diên Khánh: trong số 25 chợ có 14 chợ tổng hợp và 11 chợ hàng thực phẩm tươi sống.

5. Thực trạng tổ chức và quản lý chợ

5.1. Các loại hình tổ chức quản lý chợ

Hiện nay tất cả các chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà là do UBND thành phố, huyện, thị xã, phòng kinh tế và UBND các xã, phường quản lý theo sự phân cấp. Trong đó, đại diện cho các cơ quan quản lý này để thực hiện quản lý trực tiếp trên chợ thường là tổ quản lý, ban quản lý hay chỉ do một người quản lý.

Cơ chế quản lý của cơ quan quản lý đối với người hay tổ được giao trách nhiệm trực tiếp quản lý chợ là cơ chế khoán, bao gồm các hình thức, như: khoán thầu, giao khoán, khoán chỉ tiêu và khoán thu chi.

Về mô hình quản lý chợ: Đối với các chợ hạng I và hạng II thường được thành lập Ban quản lý, hay Tổ quản lý chợ, còn đối với các chợ hạng III hầu hết chỉ có một đến ba người làm công tác quản lý chợ. Tuy nhiên, việc phân cấp quản lý chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà cũng chưa được thống nhất giữa các huyện, thị, thành phố. Đối với 2 chợ hạng I tại thành phố Nha Trang (chợ Đầm, chợ Xóm Mới) do UBND TP Nha Trang quản lý, trong khi các chợ hạng II tại thành phố Nha Trang, thị xã Cam Ranh, huyện Vạn Ninh do UBND huyện, thị, thành phố giao cho các phòng Kinh tế quản lý và ở huyện Ninh Hoà, Diên Khánh thì do UBND thị trấn quản lý. Chợ hạng III đều do các xã, phường quản lý. Riêng hai huyện miền núi Khánh Sơn và Khánh Vĩnh có 2 chợ thị trấn huyện là chợ hạng III nhưng cũng vẫn do UBND huyện quản lý (phòng Kinh tế).

Bảng 29: Các loại hình tổ chức quản lý chợ

	Số chợ trả lời phiếu	Chỉ tiêu	Giao khoán	Ban q. lý	Tổ q. lý	Kh. có người q. lý	Chỉ có 1 người quản lý*
Nha Trang	23	Tổng số	11	6	6	0	4
		Tỉ lệ (%)	47,8	26,1	26,1	0	
Ninh Hoà	27	Tổng số	18	1	2	6	15
		Tỉ lệ (%)	66,7	3,7	7,4	22,2	

Khánh Sơn	3	Tổng số	1	0	1	1	0
		Tỉ lệ (%)	33,3	0	33,3	33,3	
Khánh Vĩnh	4	Tổng số	2	0	1	1	1
		Tỉ lệ (%)	50	0	25	25	
Vạn Ninh	10	Tổng số	6	2	2	0	6
		Tỉ lệ (%)	60	20	20		
Cam Ranh	28	Tổng số	17	2	5	4	13
		Tỉ lệ (%)	60,7	7,1	17,86	14,29	
Diên Khánh	22	Tổng số	9	1	6	6	6
		Tỉ lệ (%)	40,9	4,55	27,3	27,3	
Toàn tỉnh	117	Tổng số	64	12	23	18	48
		Tỉ lệ (%)	54,7	10,3	19,7	15,3	

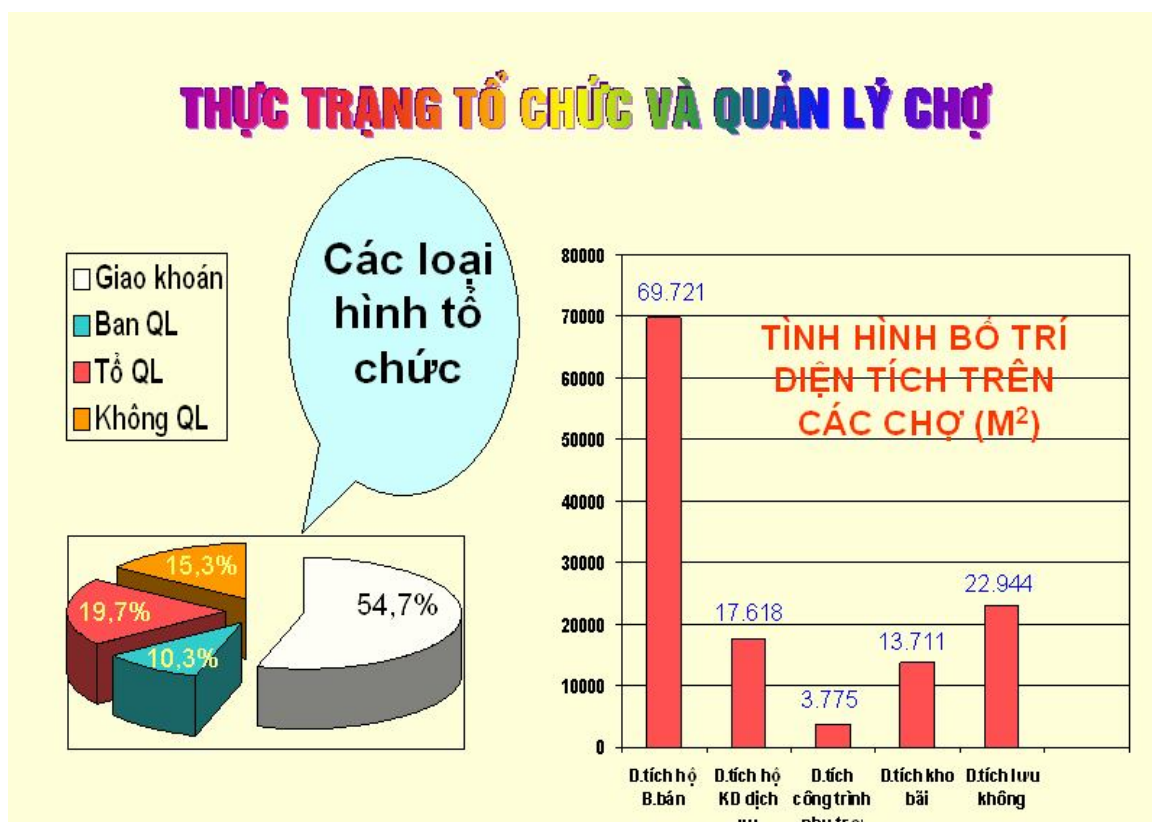
** Số chợ chỉ có 1 người quản lý trong số các chợ có ban quản lý; có tổ quản lý; giao khoán;*

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Theo số liệu điều tra cho thấy trong số 117 chợ có trả lời phiếu điều tra có đến 64 chợ được giao khoán (chiếm 54,7%), 12 chợ có ban quản lý (chiếm 10,3%) và 23 chợ có tổ quản lý (chiếm 19,7%) và 18 chợ hoàn toàn không có người quản lý (chiếm 15,3%). Về tổ chức bộ máy quản lý, các chợ do UBND, phòng Kinh tế huyện, thị xã, thành phố quản lý thì lập ban quản lý chợ và ban quản lý này là đơn vị sự nghiệp có thu. Các chợ hạng II, hạng III có thể thành lập ban quản lý hoặc tổ quản lý nhưng không phải là đơn vị sự nghiệp có thu. Hầu hết các chợ hạng III đều giao khoán cho tư nhân thầu quản lý.

Trong số 117 chợ có trả lời phiếu điều tra cho biết lực lượng quản lý chợ gồm có lực lượng công an tham gia quản lý, đội quản lý thị trường, cán bộ thuế và các thành phần khác tham gia quản lý.

Bảng 30: Biểu đồ thực trạng tổ chức và quản lý chợ



Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

5.2. Thực trạng quản lý tài chính chợ

- Tình hình thu trên chợ:

Trong 122 chợ được điều tra, thì chỉ có 104 chợ cho biết về các khoản thu trên chợ trong một năm. Tổng doanh thu trung bình đạt 23.304 triệu đồng, trong đó thu vé và lệ phí chợ cao nhất là 10.179 triệu đồng (chiếm 43,68% doanh thu), tiếp đến là thu thuế với 9.697 triệu đồng (chiếm 41,61% doanh thu), thu dịch vụ là 1.956 triệu đồng (chiếm 8,39% doanh thu), thu tiền cho thuê diện tích kinh doanh là 1.943 triệu đồng (chiếm 8,34% doanh thu), .

Bảng 31: Các khoản thu trên các chợ của tỉnh Khánh Hoà năm 2004

Đơn vị tính: đồng

	Số chợ TL/Tổng số chợ	Tổng thu	Lệ phí	Thuê diện tích	Dịch vụ có thu	Thu thuế
Toàn tỉnh	104/122	23.303.679.808	10.178.586.464	1.942.805.362	1.955.656.460	9.697.096.522
Nha Trang	23/23	18.493.280.742	8.295.999.820	969.816.862	1.794.616.460	7.932.865.600
Ninh Hoà	25/27	583.160.000	194.600.000	331.000.000	26.300.000	4.000.000

Khánh Sơn	2/4	34.903.000	6.650.000	28.903.000	0	6.000.000
Khánh Vĩnh	3/4	96.784.000	19.800.000	44.740.000	7.200.000	25.044.000
Vạn Ninh	10/11	1.215.523.144	655.849.644	226.673.500	0	333.000.000
Cam Ranh	23/28	1.842.844.400	561.387.000	184.232.000	28.540.000	1.059.742.400
Diên Khánh	18/25	1.037.184.522	444.300.000	157.440.000	99.000.000	336.444.522

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2004

Nếu tính theo địa bàn, những huyện thị có số thu cao nhất là thành phố Nha Trang (chiếm tới 79,36% tổng số thu), tiếp đến là thị xã Cam Ranh (chiếm 7,9%), huyện Vạn Ninh chiếm 5,22% và huyện thấp nhất là huyện Khánh Sơn chỉ có doanh thu là gần 35 triệu đồng.

- *Tình hình chi trên chợ:*

Bảng 32: Các khoản chi trên các chợ của tỉnh Khánh Hoà năm 2004

Đơn vị tính: đồng

	Số chợ trả lời/T.số chợ	Tổng chi	Sửa chữa nhỏ	Chi lương & Phụ cấp	Mua sắm Trang TBị	Chi khác
Toàn tỉnh	104/122	4.839.355.807	257.698.908	2.194.492.461	146.159.281	2.220.421.157
Nha Trang	23/23	3.491.395.640	72.089.000	1.629.898.363	47.871.281	1.720.952.996
Ninh Hoà	25/27	128.412.000	41.200.000	77.212.000	8.000.000	2.000.000
Khánh Sơn	2/4	42.573.000	15.000.000	19.600.000	0	7.973.000
Khánh Vĩnh	3/4	26.255.000	1.400.000	23.700.000	0	1.155.000
Vạn Ninh	10/11	396.083.000	20.498.000	217.230.000	5.000.000	153.355.000
Cam Ranh	23/28	417.677.167	34.611.908	164.792.098	81.288.000	136.985.161
Diên Khánh	18/25	336.960.000	72.900.000	62.060.000	4.000.000	198.000.000

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Theo kết quả tổng hợp từ 122 phiếu điều tra về chợ, trong đó có 104 chợ trả lời về các khoản chi của các chợ, kết quả cho thấy tổng số chi bình quân năm là 4.839 triệu đồng. Thành phố Nha Trang chi nhiều nhất với 3.491,4 triệu đồng và huyện chi ít nhất là huyện Khánh Vĩnh với 26,25 triệu đồng.

Bảng 33: Chênh lệch thu – chi mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà năm 2004

Đơn vị: đồng

Huyện	Tổng các khoản chi	Tổng các khoản thu	Chênh lệch thu chi
Nha Trang	3.491.395.640	18.493.280.742	15.001.885.102
Ninh Hoà	128.412.000	583.160.000	454.748.000
Khánh Sơn	42.573.000	34.903.000	- 7.670.000

Khánh Vĩnh	26.255.000	96.784.000	70.529.000
Vạn Ninh	396.083.000	1.215.523.144	819.440.144
Cam Ranh	417.677.167	1.842.844.400	1.425.167.233
Diên Khánh	336.960.000	1.037.184.522	700.224.522
Toàn tỉnh	4.839.355.807	23.303.679.808	18.464.324.001

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Như vậy, nếu cân đối giữa tổng thu và tổng chi của các chợ trên địa bàn tỉnh cho thấy tổng thu vẫn lớn hơn rất nhiều so với tổng chi. Trong đó, địa bàn có mức chênh lệch cao nhất là thành phố Nha Trang với mức thặng dư thu chi là 15.001,8 triệu đồng. Huyện Khánh Sơn có mức thặng dư âm, có nghĩa là thu còn thấp hơn so với chi là 7,67 triệu đồng. Tuy nhiên, phần lớn các huyện và thành phố vẫn đảm bảo được mức thặng dư trong cán cân thu chi. Năm 2004, thặng dư thu chi của hệ thống chợ trên địa bàn là 18.464,3 triệu đồng.

Tuy nhiên, trong việc quản lý các khoản thu, chi ở trên, các khoản thu chưa thể hiện được hiệu quả khai thác của công trình chợ và các khoản chi chưa đủ đáp ứng yêu cầu tái đầu tư phát triển chợ đúng mức.

5.3. Thực trạng quản lý các hộ kinh doanh trên chợ

Hiện tại, trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà, hầu như tất cả các hộ kinh doanh trong chợ đã được quản lý. Chỉ có rất ít số chợ có quy mô nhỏ, các hộ kinh doanh trên chợ chưa được quản lý. Việc quản lý các hộ kinh doanh trên chợ thường tập trung vào các phương diện như: thuế, lệ phí kinh doanh trên chợ và các lệ phí về đảm bảo an toàn phòng chống cháy nổ, vệ sinh môi trường chợ.

Nhìn chung các hộ kinh doanh tại các chợ trên địa bàn đã được quản lý. Tuy nhiên, còn nhiều hộ kinh doanh vẫn chưa thực hiện nghiêm túc đầy đủ các quy định của Nhà nước về kinh doanh trên chợ cũng như các quy định về vệ sinh môi trường, an toàn cháy nổ. Đặc biệt, đối với các chợ nông thôn, công tác quản lý các hộ kinh doanh còn lỏng lẻo, cần phải có những biện pháp kiểm soát chặt chẽ hơn nữa để làm giảm nguy cơ ô nhiễm môi trường và nhiều nguy cơ khác hoạt động của các chợ gây ra.

5.4. Thực trạng quản lý cơ sở vật chất chợ

Bảng 34: Tình hình bố trí các hộ kinh doanh trên chợ

Đơn vị tính: m²

Huyện	Diện tích sắp xếp các hộ buôn bán	Diện tích sắp xếp hộ k. doanh d.vụ	Diện tích các công trình phụ trợ	Diện tích kho bãi	Diện tích lưu không
Nha Trang	21981	1888,92	876,9	3302	528
Ninh Hoà	7139	3205	1650	1750	820
Khánh Sơn	660	0	0	0	3140

Khánh Vĩnh	2692	2571	27	0	0
Vạn Ninh	4442	400	478	0	1588
Cam Ranh	26099	8064	605,4	6699	15556
Diên Khánh	6708.3	1489	138	1960	1312
Toàn tỉnh	69721	17617.92	3775	13711	22944

Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra về mạng lưới chợ tỉnh Khánh Hoà năm 2005

Theo số liệu điều tra, tỉ lệ các công trình đã bố trí các hộ kinh doanh chiếm khoảng từ 50-80% tổng diện tích các công trình đã xây dựng trên chợ.

Trong tổng số 320.682m² diện tích kinh doanh được thống kê trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà có 69.721m² (hay 21,74%) được bố trí các hộ buôn bán, 17.617,9m² (hay 5,5%) được bố trí cho các hộ kinh doanh dịch vụ, 3.775m² (hay 1,2%) được bố trí các công trình phụ trợ, diện tích kho bãi là 13.711m² (hay 4,3%) và diện tích lưu không là 22.944m² (hay 7,15%).

Nhìn chung, hệ thống cơ sở vật chất của các chợ trên địa bàn tỉnh hiện nay đã được quản lý và đưa vào khai thác tương đối tốt. Tình trạng các chợ bị bỏ trống hay không bố trí đủ các hộ kinh doanh hầu như không có. Tuy nhiên, điều đáng lưu ý là việc bố trí diện tích kinh doanh bình quân cho mỗi hộ hiện nay còn khá thấp. Về phương diện quản lý, tình trạng này dẫn đến những bất cập như: Trước hết, công tác quản lý chợ chưa chú trọng đến yêu cầu tạo điều kiện kinh doanh thuận lợi cho các hộ kinh doanh trên chợ; Hai là, chính các hộ kinh doanh, do nhu cầu sử dụng diện tích, sẽ làm sai lệch thiết kế và ảnh hưởng đến kết cấu, không gian kiến trúc của chợ.

6. Đánh giá chung về thực trạng chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

Từ những phân tích trên đây về thực trạng phát triển của hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà cho thấy, cùng với quá trình phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, hệ thống chợ cũng phát triển khá nhanh và cơ bản đáp ứng được sự gia tăng của nhu cầu mua bán, trao đổi và tiêu dùng của dân cư trên địa bàn. Tuy nhiên, thực tế phát triển của hệ thống chợ hiện nay cũng đang đặt ra nhiều vấn đề cần phải giải quyết.

Thứ nhất, mật độ chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hiện nay nói chung là chưa hợp lý cả về khoảng cách, bán kính phục vụ và qui mô dân số. Hơn nữa, nếu xem xét từ các khía cạnh về yêu cầu đảm bảo an toàn giao thông, về qui mô diện tích chợ, về yêu cầu nâng cao chất lượng phục vụ của chợ thì vẫn cần có những thay đổi cần thiết.

Thứ hai, với tỉ lệ lớn các chợ được hình thành từ năm 1985 trở về đây khá cao, việc xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật chợ, bố trí không gian kiến trúc, yêu cầu diện tích mặt bằng của hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà cũng đang cần được nâng cấp, sửa chữa và đảm bảo sự thống nhất hoá, tiêu chuẩn hoá của toàn bộ hệ thống chợ. Vì vậy, vấn đề đặt ra là trong giai đoạn tới cần phải có sự quan tâm nhiều hơn, toàn diện hơn đến sự phát triển của hệ thống chợ, không chỉ

chú trọng đến sắc thái riêng của từng chợ mà còn phải đảm bảo tính hài hoà của cả hệ thống, trên cơ sở đưa ra những qui định tối thiểu về mặt bằng, về không gian kiến trúc, về qui mô đầu tư...

Thứ ba, cùng với quá trình phát triển hệ thống giao thông đường bộ và sự gia tăng lưu lượng người và hàng hoá qua hệ thống chợ đã và đang gây nên tình trạng mất an toàn giao thông trên nhiều tuyến giao thông có điểm họp chợ. Đây là vấn đề đặt ra hết sức cấp thiết cho việc xây dựng qui hoạch phát triển chợ trong thời kỳ tới. Vấn đề này đặt ra không chỉ để đảm bảo an toàn cho người và phương tiện vận chuyển, mà còn để đảm bảo tính hiệu quả hay khả năng tăng cường khối lượng hàng hoá, phương tiện lưu thông và lưu lượng người đến chợ theo công suất thiết kế của bản thân các công trình giao thông và công trình chợ. Chẳng hạn, phải chi ra khoảng 1 triệu USD xây dựng 1 km đường cấp I đồng bằng, nhưng để việc họp chợ lấn chiếm thì sẽ là lãng phí, bởi vì, chỉ cần đầu tư 100-200 ngàn USD là có thể xây dựng hoàn chỉnh một khu vực họp chợ có qui mô lớn với hệ thống giao thông nội bộ hợp lý.

Thứ tư, hiện nay, nhu cầu mua, bán và trao đổi của dân cư ngày càng có xu hướng tăng lên và, yêu cầu đảm bảo cho hoạt động chợ ngày càng văn minh hơn, hiện đại hơn... trong khi đó có rất nhiều chợ chưa được đầu tư phát triển hoặc chỉ được đầu tư ở mức độ thấp. Trong giai đoạn tới, Khánh Hoà cần chú trọng đầu tư phát triển cơ sở vật chất chợ hơn nữa. Tuy nhiên, thực tế cho thấy nhiều chợ chỉ họp vài tiếng đồng hồ trong một ngày, hoặc lưu lượng người và hàng hoá đến chợ có mức độ chênh lệch theo thời điểm rất lớn trong một ngày và chênh lệch lớn giữa các chợ khác nhau. Vì vậy, vấn đề đặt ra là cần phải xử lý những mâu thuẫn giữa giá trị công trình và hiệu suất sử dụng của công trình; giữa chợ và các loại hình thương nghiệp bán lẻ khác.

Thứ năm, mặc dù trong những năm vừa qua thu nhập và đời sống dân cư trên địa bàn đã được cải thiện làm tăng qui mô mua bán, trao đổi hàng hoá qua chợ của dân cư. Tuy nhiên, thực tế phát triển các hộ kinh doanh theo ngành hàng trên chợ cho thấy, số hộ kinh doanh vẫn tập trung chủ yếu vào các mặt hàng tươi sống, tạp hoá, may mặc, dịch vụ ăn uống... Các ngành kinh doanh khác như hàng điện tử, hàng thực phẩm công nghệ... chỉ chiếm tỉ lệ rất thấp. Điều này có nghĩa là, tuy chợ là loại hình thương nghiệp tổng hợp nhưng không phải là thích hợp với mọi ngành hàng và mặt hàng kinh doanh. Vì vậy, vấn đề đặt ra là cần xây dựng, qui hoạch các khu vực kinh doanh trong chợ, đồng thời với việc phát triển các loại hình thương nghiệp khác quanh khu vực chợ.

Thứ sáu, công tác tổ chức và quản lý chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trong những năm vừa qua, hầu hết các chợ hạng III do UBND xã, phường trực tiếp quản lý theo phương thức giao khoán hay khoán thầu là chính. Nguyên nhân chủ yếu là do quan niệm của các cơ quan quản lý cho rằng chợ là công trình công cộng, trong khi người được giao trách nhiệm quản lý trực tiếp lại chỉ nhìn thấy các khoản thu từ chợ. Do đó, trong công tác tổ chức và quản lý chợ vừa thiếu tính thống nhất trong cả hệ thống chợ vừa thiếu cách nhìn toàn diện về vị trí, vai trò và yêu cầu phát triển chợ trong quá trình phát triển kinh tế – xã hội

nói chung. Chính những thiếu sót đó là một trong những nguyên nhân chủ yếu làm nảy sinh những tồn tại cần giải quyết trên hệ thống chợ hiện nay như: Tình trạng mất an toàn vệ sinh thực phẩm, lấn chiếm lòng đường vỉa hè, hiệu suất sử dụng các công trình chợ, khả năng đảm bảo cân đối các khoản thu chi và đầu tư phát triển chợ... Vì vậy, vấn đề đặt ra ở đây là cần phải có sự chỉ đạo thống nhất trong quá trình phát triển chợ trên cơ sở cách nhìn nhận đúng về vị trí và vai trò của chợ trong quá trình phát triển kinh tế – xã hội trên địa bàn tỉnh.

Thứ bảy, thực tế đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trong những năm vừa qua cho thấy, nguồn vốn đầu tư do các hộ kinh doanh trên chợ đóng góp đã chiếm tỉ lệ khá lớn. Điều đó có nghĩa là nhu cầu cần có diện tích kinh doanh trên chợ của các hộ kinh doanh là khá lớn và lợi ích mà các hộ kinh doanh thu được nhờ có diện tích kinh doanh trên chợ chính là động lực bên trong của nhu cầu đó. Tuy nhiên, vấn đề là ở chỗ, có lợi ích thì có động lực đầu tư và ngược lại nếu không có lợi ích sẽ không có động lực đầu tư từ các hộ kinh doanh. Như vậy, khi xây dựng phương án đầu tư cơ sở vật chất chợ không phải là từ khả năng ngân sách hay khả năng huy động vốn từ các hộ kinh doanh mà phải xuất phát từ khả năng sinh lợi của các suất đầu tư, nghĩa là cần phải giải được bài toán về hiệu quả đầu tư của công trình chợ, bao gồm có hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội.

Tóm lại, nếu như trình độ phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hiện nay qui định tính phổ biến của loại hình thương nghiệp chợ, thì ngược lại, thực trạng phát triển chợ trên địa bàn tỉnh cũng đang đặt ra nhiều vấn đề cần phải giải quyết để nâng cao hiệu quả tác động của chợ đối với các quá trình phát triển kinh tế - xã hội. Những vấn đề đó không chỉ xuất phát từ yêu cầu nâng cao năng lực phục vụ của chợ đối với hoạt động sản xuất tiêu dùng trong tỉnh đang ngày càng phát triển mà còn từ những mối quan hệ tương tác giữa chợ với các yếu tố khác trong quá trình phát triển chung.

II. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KHÁNH HOÀ

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 tổ chức kinh doanh; có các phương thức phục vụ văn minh, thuận tiện nhằm thỏa mãn nhu cầu mua sắm hàng hóa của khách hàng.

- Phân loại siêu thị:

Việc phân loại siêu thị theo qui mô được hầu hết các nước trên thế giới áp dụng và dựa trên hai tiêu chí cơ bản đó là diện tích bán hàng và tập hợp hàng hoá của siêu thị. Có thể chia siêu thị thành ba loại: siêu thị nhỏ, siêu thị và đại siêu thị. Trong khi các siêu thị nhỏ và siêu thị thường được đặt trong các khu dân cư của các thành phố thì đại siêu thị lại thường được đặt ở ngoại vi thành phố.

Qui chế của Bộ Thương mại cũng áp dụng việc phân loại theo qui mô, cụ thể siêu thị được phân thành 3 hạng: hạng I, hạng II và hạng III. Qui chế này qui định như sau:

Được gọi là Siêu thị và phân hạng Siêu thị nếu cơ sở kinh doanh thương mại có địa điểm kinh doanh phù hợp với Quy hoạch phát triển mạng lưới thương mại của tỉnh, thành phố và có quy mô, trình độ tổ chức kinh doanh đáp ứng các tiêu chuẩn cơ bản của một trong ba hạng Siêu thị theo quy định dưới đây:

** Siêu thị hạng I:*

- Áp dụng đối với Siêu thị kinh doanh tổng hợp:
- + Có diện tích kinh doanh từ 5.000 m² trở lên;
- + Có Danh mục hàng hóa kinh doanh từ 20.000 tên hàng trở lên;
- + Công trình kiến trúc được xây dựng vững chắc, có tính thẩm mỹ cao, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật tiên tiến, hiện đại, đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an toàn và thuận tiện cho mọi đối tượng khách hàng; có bố trí nơi trông giữ xe và khu vệ sinh cho khách hàng phù hợp với quy mô kinh doanh của Siêu thị;
- + Có hệ thống kho và các thiết bị kỹ thuật bảo quản, sơ chế, đóng gói, bán hàng, thanh toán và quản lý kinh doanh tiên tiến, hiện đại;
- + Tổ chức, bố trí hàng hóa theo ngành hàng, nhóm hàng một cách văn minh, khoa học để phục vụ khách hàng lựa chọn, mua sắm, thanh toán thuận tiện, nhanh chóng; có nơi bảo quản hành lý cá nhân; có các dịch vụ ăn uống, giải trí, phục vụ người khuyết tật, phục vụ trẻ em, giao hàng tận nhà, bán hàng mạng, qua bưu điện, điện thoại.
- Áp dụng đối với Siêu thị chuyên doanh: có diện tích từ 1.000 m² trở lên; có danh mục hàng hoá kinh doanh từ 2.000 tên hàng trở lên; các tiêu chuẩn khác như Siêu thị kinh doanh tổng hợp.

** Siêu thị hạng II:*

- Áp dụng đối với Siêu thị kinh doanh tổng hợp:
- + Có diện tích kinh doanh từ 2.000 m² trở lên;
- + Có Danh mục hàng hóa kinh doanh từ 10.000 tên hàng trở lên;
- + Công trình kiến trúc được xây dựng vững chắc, có tính thẩm mỹ, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật hiện đại đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an toàn và thuận tiện cho khách hàng; có bố trí nơi trông giữ xe và khu vệ sinh cho khách hàng phù hợp với quy mô kinh doanh của Siêu thị;
- + Có kho và các thiết bị kỹ thuật bảo quản, đóng gói, bán hàng, thanh toán và quản lý kinh doanh hiện đại;
- + Tổ chức, bố trí hàng hóa theo ngành hàng, nhóm hàng một cách văn minh, khoa học để phục vụ khách hàng lựa chọn, mua sắm, thanh toán thuận tiện, nhanh chóng; có nơi bảo quản hành lý cá nhân; có các dịch vụ ăn uống, giải trí, phục vụ người khuyết tật, phục vụ trẻ em, giao hàng tận nhà, bán hàng qua bưu điện, điện thoại.

- Áp dụng đối với Siêu thị chuyên doanh: có diện tích từ 500 m² trở lên; có danh mục mặt hàng kinh doanh từ 1.000 tên hàng trở lên; các tiêu chuẩn khác như Siêu thị kinh doanh tổng hợp.

** Siêu thị hạng III:*

- Áp dụng đối với Siêu thị kinh doanh tổng hợp:
 - + Có diện tích kinh doanh từ 500 m² trở lên;
 - + Có Danh mục hàng hóa kinh doanh từ 4.000 tên hàng trở lên;
 - + Công trình kiến trúc được xây dựng vững chắc, có thiết kế và trang thiết bị kỹ thuật đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, an toàn, thuận tiện cho khách hàng; có bố trí nơi trông giữ xe và khu vệ sinh cho khách hàng phù hợp với quy mô kinh doanh của Siêu thị;
 - + Có kho và các thiết bị kỹ thuật bảo quản, đóng gói, bán hàng, thanh toán và quản lý kinh doanh hiện đại;
 - + Tổ chức, bố trí hàng hóa theo ngành hàng, nhóm hàng một cách văn minh, khoa học để phục vụ khách hàng lựa chọn, mua sắm, thanh toán thuận tiện, nhanh chóng; có nơi bảo quản hàng lý cá nhân, có các dịch vụ phục vụ người khuyết tật, giao hàng tận nhà.
- Áp dụng đối với Siêu thị chuyên doanh: có diện tích từ 250 m² trở lên; có danh mục mặt hàng kinh doanh từ 500 tên hàng trở lên; các tiêu chuẩn khác như Siêu thị kinh doanh tổng hợp.

Hiện nay tỉnh Khánh Hoà có 5 siêu thị chưa đủ tiêu chuẩn để phân hạng theo qui chế về siêu thị của Bộ Thương mại, 5 siêu thị này được đặt trong các khu dân cư của thành phố Nha Trang, bao gồm:

- Siêu thị Maximark tại 66 Quang Trung.
- Siêu thị điện máy tại 41 Nguyễn Thị Minh Khai.
- Siêu thị Toàn Thủy tại đầu cầu Dừa-Vĩnh Hiệp.
- Siêu thị Sách Tân Tiến - đường Lê Thành Phương.
- Siêu thị nội thất - đường Thống Nhất.

Như vậy, hiện tại số lượng siêu thị của Khánh Hoà chỉ bằng 1,8% số lượng siêu thị của cả nước, đây là tỷ lệ rất thấp so với các tỉnh, thành phố khác.

- Về số lượng siêu thị:

Trên địa bàn tỉnh hiện nay mới chỉ có 5 siêu thị. Nếu tính riêng ở thành phố Nha Trang với tỷ lệ 5 siêu thị trên 27 xã, phường cho thấy đây là loại hình bán lẻ còn khá mới mẻ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà và hệ thống siêu thị này không tránh khỏi còn nhiều khiếm khuyết và yếu kém: trước hết đó là nhận dạng và hiểu biết về siêu thị còn rất hạn chế, sau đó là việc hình thành và phát triển hệ thống siêu thị trên địa bàn tỉnh thời gian qua còn mang nặng tính tự phát, thiếu bền vững và chưa thực sự đảm bảo được văn minh thương mại và làm giảm ý nghĩa, tác dụng của siêu thị trên thực tế. Hơn nữa, việc bài trí và trưng bày hàng hoá chưa thật sự khoa học và hấp dẫn, chưa đảm bảo được văn minh thương mại - tiêu chuẩn quan trọng nhất của kinh doanh siêu thị.

- Hình thức siêu thị:

Không giống như hệ thống siêu thị trên thế giới, khái niệm siêu thị trong Quy chế siêu thị của Việt Nam không quy định phương thức kinh doanh của siêu thị là bán buôn hay bán lẻ mà chỉ quy định siêu thị là loại hình cửa hàng hiện đại, kinh doanh tổng hợp hay chuyên doanh. Có thể thấy, trong 5 siêu thị hoạt động trên địa bàn thành phố Nha Trang hiện nay, có 02 siêu thị kinh doanh tổng hợp, 3 siêu thị khác là siêu thị chuyên doanh hàng điện máy, sách và nội thất.

- Các mặt hàng kinh doanh:

+ Đối với các siêu thị tổng hợp như siêu thị Maximark và siêu thị Toàn Thủy, mặt hàng kinh doanh chủ yếu là hàng tiêu dùng thông thường và hàng thiết yếu như thực phẩm, quần áo, giày dép, đồ gia dụng... có nguồn gốc rõ ràng, đầy đủ nhãn mác và được kiểm tra chất lượng khá tốt và mức giá bán hợp lý trong tương quan với chất lượng được người tiêu dùng đánh giá cao.

+ Đối với các siêu thị chuyên doanh như siêu thị điện máy 41 Nguyễn Thị Minh Khai, mặt hàng kinh doanh chủ yếu là các mặt hàng kim khí điện máy, hoặc siêu thị nội thất ở đường Thống Nhất thì mặt hàng chủ yếu là trang thiết bị nội thất dân dụng được khai thác từ các nguồn khác nhau như nhập khẩu và từ các nhà sản xuất tại địa bàn và các địa phương khác trong nước.

Nhìn chung, với số lượng siêu thị ít ỏi, lại khác nhau về loại hình kinh doanh (02 siêu thị kinh doanh tổng hợp, 03 siêu thị chuyên doanh hàng điện máy, sách và nội thất), nên hoạt động đơn lẻ, thuộc về các chủ sở hữu khác nhau, được mở một cách tự phát, thương nhân có thể mạnh về mặt hàng nào thì kinh doanh mặt hàng đó, không có sự liên kết giữa các siêu thị để khai thác và bổ sung nguồn hàng cho nhau. Đặc biệt, hàng hoá bày bán trong các siêu thị chủ yếu lấy từ các chợ bán buôn hoặc từ nguồn nhập khẩu nên sự liên kết giữa các siêu thị và các nhà sản xuất là thiếu chặt chẽ.

- Đánh giá chung:

Thực trạng phát triển hệ thống siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà cho thấy, hệ thống siêu thị của tỉnh hiện nay còn thiếu về số lượng, hạn chế về qui mô, chất lượng và phân bố chưa hợp lý nên chưa có điều kiện góp phần thúc đẩy giao lưu hàng hoá, phát triển thị trường. Công tác quản lý đối với siêu thị còn lúng túng và chậm chễ trong việc nghiên cứu, ban hành các tiêu chuẩn, qui định về quản lý làm cơ sở cho công tác qui hoạch và định hướng phát triển, dẫn đến trong một thời gian dài để các loại hình kinh doanh siêu thị phát triển chậm chạp, tự phát, điều này làm hạn chế phát triển thị trường cũng như ảnh hưởng đến quyền lợi của khách hàng.

Phần thứ ba

TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI VÀ SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KHÁNH HOÀ TỪ NAY ĐẾN NĂM 2010, ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2020

I. TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI TỈNH KHÁNH HOÀ ĐẾN NĂM 2010 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2020

1. Triển vọng phát triển các ngành kinh tế

Theo Quyết định phê duyệt “Qui hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020”, mục tiêu phát triển kinh tế là duy trì và đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng cao hơn so với mức bình quân chung của cả nước. Tốc độ tăng GDP thời kỳ 2006-2010 khoảng 12%/năm, thời kỳ 2011-2015 khoảng 12,5%/năm, thời kỳ 2016-2020 khoảng 13%/năm. Tổng GDP của tỉnh (giá so sánh 1994) đạt 13.226 tỷ đồng vào năm 2020. GDP bình quân đầu người (giá hiện hành) đạt 19,477 triệu đồng vào năm 2010, đạt 32,777 triệu đồng vào năm 2015 và đạt 56,71 triệu đồng vào năm 2020.

Cơ cấu kinh tế chuyển dịch nhanh theo hướng tăng tỷ trọng dịch vụ và công nghiệp. Cơ cấu kinh tế năm 2010 là Công nghiệp – Xây dựng: 43,5%; Nông – lâm – ngư nghiệp: 13%; Dịch vụ: 43,5%. Năm 2015 là, Công nghiệp – Xây dựng: 45%; Nông – Lâm – Ngư - Nghiệp: 8%; Dịch vụ: 47%. Đến năm 2020 là: Công nghiệp – Xây dựng: 47%; Nông – Lâm – Ngư nghiệp: 6%; Dịch vụ: 47%.

Với những thành tựu đạt được trong những năm vừa qua, xu thế phát triển kinh tế của Khánh Hoà và của sức dân trong những năm tới, nếu đánh giá dựa trên 3 phương án đã đưa ra trong qui hoạch thì dự báo khả năng bảo đảm nhu cầu về vốn đầu tư, phương án I có tính hiện thực cao, khả năng huy động từ các nguồn nội lực của tỉnh, của các doanh nghiệp có thể đáp ứng được trên 60% nhu cầu. Phương án III có nhu cầu đầu tư lớn, khả năng đáp ứng từ nội bộ và các doanh nghiệp chỉ khoảng 40%, do đó phương án II là phương án vừa có tính khả thi có thể chấp nhận được lại có tính phân đầu và là phương án chọn. Phương án II cũng là phương án phát triển phù hợp với ưu thế về điều kiện tự nhiên cũng như các điều kiện kinh tế – xã hội trong giai đoạn hiện nay của Khánh Hoà.

Với nhịp độ tăng trưởng kinh tế của phương án II (là phương án được lựa chọn) thì GDP bình quân đầu người của tỉnh năm 2010 sẽ tăng 1,57 lần so với 2005, đạt mức 1.200 USD/người/năm, bằng khoảng 1,3 lần mức trung bình của cả nước; năm 2020 sẽ tăng 2,8-3 lần so với 2010, đạt 3.360 – 3.600 USD/người/năm, bằng khoảng 1,3-1,4 lần mức trung bình của cả nước. Với những mức thu nhập này, nhu cầu cũng như phong cách tiêu dùng của người dân sẽ được cải thiện và nâng lên ở trình độ cao hơn. Như vậy, cùng với quá trình phát triển kinh tế trong thời gian tới, nhu cầu tiêu dùng trên địa bàn tỉnh cũng sẽ phát triển đòi hỏi phải nâng cấp và hoàn thiện hơn nữa các loại hình thương nghiệp truyền thống đồng thời cũng cần hình thành và phát triển các phương

thức, hình thức mua bán, trao đổi hàng hoá mới văn minh hơn, chất lượng phục vụ cao hơn.

Theo phương án II, khả năng chuyển dịch cơ cấu kinh tế được dự báo theo hướng tăng tỉ trọng lĩnh vực dịch vụ và lĩnh vực công nghiệp - xây dựng. Trong đó, dự báo tỉ trọng các ngành công nghiệp - xây dựng tăng lên và chiếm 43,5% vào năm 2010, 45% năm 2020 so với 40,9% của năm 2005. Lĩnh vực dịch vụ sẽ tăng lên 43,5% vào năm 2010 và 49% năm 2020 so với 42% năm 2005. Tỉ trọng của ngành nông, lâm nghiệp, thủy sản giảm từ mức 17,5% năm 2005 xuống 13% năm 2010 và 6% vào năm 2020. Như vậy, trong các năm tới hoàn toàn có thể đạt được mục tiêu chuyển dịch cơ cấu kinh tế Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XV đã đề ra.

Tăng trưởng kinh tế dự kiến ở mức cao sẽ tạo nên những thay đổi về tính chất và trình độ tiêu dùng trên địa bàn tỉnh tuy nhiên chưa đủ để làm thay đổi căn bản quá trình tiêu dùng xã hội và các phương thức mua bán, trao đổi hàng hoá vẫn trong quá trình phát triển về lượng. Do đó, loại hình thương nghiệp chợ sẽ vẫn tồn tại phổ biến trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà. Tuy nhiên, tăng trưởng kinh tế và những thay đổi về cơ cấu lao động sẽ làm tăng qui mô và cường độ trao đổi hàng hoá nên bên cạnh loại hình chợ truyền thống sẽ xuất hiện thêm các loại hình thương nghiệp khác cùng phát triển đan xen lẫn nhau, bổ sung cho nhau tạo nên bộ mặt thị trường với nhiều sắc thái, tầng cấp trao đổi phong phú, đa dạng hơn.

1.1. Triển vọng phát triển sản xuất nông, lâm nghiệp, thủy sản

Phương hướng chung cho phát triển ngành nông, lâm nghiệp, thủy sản trong “Qui hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020” như sau:

Về nông nghiệp: Xây dựng Trung tâm nông nghiệp công nghệ cao; trung tâm giống cây trồng và vật nuôi để cung cấp các loại giống tốt phục vụ phát triển nông nghiệp theo hướng công nghiệp hoá.

Phát triển các cây trồng như cây sắn, các loại cây thực phẩm, cây họ đậu (cây luân canh vừa cho sản phẩm có giá trị cao, vừa có tác dụng cải tạo đất)... Phần đầu đến năm 2010 diện tích gieo trồng các loại cây hàng năm 88.000 – 88.500 ha.

Xây dựng và phát triển vùng thâm canh các vùng nguyên liệu mía Cam Ranh. Đầu tư xây dựng vùng rau sạch ở thành phố Nha Trang, Cam Ranh và Ninh Hoà với các loại rau quả cao cấp cung ứng cho các thành phố, thị xã, các khu công nghiệp và khách du lịch tỉnh.

Tập trung mở rộng diện tích và thâm canh cây đào lộn hột khoảng 4500 ha ở Diên Khánh, Khánh Vĩnh. ổn định diện tích trồng dừa khoảng 3000 ha ở ven biển Nha Trang, Vạn Ninh, Ninh Hòa, Cam Ranh. Chú trọng phát triển một số cây ăn quả có giá trị kinh tế cao và cho xuất khẩu thành vùng tập trung kết hợp vườn, rừng của hộ gia đình như cây xoài Cam Ranh, Diên Khánh; cây chuối, dưa xuất khẩu ở Diên Khánh, Khánh Vĩnh, Khánh Sơn, Ninh Hòa. Phát

triển một số loại cây ăn quả như hồng xiêm, táo, đu đủ, thom, cam... trên đất vườn trong khu vực vườn gia đình.

Phát triển chăn nuôi trở thành ngành sản xuất chính trong nông nghiệp. Phát triển chăn nuôi đại gia súc (nhất là chăn nuôi đàn bò thịt) tại Khánh Sơn và Khánh Vĩnh và các xã ngoại thành Nha Trang, phục vụ tiêu dùng. Quy hoạch đầu tư xây dựng các khu giết mổ gia súc tập trung để phục vụ cho chế biến, cung cấp nhu cầu thịt phục vụ cho du lịch và các khu công nghiệp tập trung.

Về lâm nghiệp: Chăm sóc, bảo vệ vốn rừng hiện có, không ngừng làm giàu rừng, nâng cao độ che phủ bằng các giải pháp lâm sinh thích hợp với từng vùng (trồng mới rừng, chăm sóc bảo vệ rừng, khoanh nuôi tái sinh rừng, nuôi dưỡng rừng, khai thác rừng hợp lý). Ưu tiên xây dựng rừng phòng hộ nhất là ở những nơi xung yếu. Phát triển các loại rừng sản xuất, rừng đặc dụng nhằm cung cấp nhu cầu gỗ và các loại lâm sản khác phục vụ đời sống sản xuất.

Về diêm nghiệp: Xây dựng đồng muối công nghiệp ở Hòn Khói cùng với phát triển vùng muối chuyên canh của tỉnh Ninh Thuận phục vụ tiêu dùng, sản xuất công nghiệp và xuất khẩu.

Về thủy sản: Phát triển ngành theo hướng nâng cao năng lực đánh bắt xa bờ kết hợp với quy hoạch và xây dựng các trung tâm nuôi trồng và chế biến thủy sản để cung ứng các sản phẩm có chất lượng cao cho du lịch, xuất khẩu và bảo vệ nguồn lợi thủy sản. Phấn đấu đến năm 2010, sản lượng thủy sản khai thác đạt 100 - 120 nghìn tấn. Diện tích nuôi trồng thủy sản khoảng 5000 - 5500 ha, trong đó diện tích cho thu hoạch khoảng 3600 - 3700 ha, sản lượng 8.800 -9.000 tấn

Kết hợp chặt chẽ giữa phát triển khai thác và bảo vệ nguồn lợi thủy sản. Tiếp tục đẩy mạnh khai thác hải sản xa bờ tại vùng biển Trường Sa- DK1, ổn định khai thác ven bờ, bảo vệ và tái tạo nguồn lợi thủy sản, tăng cường công tác bảo vệ nguồn lợi thủy sản, đặc biệt ở các vùng nước ven bờ, đầm, vịnh.

Theo phương án II là phương án khả thi và được lựa chọn cho phát triển kinh tế tỉnh thì giá trị sản xuất toàn ngành nông, lâm nghiệp, thủy sản năm 2010 dự báo đạt 1.681,42 tỉ đồng (giá so sánh 1994), bằng 1,24 lần của năm 2005, năm 2020 đạt 2.464,5 tỷ đồng (giá so sánh 1994), bằng 1,47 lần của năm 2010. Nhịp độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2006-2010 là 4,48%/năm; giai đoạn 2011-2015 tăng trưởng 4,06%/năm và giai đoạn 2016-2020 là 3,74%/năm.

1.2. Triển vọng phát triển sản xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp

Theo “Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020”, phương hướng chung phát triển công nghiệp của Khánh Hoà như sau:

Chuyển dịch cơ cấu sản phẩm công nghiệp theo hướng hình thành những sản phẩm công nghiệp chủ lực như cấu trúc lại theo hướng phát triển mạnh 8 nhóm ngành sản phẩm sau: (1) cơ khí, điện tử, đóng - sửa chữa tàu thuyền (Huynhai - Vinashin, Nha Trang, Cam Ranh); (2) chế biến nông sản; (3) chế biến thủy sản; (4) chế biến lâm sản - sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ; (5) khai

thác - chế biến khoáng sản, sản xuất vật liệu xây dựng; (6) dệt, may, phụ liệu may; (7) sản xuất bia, nước giải khát; và (8) công nghệ thông tin.

- Phát triển mạnh công nghiệp nông thôn, tiểu thủ công nghiệp truyền thống; khuyến khích phát triển các ngành nghề truyền thống như sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ, sản xuất vật liệu xây dựng, đồ mộc dân dụng, chế biến lương thực, thực phẩm... phục vụ cho nhu cầu tại chỗ, cho du lịch và xuất khẩu nhằm tăng thêm thu nhập cho người lao động, giải quyết việc làm và góp phần từng bước đô thị hoá nông thôn.

- Xây dựng cơ sở hạ tầng và lấp đầy diện tích đất cho thuê ở các khu công nghiệp như Suối Dầu, Ninh Thủy, Vạn Ninh, Nam Cam Ranh và Bắc Cam Ranh và một số khu khác trong khu kinh tế Vân Phong và khu kinh tế Cam Ranh.

Khu công nghiệp Suối Dầu 152 ha, là khu công nghiệp hỗn hợp nhiều loại ngành công nghiệp, trọng tâm là công nghiệp chế biến lương thực, thực phẩm, chế biến thủy sản; sản xuất và gia công hàng tiêu dùng, cơ khí, điện tử, may mặc và cơ khí chính xác...

Khu công nghiệp Ninh Thủy 206,4 ha (không kể nhà máy đóng tàu và sửa chữa tàu biển Hyundai - Vinashin). Loại hình công nghiệp dự kiến: công nghiệp phụ trợ cho công nghiệp đóng tàu như gia công, chế biến thép, cơ điện, cơ khí chính xác, sản xuất động cơ, sản xuất sơn, dầu mỡ, hóa chất, nội thất cao cấp, chế tạo phụ tùng phụ kiện lắp ráp cơ khí chính xác, vật liệu xây dựng, sản xuất hàng gia dụng.

Khu công nghiệp Nam Cam Ranh 200 ha. Loại hình công nghiệp dự kiến: chế biến hải sản; sản xuất thức ăn cho tôm, cá; sản xuất muối, hóa chất, VLXD...

Khu công nghiệp Bắc Cam Ranh 150 ha. Dự kiến xây dựng và hình thành khu công nghiệp đa ngành với các ngành công nghiệp sản xuất phân bón, chế biến nông sản thực phẩm, công nghiệp nhẹ, may mặc gia công các trang thiết bị phục vụ cho khu quân đội.

Khu công nghiệp Vạn Ninh 150 ha. Dự kiến bố trí các ngành công nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng, chế biến nông, lâm sản, cơ khí sửa chữa.

Ngoài các khu công nghiệp trên, mỗi huyện, thị xã sẽ hình thành ít nhất 3 cụm công nghiệp vừa và nhỏ.

Dự kiến, giá trị sản xuất công nghiệp năm 2010 đạt 5.855 tỉ đồng (giá so sánh 1994), bằng 1,93 lần của năm 2005, năm 2020 đạt 22.900 tỷ đồng (giá so sánh 1994), bằng 3,91 lần của năm 2010, với nhịp độ tăng trưởng bình quân 14%/năm giai đoạn 2006-2010, 14,6%/năm giai đoạn 2011-2020.

Như vậy, triển vọng phát triển công nghiệp trên địa bàn tỉnh thời kỳ đến 2010 và 2020 cho thấy: sự phát triển của các cơ sở công nghiệp sẽ làm gia tăng lao động công nghiệp và làm gia tăng nhu cầu tiêu dùng tập trung tại các cụm công nghiệp. Quy mô và tính chất của sản phẩm do công nghiệp địa phương sản xuất, đặc biệt là sản phẩm của hai ngành công nghiệp chủ lực là đóng – sửa chữa

tàu thuyền, khai khoáng hay sản phẩm của ngành công nghiệp vật liệu xây dựng sẽ tham gia vào hệ thống phân phối ở phạm vi khác mà không cần qua hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh. Sức phát triển của sản xuất công nghiệp trong những năm tới sẽ có những tác động nhất định ít nhiều làm thay đổi tập quán của sản xuất và sinh hoạt của dân cư, bước đầu tạo nên phong cách tiêu dùng công nghiệp, do đó, các loại hình thương nghiệp khác vẫn minh hơn sẽ hình thành và phát triển trong khi chợ cũng sẽ phát triển theo hướng kinh doanh tổng hợp với nhiều ngành hàng phong phú, đa dạng hơn, trong đó các sản phẩm của ngành tiểu thủ công nghiệp sẽ tham gia vào phân phối thông qua hệ thống chợ, trung tâm thương mại, siêu thị tại các địa bàn.

1.3. Khu vực kinh tế dịch vụ

Theo “Qui hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020”, phương hướng chung phát triển dịch vụ của Khánh Hoà như sau:

Phát triển du lịch: Phương hướng chính là phát triển mạnh du lịch quốc tế, lấy du lịch quốc tế làm động lực thúc đẩy du lịch nội địa và các ngành dịch vụ phát triển. Từng bước xây dựng ngành du lịch thành ngành công nghiệp "sạch" về môi trường vật chất kỹ thuật, về môi trường văn hóa tinh thần, hiện đại, dân tộc và độc đáo Khánh Hòa.

- Đẩy mạnh hợp tác liên doanh với nước ngoài, từng bước hình thành một số quần thể du lịch biển lớn, hiện đại tầm cỡ quốc tế và có khả năng cạnh tranh với một số trung tâm du lịch biển lớn của các nước lân cận, tại khu vực thuận lợi như Nha Trang, Vân Phong và Cam Ranh.

- Có quy hoạch và kế hoạch đầu tư phát triển đồng bộ bao gồm cả hệ thống khách sạn, nhà hàng và các cơ sở hạ tầng phục vụ như giao thông đặc biệt là hàng không, bến cảng du lịch và một số tuyến đường bộ đến khu du lịch, thông tin liên lạc, văn hóa, nghệ thuật, thể thao, hàng lưu niệm, tài chính, ngân hàng và các dịch vụ khác... tạo sức hấp dẫn mạnh với du khách.

- Phát triển đa dạng các loại hình du lịch như du lịch đường sông, du lịch sinh thái, du lịch biển đảo... Hình thành một số khu nghỉ mát và khách sạn cao cấp hiện đại, đạt tiêu chuẩn quốc tế ở Nha Trang, vịnh Vân Phong và Bắc bán đảo Cam Ranh.

- Tiếp tục đầu tư phát triển các khu du lịch, nghỉ dưỡng ở những nơi không ảnh hưởng đến an ninh quốc phòng có đủ sức thu hút khách và cạnh tranh được với các khu vực lân cận. Tổ chức các tuyến du lịch và nổi tuyến du lịch trong tỉnh với tuyến du lịch của cả nước, đặc biệt là tuyến Vân Phong - Nha Trang - Ninh Chữ - Đà Lạt - Tây Nguyên, gồm:

+ Tuyến du lịch sinh thái sông, biển - đảo và bán đảo ở Nha Trang, Ninh Hoà - Vạn Ninh và Cam Ranh

+ Tuyến du lịch sinh thái trên đất liền gồm: vùng ven biển Nha Trang - Diên Khánh - Ninh Hoà - Khánh Vĩnh - Cam Ranh

Phát triển các ngành dịch vụ sản xuất và tiêu dùng:

Phát triển các loại hình dịch vụ (dịch vụ vận tải biển, hàng không, tài chính, ngân hàng, du lịch, xây dựng, dịch vụ công nghệ thông tin và phần mềm, bảo hiểm, tư vấn, dịch vụ nghiên cứu và chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật...) đáp ứng yêu cầu sản xuất và đời sống phù hợp với xu hướng phát triển của kinh tế thị trường hiện đại, góp phần chuyển dịch nhanh cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động.

Dịch vụ thương mại, kinh doanh xuất nhập khẩu:

Xây dựng các trung tâm thương mại - dịch vụ hiện đại tại Nha Trang, Cam Ranh làm trung tâm phát tán luồng hàng và đầu mối các hoạt động thương mại chính, kết hợp mở các văn phòng giao dịch, các chi nhánh đại diện và các dịch vụ cao cấp khác.

Xây dựng thành phố Nha Trang trở thành Trung tâm đô thị, du lịch, thương mại của vùng Duyên hải Nam Trung Bộ. Quy hoạch xây dựng Trung tâm thương mại, dịch vụ, tài chính tại Nha Trang (toàn bộ sân bay Nha Trang hiện nay).

Đầu tư phát triển khu vực Bắc bán đảo Cam Ranh, Vân Phong trở thành trung tâm thương mại, dịch vụ, tài chính, thanh toán quốc tế hiện đại.

Châm dứt tình trạng chợ tạm trong các đô thị. Hình thành chợ khu vực đầu mối tại phía Tây Thành phố Nha Trang để làm trung tâm phân phối hàng hoá cho hệ thống đô thị. Hoàn thành việc cải tạo và xây dựng lại các chợ trung tâm của huyện và thành phố. Xây dựng ở mỗi huyện có 1-2 chợ trung tâm và khu vực của các huyện và hoàn chỉnh hệ thống chợ nông thôn tạo điều kiện phát triển giao lưu buôn bán, trao đổi hàng hoá của nông dân.

Về xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu tăng bình quân 18%/năm giai đoạn 2006-2010, tăng 15-16%/năm giai đoạn 2011-2020. Phân đấu đến năm 2010, kim ngạch xuất khẩu của tỉnh đạt 1 tỷ USD, đến năm 2020 đạt khoảng 3,2-3,5 tỷ USD. Trong đó dịch vụ hàng công nghiệp chế biến khoảng 40%, dịch vụ xuất khẩu tại chỗ thông qua các hoạt động du lịch và các lĩnh vực dịch vụ khác khoảng 50%, hàng nông sản và các mặt hàng khác khoảng 10%

2. Quy hoạch phát triển giao thông

Giao thông đường biển:

- Xây dựng cảng trung chuyển container quốc tế Vân Phong tại khu vực Đầm Môn. Trước mắt, đến năm 2007 hoàn thành hai bến cầu tàu dài 600 m, lượng hàng thông qua cảng 500 nghìn TEU.

- Xây dựng cảng chuyên tải dầu tại khu vực Hòn Mỹ Giang gắn liền với việc hình thành hệ thống Tổng kho xăng dầu. Quy mô diện tích (cảng, kho dầu ngoại quan) khoảng 70-80 ha.

- Chuyển cảng biển Nha Trang thành cảng phục vụ du lịch và nâng cấp, mở rộng cảng Ba Ngòi là cảng container vận tải hàng hoá chung cho khu vực;

đầu tư xây dựng cảng Hòn Khói, cầu tàu du lịch ở Dốc Lết. Đầu tư chiều sâu nhà máy đóng tàu Hyundai Vinashin, xây dựng nhà máy đóng tàu có sức tải trọng 100.000 DWT tại Cam Ranh.

- Phát triển bến đò đường thủy nội địa. Phát triển đội tàu vận tải biển và đường thủy nội địa.

Giao thông đường bộ:

- Hoàn thành tuyến Đại lộ Nguyễn Tất Thành; đường nối Nha Trang đi Đà Lạt (giai đoạn 1 từ Khánh Lê đi Lâm Đồng, giai đoạn 2 từ Cầu Lùng đến Khánh Lê; giai đoạn 3 từ đường Cao Bá Quát - Nha Trang đến Cầu Lùng); Xây dựng các tuyến đường nội thị xã Cam Ranh; xây dựng đường dọc biển từ thị trấn Vạn Giã - huyện Vạn Ninh đến xã Ninh Thọ - huyện Ninh Hòa; tuyến đường phía tây bán đảo Cam Ranh; đường cao tốc phía tây thành phố Nha Trang.

- Tiếp tục đầu tư, nâng cấp và duy tu bảo dưỡng các tuyến Quốc lộ đã xây dựng; xây dựng mới đường hầm qua Đèo Cả (QLIA), đoạn tránh QL1A qua thị xã Cam Ranh, thị trấn Diên Khánh, thị trấn Ninh Hòa... ; Xây dựng tuyến đường cao tốc Nha Trang - Sài Gòn.

- Nâng cấp cải tạo đạt tiêu chuẩn đường cấp IV các tuyến Tỉnh lộ 1A, 1B; Tỉnh lộ 2, 3, 4, 4B, 5, 6, 7, 8, 8B, 9. Nối một số tuyến đường huyện, đường xã thành trục đường liên huyện, liên xã. Mở tuyến giao thông Khánh Vĩnh đi Đắc Lắc (giáp huyện Krongpong) để phục vụ phát triển kinh tế - xã hội và quốc phòng an ninh.

- Hoàn thiện các đường giao thông, các bãi đỗ xe nội thành, nội thị theo đúng quy hoạch để đảm bảo nhu cầu giao thông trong các thành phố, thị xã.

Đường sắt: Cải tạo, nâng cấp toàn tuyến đường sắt Thống Nhất, mạng lưới ga hiện có qua tỉnh. Đến năm 2010 xây ga mới Vĩnh Lương để làm ga hàng hoá thay thế ga Nha Trang hiện nay; Ga Nha Trang chỉ là ga hành khách. Đưa ga Ngã Ba Cam Ranh vào sử dụng trước năm 2010.

- Xây dựng mới tuyến đường sắt cao tốc TP Hồ Chí Minh - Nha Trang, và đường sắt nối cảng Vân Phong với đường sắt Thống Nhất; xây dựng mới ga Vạn Giã, Tu Bông.

Đường hàng không:

- Tiếp tục xây dựng và nâng cấp cảng hàng không Cam Ranh thành cảng hàng không quốc tế, có thể đón 1 triệu khách vào năm 2010 và khoảng 2 triệu khách vào năm 2020.

- Chuyển mục đích sử dụng khu vực sân bay Nha Trang xây dựng thành Trung tâm dịch vụ, thương mại, tài chính quốc tế để đảm bảo môi trường và an toàn của thành phố du lịch.

Phương hướng phát triển giao thông trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà thời kỳ 2006-2020 chủ yếu được nhấn mạnh trên các phương diện: phát triển hệ thống

cảng biển, quốc lộ và tỉnh lộ đảm bảo tính liên hoàn, liên kết với quốc tế, với các tỉnh lân cận và nội bộ tỉnh.

Như vậy, trong thời gian tới, hệ thống giao thông phát triển với số lượng, chất lượng và hình thức phong phú hơn sẽ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho vận chuyển hàng hóa, tăng cường các mối quan hệ kinh tế - xã hội giữa các vùng trong tỉnh, với các tỉnh trong nước và với quốc tế. Việc phát triển các tuyến đường giao thông cũng sẽ kéo theo sự qui tụ dân cư và hình thành các cụm khu đô thị. Vì vậy, việc lựa chọn địa điểm để xây dựng các loại hình cơ sở hạ tầng thương mại mới cần phải gắn với quá trình thực hiện quy hoạch giao thông và tính toán đến sự thuận tiện giao thông.

3. Quy hoạch phát triển đô thị và nông thôn

3.1. Mạng lưới đô thị của Khánh Hòa đến năm 2020

- Thành phố Nha Trang (các quận) là trung tâm chính trị, kinh tế, khoa học của tỉnh và của Vùng Duyên Hải Nam Trung Bộ; là một trung tâm du lịch của cả nước.

- Thị xã Cam Ranh- đô thị loại 3 vào trước năm 2015 và hạng II vào năm 2020: Là trung tâm kinh tế vùng phía Nam tỉnh Khánh Hòa.

- Tách các xã phía bắc thị xã Cam Ranh để thành lập huyện mới (huyện Cam Lâm) thị trấn huyện lỵ tại Cam Đức.

- Xây dựng các thị trấn mới loại 4 và 5 như Tu Bông, Suối Dầu, Ninh Thủy: Là các điểm đô thị hình thành do tác động của việc phát triển các vùng công nghiệp, đầu mối giao thông, dịch vụ du lịch, dịch vụ sản xuất nông lâm nghiệp.

- Đô thị Ninh Hòa, Vạn Ninh là đô thị loại 4 vào sau năm 2010 và loại 3 vào năm 2020; các đô thị khác bao gồm các thị trấn trung tâm huyện lỵ như Cam Đức, Khánh Vĩnh, Tô Hạp; Trong tương lai, Ninh Hoà có thể được tách ra thành hai huyện, và có thêm một thị trấn mới là Dục Mỹ.

3.2. Định hướng tổ chức các khu dân cư nông thôn Khánh Hòa

- Đối với vùng kinh tế công nghiệp, dịch vụ du lịch và vùng kinh tế đồng bằng ven biển, cơ cấu hình thành các điểm dân cư nông thôn dựa vào mô hình sản xuất của các vùng trồng cây công nghiệp, các nông trường, các vùng nuôi trồng hải sản. Phát triển với hình thức khu công nhân nông nghiệp, các điểm dân cư tập trung với các trung tâm dịch vụ tập trung là thị tứ và các trung tâm cụm xã tập trung như ở Vạn Ninh: thị tứ Vạn Ninh, trung tâm cụm xã Xuân Sơn; Ninh Hoà: Thị tứ Ninh An, Ninh Lộc, trung tâm cụm xã: Ninh An, Ninh Thân, Ninh Lộc, Ninh Hưng, Ninh Ích;

Diên Khánh: Thị tứ Diên Phước, Suối Cát, Diên Phú, Trung tâm cụm xã: Diên Phước, Diên Thọ, Diên Hoà, Diên Lộc, Diên Bình, Suối Cát, Suối Tân, Suối Tiên, Diên Phú, Diên Sơn, Diên Điền.

Thị xã Cam Ranh: thị tứ Cam Tân, Cam Hải Tây, Cam An Nam, trung tâm cụm xã: Sơn Tân, Cam Tân, Cam Hoà, Cam Hiệp Bắc, Cam Đức, Cam Hải Tây, Cam Hải Đông, Cam An Bắc, Cam Hiệp Nam, Cam An Nam.

- Đối với vùng kinh tế lâm nghiệp, với đặc thù là các huyện miền núi như huyện Khánh Vĩnh, Khánh Sơn, trung du miền núi huyện Ninh Hoà, Diên Khánh, Thị xã Cam Ranh. Các khu dân cư khu vực này mức độ đô thị hoá thấp, cơ cấu hình thành dựa vào các tuyến giao thông liên huyện, liên xã và quốc lộ.

Khánh Vĩnh có thị tứ Khánh Bình, Giang Ly, Khánh Phú, trung tâm cụm xã: Khánh Hiệp, Khánh Đông, Khánh Thượng, Sơn Thái, Liên Sang, Khánh Thành.

Khánh Sơn có thị tứ: Sơn Lâm, Ba Cùm Bắc, trung tâm cụm xã: Thanh Sơn, Sơn Bình, Ba Cùm Nam.

Trung du miền núi các huyện đồng bằng có thị tứ Ninh Tân, Diên Xuân, Cam Phước Đông, Cam Thịnh Đông, trung tâm cụm xã: Ninh Sim, Ninh Sơn, Ninh Tây, Ninh Thượng, Ninh Xuân, Diên Hồng, Diên Lâm, Cam Phước Tây, Cam Thịnh Tây, Cam Lập, Cam Bình.

Như vậy, triển vọng phát triển đô thị và dân cư nông thôn trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà sẽ có những thay đổi khá rõ nét cả về việc phát triển mới các đô thị, bố trí lại các cụm dân cư nông thôn, đồng thời cải thiện, nâng cấp các điều kiện cơ sở hạ tầng đô thị và các khu dân cư. Hướng quy hoạch này sẽ tác động đến quá trình phát triển các loại hình hạ tầng thương mại theo các phương diện như: nâng cấp cơ sở vật chất chợ, mở thêm chợ mới phù hợp với sự hình thành và phát triển của các cụm, khu đô thị, các thị tứ và các khu dân cư mới; phát triển mạnh thêm các loại hình thương nghiệp như xây dựng các trung tâm thương mại, các siêu thị để hỗ trợ cho hệ thống chợ khi quy mô dân cư ở các đô thị phát triển và trình độ tiêu dùng của dân cư ở khu vực này được nâng cao.

II. DỰ BÁO MỘT SỐ CHỈ TIÊU LIÊN QUAN ĐẾN QUI HOẠCH CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ

1. Dự báo dân số

Các mục tiêu phát triển dân số trong “Qui hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020” cho thấy, trong giai đoạn 2006-2010, tốc độ tăng dân số của tỉnh là 1,6 - 1,7%/năm, giai đoạn 2011-2020 là 1,4-1,5%/năm, trong khi tốc độ tăng tự nhiên trong các năm qua là 1,6 - 1,7%/năm. Tuy nhiên, dự báo tốc độ tăng dân số trong giai đoạn 2006 - 2010 sẽ là 1,6%/năm; giai đoạn 2011 - 2015 là 1,5%/năm và giai đoạn 2016 - 2020 là 1,35%/năm, do đó dân số trung bình toàn tỉnh năm 2010 sẽ tăng lên 1.216 ngàn người, năm 2015 tăng lên 1.310 ngàn người và năm 2020 tăng lên 1.401 ngàn người. Dân số tăng cơ học chủ yếu là lao động có tay nghề, có kỹ thuật và lao động quản lý. Chuyển dịch cơ cấu lao động phù hợp với chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tăng các ngành dịch vụ, công nghiệp xây dựng và giảm dần lao động trong khu vực nông lâm ngư. Chất lượng nguồn lao động được nâng cao, mỗi năm giải quyết việc làm cho khoảng 24 - 26 nghìn lao động; giảm tỷ lệ thất nghiệp thành thị xuống 4,5% và nâng tỷ lệ thời gian sử dụng lao động ở khu vực nông thôn lên khoảng 85% vào năm 2010.

Đến năm 2020, phần đầu tỷ lệ đô thị hoá đạt khoảng 68,5- 70%, (tỷ lệ này hiện nay là 41%), các chỉ tiêu kinh tế, xã hội và hạ tầng kỹ thuật đạt tiêu chuẩn của đô thị loại I; Tỷ lệ lao động phi nông nghiệp khoảng 70%.

Dân số tăng sẽ làm mật độ dân số trên địa bàn tỉnh tăng lên 234 người/km² năm 2010, tăng lên 252 người/km² năm 2015 và 270 người/km² năm 2020.

Cùng với quá trình hình thành và phát triển các khu đô thị mới và các cơ sở công nghiệp, dân số đô thị trong thời kỳ dự báo sẽ tăng lên, chiếm khoảng 53% - 58% tổng dân số của tỉnh vào năm 2010 và 61% vào năm 2020. Dân cư đô thị vẫn tập trung nhiều hơn ở các nơi có tiềm lực kinh tế mạnh hơn như thành phố Nha Trang, Thị xã Cam Ranh ...

Bên cạnh việc gia tăng dân số trên địa bàn tỉnh, lượng khách vãng lai, khách du lịch đến tham quan và nghỉ dưỡng tại Khánh Hoà cũng sẽ không ngừng tăng lên trong kỳ qui hoạch, dự báo lượt khách tham quan sẽ tăng khoảng 16-17%/năm, nâng số khách lên khoảng 1.300.000 – 1.400.000 lượt, trong đó khách quốc tế chiếm khoảng 400.000 – 500.000 lượt. Lượt khách du lịch và khách vãng lai tăng lên sẽ là một động lực rất mạnh đòi hỏi sự phát triển của hệ thống phân phối hàng hoá và dịch vụ, nhất là mạng lưới chợ, trung tâm thương mại và siêu thị trên địa bàn Khánh Hoà.

Việc tăng dân số và chuyển dịch cơ cấu dân số cùng với quá trình đô thị hoá cho thấy nhu cầu mua sắm hàng hoá của dân cư sẽ tăng lên và mang tính tập trung cao hơn so với những năm trước.

2. Dự báo lực lượng kinh doanh

Trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hiện nay, các thành phần kinh tế chủ yếu tham gia kinh doanh thương mại bao gồm lực lượng thương nghiệp ngoài quốc doanh như các công ty TNHH 1 hoặc 2 thành viên trở lên, doanh nghiệp tư nhân, hợp tác xã và các hộ kinh doanh, trong đó các hộ kinh doanh giữ vai trò chủ yếu trong hoạt động buôn bán trên các chợ. Lực lượng tham gia hoạt động thương mại trong thời gian tới và tiếp tục phát triển theo hướng giảm dần số lượng doanh nghiệp nhà nước và tăng đáng kể số lượng thành phần kinh tế ngoài quốc doanh bao gồm các công ty TNHH, doanh nghiệp tư nhân và hộ kinh doanh. Số lượng các công ty TNHH và doanh nghiệp tư nhân năm 2010 dự kiến sẽ tăng 1,35 lần, năm 2020 sẽ tăng 1,52 lần so với năm 2005. Vốn dành cho hoạt động kinh doanh thương mại của các doanh nghiệp sẽ tăng từ khoảng 70 - 80% vào năm 2010 và 110 - 130% vào năm 2020 so với năm 2005. Như vậy, bình quân vốn đăng ký kinh doanh của một doanh nghiệp sẽ tăng lên 2,8 tỷ/doanh nghiệp vào năm 2010 (tăng 1,44 lần so với năm 2005) và tăng lên 3,3 tỷ/doanh nghiệp vào năm 2020 (tăng 1,53 lần so với năm 2005). Số lượng hộ kinh doanh cá thể cũng sẽ tăng 1,15 lần và 1,23 lần so với năm 2005, vốn đăng ký kinh doanh tăng lên khoảng 35% vào năm 2010 và 60% vào năm 2020, do đó bình quân vốn kinh doanh của một hộ kinh doanh cá thể cũng tăng lên tương ứng là 58,7 triệu đồng/hộ năm 2010 và 65 triệu đồng/hộ năm 2020. Đây là lực lượng chính tham gia kinh doanh tại các loại hình thương mại thời kỳ từ nay đến

2020, trong đó, kinh doanh tại chợ chủ yếu vẫn là các hộ kinh doanh và họ sẽ đóng vai trò rất lớn trong hoạt động thương mại không những ở các đô thị mà còn ở khu vực nông thôn trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà. Đối với các hình thức kinh doanh tiến bộ hơn như trung tâm thương mại hay siêu thị sẽ đặc biệt thu hút nhiều doanh nghiệp tư nhân, các công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn, các hợp tác xã... tham gia hoạt động kinh doanh, thích hợp cho việc tổ chức kinh doanh với qui mô lớn hơn, phạm vi rộng hơn và hoạt động với nhiều chức năng phong phú đa dạng hơn. Đặc biệt trong thời gian sắp tới, 2 năm sau khi Việt Nam gia nhập WTO, sẽ có sự tham gia khá mạnh mẽ của các doanh nghiệp, các tập đoàn, các nhà phân phối nước ngoài vào hệ thống phân phối trên địa bàn tỉnh, tuy nhiên chủ yếu tập trung vào hệ thống phân phối hiện đại như siêu thị, cửa hàng tiện lợi... Do vậy, đối với các doanh nghiệp kinh doanh dưới hình thức phân phối truyền thống là qua các chợ, cửa hàng bách hoá vẫn có cơ hội để phát triển thị trường của mình trong khi các doanh nghiệp kinh doanh dưới hình thức phân phối hiện đại trên địa bàn sẽ ít nhiều chịu ảnh hưởng cạnh tranh với các doanh nghiệp từ bên ngoài, vấn đề đặt ra là các doanh nghiệp trong nước cần phải có sự chuẩn bị về vốn, tầm nhìn, chiến lược, bài bản cũng như các thủ thuật marketing và khả năng liên kết.

3. Dự báo lưu lượng hàng hoá trao đổi qua chợ, trung tâm thương mại, siêu thị

Trong những năm tới, cùng với sự phát triển của sản xuất và phân công lao động, sản xuất hàng hoá mở rộng ở qui mô lớn hơn, sự thuận tiện trong mua bán tăng lên và dịch vụ phân phối phát triển thì các loại hàng thực phẩm và hàng công nghiệp tiêu dùng sẽ chiếm tỉ lệ cao hơn trong khối lượng hàng hoá trao đổi và các mặt hàng này sẽ được trao đổi chủ yếu tại hệ thống chợ, trung tâm thương mại, siêu thị. Do lợi thế về vị trí địa lý và mức độ phát triển kinh tế giữa Khánh Hoà với các tỉnh lân cận nên hàng thực phẩm tươi sống không những được thu hút chủ yếu từ nội bộ tỉnh mà còn từ các tỉnh lân cận với Khánh Hoà. Đối với các mặt hàng công nghiệp tiêu dùng, nhu cầu đối với các sản phẩm này rất đa dạng, phong phú nên các mặt hàng này sẽ được thu hút từ các địa phương có kinh tế phát triển khác như từ thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội...

Bên cạnh đó, hiện nay ngành thương mại ở nước ta nói chung và Khánh Hoà nói riêng vẫn đóng vai trò quan trọng trong việc đóng góp vào GDP và thu hút, giải quyết việc làm trong nền kinh tế. Trên phạm vi cả nước, GDP ngành thương nghiệp và sửa chữa đồ dùng, xe máy có tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 5,9%/năm trong giai đoạn 1995 – 2000 và khoảng 7,0%/năm trong giai đoạn 2000 – 2005. Về tỷ trọng trong GDP, thương nghiệp và sửa chữa đồ dùng, xe máy chiếm 17,2% (1995) chỉ đứng thứ hai sau nhóm nông, lâm, thủy sản và hiện chiếm 13,58% (2005) ở vị trí thứ ba, sau nhóm nông nghiệp và công nghiệp chế biến.

Trong phạm vi của tỉnh Khánh Hoà, GDP ngành thương mại (giá hiện hành) có tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 27,75%/năm trong giai đoạn 2000 – 2004. Về tỷ trọng trong GDP, thương mại chiếm 9,89% (2000) nhưng đã giảm

xuống 7,41% năm 2004, đứng thứ năm về tỷ lệ đóng góp vào GDP của tỉnh, do có sự gia tăng của ngành công nghiệp chế biến, điều này cũng cùng xu hướng giảm chung của cả nước về tỷ lệ của thương mại trong GDP. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng GDP thương mại của Khánh Hoà lại nhanh hơn của cả nước.

Trong thời kỳ từ nay đến 2010 và 2020, đồng thời với xu hướng phát triển kinh tế chung của tỉnh Khánh Hoà, ngành thương mại của tỉnh sẽ tiếp tục giữ vai trò quan trọng trong thu hút lao động và gia tăng tỷ lệ đóng góp vào GDP chung của tỉnh. Tốc độ tăng trưởng GDP của ngành này, đặc biệt sau giai đoạn 2005 – 2010, sẽ nhanh hơn chút ít so với tốc độ tăng trưởng kinh tế chung của tỉnh. Tuy tỷ lệ đóng góp của ngành này vào GDP của tỉnh có xu hướng tăng nhờ tốc độ tăng trưởng cao, nhưng vẫn ở mức thấp so với của cả nước hiện nay.

Đồng thời, tăng trưởng kinh tế cao sẽ tạo điều kiện giải quyết việc làm, tăng thu nhập, mức sống và điều kiện sống của dân cư trong tỉnh. Qua đó, tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ và doanh thu dịch vụ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà cũng sẽ được nâng cao. Tuy nhiên, tốc độ tăng của tổng mức LCHHBL và doanh thu dịch vụ sẽ có xu hướng chậm lại sau giai đoạn 2005 – 2010 do những nguyên nhân chủ yếu như: 1) Tỷ lệ chi tiêu của dân cư so với tổng thu nhập có xu hướng giảm, ngược lại tỷ lệ tích lũy và dự trữ tiêu dùng tăng lên; 2) Thương nghiệp bán buôn có xu hướng tăng nhanh hơn thương nghiệp bán lẻ do sự thay đổi về phương thức tổ chức sản xuất theo qui mô lớn nhất là trong khu vực nông nghiệp, do sự mở rộng quan hệ kinh tế với ngoài tỉnh,...; 3) Xu hướng tăng trưởng chậm lại của tổng mức LCHHBL và doanh thu dịch vụ chủ yếu do sự suy giảm của bộ phận bán lẻ hàng hoá do sự thay đổi trong cơ cấu chi tiêu của dân cư theo hướng tăng tiêu dùng dịch vụ nhiều hơn.

Dự báo tổng mức bán lẻ hàng hoá trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

	Đơn vị	2010	2015	2020
Tổng mức BLHH	<i>Tỷ đồng</i>	10.411,2	16.085,3	23.645,4
Tốc độ tăng bình quân hàng năm (%)				
		2005 -2010	2010 - 2015	2015-2020
Tổng mức BLHH		<i>18,56</i>	<i>10,90</i>	<i>9,43</i>

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban chủ nhiệm Dự án

Nhìn chung, điều kiện của kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hiện nay vẫn chủ yếu là hệ thống chợ. Do đó, qui mô lưu thông hàng hoá và dịch vụ thông qua hệ thống chợ trong tỉnh, đặc biệt là ở các vùng nông thôn sẽ chiếm tỷ trọng lớn trong tổng mức LCHHBL và doanh thu dịch vụ trên địa bàn tỉnh trong thời từ nay đến năm 2010 và 2020. Tuy nhiên, tỷ lệ lưu thông qua hệ thống chợ sẽ có hướng giảm dần cùng với quá trình đô thị hoá và đặc biệt là quá trình phát triển các loại hình kết cấu thương mại khác như chuỗi cửa hàng, siêu thị,... Lúc đó, ngay trong mạng lưới các loại hình kết cấu thương mại cũng có sự cạnh tranh, đó là sự cạnh tranh về thị phần giữa chợ, siêu thị và

trung tâm thương mại trên địa bàn tỉnh. Do vậy, khi trình độ tiêu dùng của người dân được nâng lên đòi hỏi sự hình thành và phát triển của hệ thống các loại hình kinh doanh tiên bộ hơn thì rõ ràng tiểu thương kinh doanh tại các chợ sẽ gặp khó khăn do áp lực cạnh tranh với các loại hình kinh doanh tiên bộ đó, đặc biệt là hệ thống các siêu thị. Tuy nhiên, trong giai đoạn hiện nay, các siêu thị hiện đại mới xuất hiện với qui mô chưa lớn, trình độ quản lý công nghệ thiết bị kỹ thuật và phương thức kinh doanh chưa theo chuẩn mực quốc tế. Trong cơ cấu doanh thu hàng hoá bán lẻ trên địa bàn tỉnh, hàng hoá bán qua siêu thị mới chiếm 5-7% so với 70% qua hệ thống chợ và khoảng 23-25% qua các cửa hàng truyền thống. Còn trong cơ cấu của tổng mức LCHHBL, ước tính tỷ lệ lưu thông hàng hoá và dịch vụ qua hệ thống chợ trong tỉnh sẽ chiếm 60% tổng mức LCHHBL và doanh thu dịch vụ chung vào năm 2010, sau đó giảm còn 55% vào năm 2015 và chỉ còn khoảng 30% vào năm 2020, lượng hàng hoá trao đổi qua hệ thống siêu thị sẽ tăng lên khoảng 10% năm 2010 và đến 2020 là 30%, trong khi lượng hàng hoá trao đổi qua hệ thống các trung tâm thương mại sẽ đạt các chỉ tiêu tương ứng là 8%; 12%. (Sự xuất hiện của các cửa hàng tiện lợi sẽ đem lại cho mô hình này một tỷ trọng khoảng 15% vào năm 2010 và khoảng 22% vào năm 2020, lượng hàng hoá được trao đổi qua các cửa hàng truyền thống như hiện nay sẽ giảm đi đáng kể).

Tóm lại, cùng với quá trình đô thị hoá nhanh chóng, sự phát triển của sản xuất, cải thiện các điều kiện cơ sở hạ tầng giao thông và thương mại, sự thay đổi của điều kiện sống, sinh hoạt và phong cách tiêu dùng, từ nay cho đến năm 2010, lưu lượng hàng hoá qua chợ tăng lên về số lượng, nhưng sẽ giảm dần sau năm 2010, lúc đó chợ sẽ là hạt nhân để phát triển thành những loại hình hạ tầng thương mại đặc biệt khác, văn minh hơn như trung tâm thương mại, siêu thị, các trung tâm mua sắm, cửa hàng tiện lợi, hàng hoá chủ yếu sẽ được trao đổi qua mạng lưới các siêu thị, trung tâm thương mại trên địa bàn và ngày càng tăng về số lượng, phong phú về chủng loại... nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của dân cư.

III. MỘT SỐ YẾU TỐ CƠ BẢN ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ ĐẾN NĂM 2010 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2020

1. Xu hướng phát triển của sản xuất và tiêu dùng

Việc chuyển dịch cơ cấu các ngành kinh tế trong những năm tới của nước ta được xác định theo hướng tiếp tục giảm tỉ trọng các ngành thuộc khu vực nông, lâm nghiệp - thuỷ sản và tăng tỉ trọng khu vực công nghiệp - xây dựng, dịch vụ, đặc biệt là phát triển khu vực dịch vụ như lĩnh vực tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, xuất khẩu lao động...

Phù hợp với định hướng phát triển chung của đất nước, mục tiêu phát triển kinh tế của tỉnh Khánh Hoà là tạo ra sự chuyển dịch mạnh mẽ từ cơ cấu nông, lâm nghiệp - dịch vụ - công nghiệp hiện nay sang cơ cấu công nghiệp, xây dựng - dịch vụ - nông nghiệp năm 2020, tuy nhiên đối với Khánh Hoà, Nghị quyết Đại hội Đảng XV xác định cơ cấu kinh tế giai đoạn 2006-2010 là dịch vụ,

du lịch – công nghiệp – nông nghiệp vì Khánh Hoà có nhiều lợi thế trong phát triển du lịch và dịch vụ. Tăng trưởng kinh tế và chuyển dịch cơ cấu kinh tế tiến bộ sẽ tác động tích cực đến xu hướng phát triển của nhu cầu tiêu dùng trên các phương diện như:

- Sự phát triển của các ngành công nghiệp sẽ tạo động lực cho tăng trưởng kinh tế và xã hội trên các phương diện: tạo công việc làm, tăng thu nhập, làm hình thành các thị xã, thị trấn, các khu công nghiệp mới... làm phong phú thêm bộ mặt thị trường của tỉnh bằng việc cung ứng các sản phẩm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp... Điều này làm cho nhu cầu tiêu dùng trên địa bàn sẽ thay đổi về qui mô, cơ cấu và chất lượng... Cụ thể là, nhu cầu về chất lượng hàng hoá sẽ được nâng lên, mức độ đa dạng hoá cao; tăng tỉ lệ các mặt hàng công nghiệp, các mặt hàng công nghệ cao, giảm chi tiêu cho lương thực, thực phẩm trong cơ cấu chi tiêu của hộ gia đình. Những hàng hoá tiêu dùng cao cấp chủ yếu được lưu thông qua các trung tâm thương mại, siêu thị và hệ thống cửa hàng của các nhà sản xuất.

- Bên cạnh đó, Khánh Hoà có lợi thế và tiềm năng rất lớn trong việc phát triển lĩnh vực dịch vụ thông qua phát triển du lịch trên cơ sở khai thác thế mạnh về điều kiện tự nhiên, điều kiện lịch sử. Do vậy, sẽ phát sinh các nhu cầu tiêu dùng cho ngành du lịch và nhu cầu mua sắm của khách du lịch, khách vắng lai.

- Việc mở rộng qui mô và nâng cao chất lượng sản xuất các sản phẩm nông, lâm nghiệp - thủy sản sẽ tạo nguồn cung ứng nông sản hàng hoá phong phú cho thị trường trong tỉnh và các tỉnh lân cận, làm hình thành các nhu cầu mới không chỉ trong tiêu dùng mà còn phát sinh các nhu cầu cung ứng dịch vụ kinh doanh. (dịch vụ môi giới, kho, bảo quản, vận chuyển...).

Những lợi thế về điều kiện tự nhiên, điều kiện xã hội và điểm xuất phát khá cao của nền kinh tế nên sự phát triển của các ngành sản xuất trong tương lai gần sẽ tạo được sức bật và những thay đổi căn bản về phong cách tiêu dùng của người dân với khoảng cách về thu nhập và mức sống sẽ tương đối cao so với mức trung bình của cả nước. Điều này cũng sẽ tác động rất lớn đến sự phát triển của nhu cầu tiêu dùng trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trên các mặt như:

- Nhu cầu tiêu dùng của đại bộ phận dân cư, đặc biệt là dân cư nông thôn sẽ tiếp tục phát triển theo hướng tăng lên cả về số lượng và chất lượng, phong phú hơn về chủng loại.

- Nhu cầu tiêu dùng các mặt hàng có chất lượng cao tăng lên về số lượng sẽ ảnh hưởng đến thời gian hợp chợ cũng như qui mô của các loại hình thương mại.

2. Xu hướng phát triển các hoạt động thương mại

Theo “Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020”, phương hướng phát triển thương mại được xác định là:

Xây dựng các trung tâm thương mại - dịch vụ hiện đại tại Nha Trang, Cam Ranh làm trung tâm phát tán luồng hàng và đầu mối các hoạt động thương

mại chính, kết hợp mở các văn phòng giao dịch, các chi nhánh đại diện và các dịch vụ cao cấp khác.

Xây dựng TP Nha Trang trở thành Trung tâm đô thị, du lịch, thương mại của vùng Duyên hải Nam Trung Bộ. Quy hoạch xây dựng Trung tâm thương mại, dịch vụ, tài chính tại Nha Trang (toàn bộ sân bay Nha Trang hiện nay).

Đầu tư phát triển khu vực Bắc bán đảo Cam Ranh, Vân Phong trở thành trung tâm thương mại, dịch vụ, tài chính, thanh toán quốc tế hiện đại.

Chăm dứt tình trạng chợ tạm trong các đô thị. Hình thành chợ khu vực đầu mối tại phía Tây Thành phố Nha Trang để làm trung tâm phân phối hàng hoá cho hệ thống đô thị. Hoàn thành việc cải tạo và xây dựng lại các chợ trung tâm của huyện và thành phố. Xây dựng ở mỗi huyện có 1-2 chợ trung tâm và khu vực của các huyện và hoàn chỉnh hệ thống chợ nông thôn tạo điều kiện phát triển giao lưu buôn bán, trao đổi hàng hoá của nông dân.

Về xuất khẩu, phần đầu đến năm 2010, giá trị xuất khẩu của tỉnh đạt 0,9-1 tỷ USD, đến năm 2010 đạt khoảng 2,5 tỷ USD, đến năm 2020 khoảng 3,5 tỷ USD. Trong đó dịch vụ hàng công nghiệp chế biến khoảng 40%, dịch vụ xuất khẩu tại chỗ thông qua các hoạt động du lịch và các lĩnh vực dịch vụ khác khoảng 50%, hàng nông sản và các mặt hàng khác khoảng 10%.

Như vậy, xem xét triển vọng phát triển thương mại, du lịch tỉnh Khánh Hoà cho thấy: đến năm 2010, chợ vẫn là loại hình chính, tồn tại và phát triển phổ biến ở cả đô thị và nông thôn, chiếm giữ vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh trên địa bàn tỉnh. Trong giai đoạn từ 2010 đến 2020, chợ sẽ là hạt nhân để phát triển các loại hình kinh doanh khác như các trung tâm mua sắm, trung tâm thương mại, siêu thị..., trước hết là ở các khu vực đô thị như trung tâm tỉnh lỵ, trung tâm huyện lỵ...

3. Xu hướng phát triển văn hoá - xã hội

- Tỷ lệ dân số đô thị tăng lên 60 - 61% năm 2010 và 68 - 70% năm 2020 (Nghị quyết Đại hội Đảng tỉnh Khánh Hoà lần thứ XV xác định phần đầu đến năm 2010, dân số đô thị đạt trên 60%). Quá trình đô thị hoá gắn với chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn. Tạo nhiều việc làm cho người lao động. Đến năm 2020, chỉ số phát triển nguồn nhân lực (HDI) của Khánh Hoà đạt thứ hạng cao trong cả nước.

- Đến 2010, 100% số xã có trường mầm non, 100% trường học phổ thông trong tỉnh thực hiện giảng dạy tin học trong nhà trường; 100% trường học phổ thông trong tỉnh kết nối Internet.

- Đến 2010, tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt 40% (trong đó qua đào tạo nghề đạt 30%), đến năm 2020, tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt 55 - 60% (trong đó qua đào tạo nghề đạt 40-45%).

- Mạng lưới y tế cơ sở tỉnh được củng cố và hoàn thiện, đủ các điều kiện cần thiết và khả năng thực hiện nhiệm vụ chăm sóc sức khỏe nhân dân với chất lượng các dịch vụ y tế đạt hiệu quả cao.

4. Xu hướng phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên thế giới và khu vực

Ngày nay, đa số các nước châu Âu đều có nền kinh tế phát triển và đã bước qua thời kỳ công nghiệp hoá từ nhiều thập kỷ trước đây, với tỷ lệ đô thị hoá rất cao. Tại các thành phố, sự phát triển của các loại hình thương nghiệp, dịch vụ cũng hết sức phong phú và đa dạng với nhiều phương thức phục vụ khác nhau, từ các phương thức cổ truyền đến các phương thức tiên bộ, văn minh. Sự phát triển tập trung của các loại hình này tại các thành phố đã hình thành một khái niệm mới - Khu vực thương mại trung tâm (Center for Business District - CBD). Những CBD này bao gồm các loại hình, như: trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng bán lẻ, chợ chuyên doanh, khách sạn, văn phòng thương mại, rạp chiếu phim. Đồng thời, hệ thống giao thông công cộng trong các CBD được thiết kế hết sức thuận tiện cho việc đi lại, mua bán của dân cư.

Các nước Đông Nam Á hiện nay vẫn chủ yếu là các nước đang phát triển và đã trải qua giai đoạn tiền công nghiệp hoá. Tại các nước này tỷ lệ đô thị hoá vẫn khá thấp, thường chiếm khoảng 30 - 40% dân số (trừ Singapore và Bruney). Do đó, bên cạnh các loại hình thương nghiệp truyền thống như chợ, loại hình TTTM và siêu thị đã được hình thành và phát triển hết sức mạnh mẽ, đặc biệt là ở các nước Thái Lan, Singapore, Malaixia...

Nhìn chung, quá trình phát triển kinh tế nói chung và quá trình đô thị hoá nói riêng đã có tác động mạnh mẽ đến quá trình phát triển chợ, TTTM, siêu thị ở nhiều quốc gia trên thế giới. Xã hội càng phát triển thì mức độ thích dụng của loại hình TTTM, siêu thị càng cao và hiệu quả hoạt động của chúng ngày càng lớn. Tuy nhiên, mạng lưới chợ vẫn được tồn tại và phát triển theo hướng hiện đại hơn.

5. Một số bài học có thể áp dụng cho Việt Nam nói chung và tỉnh Khánh Hoà nói riêng

Qua kinh nghiệm của các nước về kinh doanh và quản lý nhà nước về siêu thị có thể rút ra một số bài học cho Việt Nam nói chung và tỉnh Khánh Hoà nói riêng như sau:

- *Sự phát triển của hệ thống siêu thị:*

+ Siêu thị chiếm vị trí quan trọng trong hệ thống bán lẻ hàng hoá của các quốc gia. Tại Trung Quốc, Thái Lan và Pháp, tuy số lượng các siêu thị ít nhưng đóng góp ngày càng quan trọng vào hệ thống bán lẻ của những nước này. Tuy nhiên, hệ thống siêu thị tại một số nước đã phát triển đến mức bão hoà, đặc biệt là tại một số thành phố lớn nên Chính phủ những nước này đã phải áp dụng một số biện pháp nhằm hạn chế sự phát triển quá mức, đồng thời để đảm bảo sự phát triển cân đối của các hình thức bán lẻ truyền thống và các hình thức bán lẻ khác.

+ Sự phát triển siêu thị là tất yếu, các siêu thị đã phát triển ở các nước phát triển như Pháp từ những năm 1930 và là hình thức bán lẻ được ưa chuộng và không thể thiếu ở những nước này. Tuy siêu thị mới chỉ phát triển ở các nước

Châu Á như Thái Lan, Trung Quốc trong vòng 20 năm trở lại đây nhưng siêu thị đã chiếm vị trí quan trọng trong hoạt động thương mại nói chung và hoạt động bán lẻ nói riêng của những nước này. Siêu thị cũng góp phần không nhỏ thúc đẩy sự phát triển sản xuất, phát triển thương mại phù hợp với yêu cầu của quá trình toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế. Siêu thị cũng thúc đẩy sự phát triển của hệ thống phân phối trong nước theo hướng văn minh hiện đại hơn. ở Trung Quốc, một số siêu thị của nước này đã mở rộng mạng lưới siêu thị của mình không chỉ trong nước mà còn phát triển ra nước ngoài.

+ Vai trò của các hãng nước ngoài rất lớn, đặc biệt là các nước đang phát triển. Tại Pháp, các siêu thị trong nước vẫn chiếm ưu thế so với các doanh nghiệp nước ngoài do Pháp được coi là cha đẻ của siêu thị trên thế giới. Các siêu thị tại Pháp là những tập đoàn lớn đã phát triển lâu đời và đã có uy tín rất lớn trên thị trường của Pháp. Tuy nhiên, cùng với quá trình nhất thể hoá EU các siêu thị nước ngoài cũng đầu tư rất lớn vào Pháp và đang cạnh tranh rất mạnh với các siêu thị của Pháp. Còn tại Trung Quốc và Thái Lan các siêu thị nước ngoài chiếm vị trí quan trọng trong hệ thống bán lẻ của các nước này. Chính phủ Trung Quốc và Thái Lan đã phải thực thi nhiều biện pháp để hạn chế sự phát triển của các siêu thị nước ngoài.

+ Quá trình quốc tế hoá và hội nhập quốc tế đòi hỏi phải phát triển hệ thống bán lẻ văn minh hiện đại. Kinh nghiệm của Trung Quốc cho thấy siêu thị ngoài vai trò làm tăng lợi ích cho người tiêu dùng còn giúp phát triển hoàn thiện hệ thống phân phối trong nước và kích thích sản xuất phát triển. Siêu thị cũng giúp các nhà sản xuất trong nước tiêu chuẩn hoá hàng hoá của mình (bao bì, tiêu chuẩn chất lượng, hệ thống bảo quản, vận tải...) nhằm đáp ứng các thị trường xuất khẩu để từ đó dễ dàng xuất khẩu hơn.

- *Đối với quản lý nhà nước:*

+ Cần phải có chính sách quản lý phù hợp để bảo đảm cạnh tranh công bằng cho thị trường dịch vụ phân phối. Hiện nay, đã có một số nhà phân phối lớn của nước ngoài như Metro Cash&Carry, BigC và đến năm 2009 thị trường phân phối của Việt Nam sẽ phải mở cửa, chắc chắn các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải chịu áp lực cạnh tranh từ các nhà bán lẻ của nước ngoài. Các hình thức bán lẻ truyền thống đang có nguy cơ mất thị trường do không thể cạnh tranh với các tập đoàn phân phối của nước ngoài. Vì vậy, nhà nước cần phải ban hành các chính sách nhằm giúp các nhà phân phối trong nước cạnh tranh được với các tập đoàn phân phối của nước ngoài. Các chính sách đó cần tập trung hỗ trợ cho các doanh nghiệp phân phối trong nước về đất đai, thuế, tín dụng, đào tạo nhân lực, áp dụng khoa học công nghệ hiện đại

+ Ban hành cơ chế quản lý các đại siêu thị: theo kinh nghiệm của Thái Lan, Trung Quốc sau khi mở cửa thị trường bán lẻ có quá nhiều đại siêu thị nước ngoài vào kinh doanh trên thị trường làm hạn chế sự phát triển và khả năng cạnh tranh của các siêu thị vừa và nhỏ trong nước nên Chính phủ đã có nhiều biện pháp phù hợp để điều chỉnh sự phát triển của các đại siêu thị.

+ Kết hợp quản lý các hệ thống phân phối thông qua quản lý đất đai, quy hoạch: kinh nghiệm của Trung Quốc và Thái Lan cho thấy có thể quản lý các siêu thị thông qua việc quản lý đất đai, mặt bằng xây dựng, quy định số lượng siêu thị tại các thành phố. Không chế diện tích tối đa hoặc tối thiểu khi mở các siêu thị nhằm đảm bảo sự phát triển cân đối và hợp lý của mạng lưới siêu thị.

+ Thực hiện các chính sách hỗ trợ hệ thống phân phối hiện đại trong nước: các biện pháp hạn chế sự phát triển của các nhà phân phối nước ngoài đến nay không còn phù hợp với các thông lệ quốc tế. Chính phủ có thể thực thi các biện pháp hỗ trợ các hệ thống phân phối hiện đại trong nước nhằm tăng khả năng cạnh tranh của chúng. Các biện pháp mà Chính phủ có thể thực hiện bao gồm hỗ trợ về thông tin, đào tạo kỹ năng quản lý, nghiên cứu thị trường, chuyên gia công nghệ. Tổ chức các cuộc hội thảo quốc tế trao đổi kiến thức kỹ năng về kinh doanh siêu thị. Do số lượng hệ thống phân phối hiện đại trong nước không nhiều nên có thể cử đoàn chuyên gia đến giúp trong một khoảng thời gian nhất định. Những biện pháp này có thể cải thiện năng lực cạnh tranh của các hệ thống phân phối trong nước.

+ Các chính sách liên quan đến hợp đồng tiêu thụ hàng hoá: để các hệ thống phân phối có thể hoạt động hiệu quả cần có các chế tài về hợp đồng tiêu thụ hàng hoá, đặc biệt là hàng nông sản, rau quả tươi... nhằm gắn sản xuất và tiêu thụ hàng nông sản qua các hệ thống phân phối hiện đại.

+ Xây dựng chuỗi cung cấp hàng hoá: tại một số nước châu Á như Trung Quốc và Thái Lan trước kia chưa xây dựng được chuỗi cung cấp hàng hoá hiệu quả. Sau khi các nhà phân phối nước ngoài tham gia vào thị trường họ thường tạo ra các chuỗi cung cấp hàng hoá hiệu quả hơn các chuỗi cung cấp hàng hoá truyền thống. Vì vậy, yêu cầu đặt ra là cần phải xây dựng chuỗi cung cấp hàng hoá cho các nhà phân phối trong nước sao cho có hiệu quả để cạnh tranh được với các doanh nghiệp nước ngoài.

+ Xây dựng khung pháp lý cho các hoạt động điều phối sản xuất khi các siêu thị lớn của nước ngoài tham gia vào thị trường họ không chỉ tham gia vào quá trình phân phối hàng hoá mà họ còn tham gia cả vào quá trình sản xuất hàng hoá mang thương hiệu của chính các siêu thị này. Do đó, họ sẽ thực hiện quá trình điều phối theo ngành dọc về phía sản xuất. Thực tế cho thấy một số siêu thị lớn ở Trung Quốc và Thái Lan đã đầu tư vào sản xuất hàng hoá để bán chính trong các siêu thị của mình. Trong quá trình đầu tư này họ có thể mua lại, đầu tư liên doanh liên kết với các nhà sản xuất nhằm tạo nguồn hàng cho chính các siêu thị của họ. Vì vậy cần phải có khuôn khổ pháp lý phù hợp nhằm quản lý và điều hành các hoạt động này của các tập đoàn bán lẻ nước ngoài.

+ Đảm bảo cơ sở hạ tầng cho hoạt động kinh doanh của các loại hình thương mại hiện đại. Bên cạnh việc kiểm tra sự phát triển quá mức của các nhà phân phối lớn, nhà nước cần phải đảm bảo cơ sở hạ tầng cho các hoạt động kinh doanh của các loại hình thương mại hiện đại. Thực tế cho thấy tại một số nước do chi phí về đất đai quá đắt nên các siêu thị thường được xây dựng với quy mô quá nhỏ hoặc nằm quá xa trung tâm thành phố nên hoạt động rất kém hiệu quả.

Để phát triển hệ thống siêu thị, nhà nước cần dành quỹ đất hợp lý trong quy hoạch thành phố để xây dựng các siêu thị tại những địa điểm thích hợp. Mặt khác nhà nước cũng cần đầu tư đường giao thông, điện nước, viễn thông... để nâng cao hiệu quả hoạt động của các siêu thị.

+ Thúc đẩy và khuyến khích hình thức liên doanh, liên kết phù hợp giữa các nhà phân phối trong và ngoài nước. Một trong những biện pháp quan trọng mà Thái Lan áp dụng tương đối hiệu quả là xây dựng quy chế liên doanh, liên kết bắt buộc nếu các doanh nghiệp bán lẻ muốn mở thêm siêu thị tại Thái Lan. Hình thức này đã giúp kiểm soát được tốc độ phát triển quá mức của các nhà phân phối nước ngoài, đồng thời tạo điều kiện và yếu tố thuận lợi để phát triển các nhà phân phối hiện đại trong nước.

+ Thực hiện chính sách ưu tiên phát triển thương mại hiện đại tại các khu vực. Kinh nghiệm của Trung Quốc cho thấy trong giai đoạn đầu phát triển hầu như tất cả các siêu thị đều phát triển ở các thành phố lớn đến mức bão hoà, trong khi tại các tỉnh và thành phố nhỏ chưa có một siêu thị nào. Thực tế này cho thấy nhà nước cần có chính sách ưu tiên phát triển siêu thị tại các thành phố nhỏ, nơi còn đang phát triển chậm nhằm xây dựng hệ thống bán lẻ hiện đại cân đối và hài hoà trên cả nước.

6. Xu hướng phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà

Dựa trên những phân tích về thực trạng phát triển chợ trong những năm qua đồng thời căn cứ vào triển vọng phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, vào những yếu tố tác động đến quá trình phát triển của hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại, xu hướng phát triển các loại hình thương mại này trên thế giới, có thể dự báo một số xu hướng phát triển chủ yếu của hệ thống chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà như sau:

6.1. Xu thế phát triển chợ

Trong thời kỳ từ nay đến năm 2010, chợ vẫn sẽ là loại hình thương nghiệp chủ yếu trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà, đóng vai trò quan trọng trong phát triển sản xuất và đẩy mạnh giao lưu hàng hoá, giao lưu văn hoá của dân cư. Từ sau 2010 đến 2020, chợ sẽ đóng vai trò hạt nhân để mở rộng, phát triển thành những loại hình thương mại văn minh, hiện đại khác như siêu thị, trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, ... Cụ thể, các xu hướng phát triển chủ yếu của chợ trên địa bàn tỉnh những năm tới là:

*** Về số lượng chợ:**

Tổng số chợ trên địa bàn tỉnh sẽ tăng lên và chủ yếu ở khu vực nông thôn. Nguyên nhân chủ yếu là do:

+ Hệ thống chợ cũ không đáp ứng được nhu cầu trao đổi hàng hoá trong dân cư. Việc bổ sung và phát triển chợ mới cần gắn liền với sự hình thành các trung tâm cụm xã, các cụm kinh tế thương mại- dịch vụ, đặc biệt là phải thuận tiện cho nhu cầu mua bán hiện tại và tương lai, nhất là ở các xã chưa có chợ.

+ Sự phát triển của hệ thống giao thông ngày càng thuận tiện cho việc đi lại, vận chuyển hàng hoá.

+ Thu nhập và sức mua của dân cư cũng ngày càng tăng lên cần phải mở thêm các chợ mới cũng như nhu cầu nâng cấp các chợ cũ.

+ Hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh ngày càng được phát triển mạnh.

** Về vị trí của các chợ:*

Trong hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh hiện nay có một số chợ sẽ phải di chuyển vị trí. Nguyên nhân là do:

+ Để phù hợp với sự thay đổi về vị trí quy hoạch của khu đô thị.

+ Chợ có diện tích quá nhỏ hẹp sẽ không đáp ứng được sự gia tăng về lưu lượng người và hàng hóa qua chợ.

+ Yêu cầu về đảm bảo an toàn giao thông và vệ sinh môi trường.

** Về quy mô chợ:*

Sự gia tăng số hộ kinh doanh trên chợ sẽ chủ yếu ở các chợ hạng II và hạng III, trong khi các chợ hạng I sẽ thấp hơn. Nguyên nhân là do:

+ Sự gia tăng của các loại hình thương nghiệp khác như trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng, cửa hiệu trên khu vực chợ sẽ làm giảm lượng người và hàng hóa vào chợ.

+ Sự phù hợp với qui mô và tính chất của nhu cầu dân cư.

+ Sự dư thừa và nhàn rỗi của lao động nông nghiệp, nông thôn sẽ làm tăng lực lượng buôn bán nhỏ trên địa bàn nông thôn.

** Về tính chất kinh doanh trên chợ.*

Bao gồm cả kinh doanh bán buôn và bán lẻ hàng hoá, tuy nhiên kinh doanh bán lẻ hàng hóa sẽ phát triển nhanh hơn, nguyên nhân là do:

+ Sự phát triển của lực lượng kinh doanh bên ngoài chợ, đặc biệt là các hộ kinh doanh, doanh nghiệp thương mại tư nhân.

+ Diện tích kinh doanh bình quân của một hộ trong chợ thấp, không phù hợp với quy mô bán buôn ngày càng tăng.

+ Sự phát triển của các phương tiện thông tin đáp ứng được nhu cầu thông tin của mọi đối tượng kinh doanh, nên các hộ kinh doanh trên chợ không còn chiếm giữ vị trí lợi thế hơn so với các hộ kinh doanh khác về thông tin trên thị trường để tiến hành hoạt động thu gom hay tích trữ nguồn hàng.

+ Các nhà sản xuất, kể cả sản xuất cá thể ngày càng quan tâm hơn đến thị trường tiêu thụ và tìm kiếm khách hàng tiêu thụ mà không cần thiết phải qua chợ.

+ Ngoài ra, sự thuận tiện về thông tin liên lạc, giao thông, năng lực vận tải hàng hóa... sẽ làm tăng khối lượng vận chuyển thẳng từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ khác mà không phải qua chợ.

** Về loại hình chợ:*

Trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà những năm tới vẫn tồn tại phổ biến các chợ kinh doanh tổng hợp, với nhiều ngành hàng kinh doanh. Tuy nhiên, xu hướng hình thành các chợ chuyên doanh sẽ phát triển khi sự gia tăng về quy mô nhu cầu (bao gồm cả sự gia tăng về khả năng thanh toán và mật độ dân số) kéo theo sự gia tăng số hộ kinh doanh về cùng một loại hàng hóa trong khi sức chứa của một chợ lại bị giới hạn. Đồng thời, các sản phẩm hàng hoá có xu hướng ngày càng phong phú, đa dạng với nhiều chủng loại, cấp hạng, nhất là nhãn hiệu của các hàng hóa có cùng giá trị sử dụng cho người tiêu dùng lựa chọn.

** Về cơ cấu ngành hàng kinh doanh trên chợ:*

Với tính chất là chợ bán lẻ tổng hợp, nên trong chợ sẽ tồn tại hầu hết các ngành hàng phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng thiết yếu hàng ngày của dân cư. Tuy nhiên, các ngành kinh doanh sẽ có khả năng phát triển hơn là: thực phẩm công nghệ, thực phẩm tươi sống, tạp hóa, may mặc và dịch vụ ăn uống. Nguyên nhân là do:

+ Tính chất bán lẻ và phục vụ nhu cầu tiêu dùng thường xuyên của chợ đối với người tiêu dùng.

+ Sự hạn chế về diện tích trung bày, giới thiệu hàng hóa, nhất là hàng hóa giá trị cao của các hộ kinh doanh trong chợ so với các cửa hàng, cửa hiệu lớn.

+ Sự hình thành và phát triển các trung tâm thương mại, siêu thị, các cửa hàng, cửa hiệu, dãy phố buôn bán với nhiều loại hàng hóa công nghiệp tiêu dùng.

** Về lịch họp chợ*

Có thể thấy rằng, lịch họp chợ phụ thuộc vào nhịp độ của sản xuất và tiêu dùng trong vùng, hay cường độ trao đổi giữa các đối tượng tham gia mua bán trên chợ đảm bảo cho lưu lượng người và hàng hoá tham gia vào một buổi họp của một chợ nào đó là cao nhất và hợp lý nhất.

Với triển vọng gia tăng dân số, sự phát triển của sản xuất, tiêu dùng và nhiều điều kiện kinh tế - xã hội khác của Khánh Hoà trong thời gian tới, có thể thấy ở các địa bàn kinh tế chậm phát triển, người dân chưa có nhu cầu mua bán, trao đổi thường xuyên trên chợ. Như vậy, hệ thống chợ họp theo buổi và chợ họp thường xuyên vẫn tiếp tục song song tồn tại trong thời gian tới.

** Về khả năng đầu tư xây dựng cơ sở vật chất chợ:*

Xu hướng chung là sẽ giảm tỷ lệ nguồn vốn đầu tư từ ngân sách. Nguyên nhân là do:

+ Chợ sẽ đóng vai trò quan trọng trong giải quyết việc làm cho người lao động trong quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế trên địa bàn tỉnh. Chính nhu cầu có việc làm của người lao động sẽ thúc đẩy họ tham gia đóng góp xây dựng chợ.

+ Chợ có thể được xem là cơ sở kinh doanh mang tính đại chúng, Nhà nước có thể đầu tư xây dựng chợ như một hạng mục công trình công cộng. Tuy nhiên, sự hạn hẹp của nguồn vốn ngân sách, cùng với yêu cầu được sở hữu lâu dài diện tích kinh doanh trong chợ của các hộ tư thương sẽ là những cơ sở quan

trọng để Nhà nước tăng cường huy động vốn từ các hộ kinh doanh cho việc xây dựng chợ.

+ Với thực trạng đầu tư xây dựng chợ như hiện nay, cùng với việc triển khai thực hiện Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 về phát triển và quản lý chợ thì xu hướng xã hội hoá trong đầu tư xây dựng cũng như công tác quản lý chợ trong những năm sắp đến là tất yếu. Trong đó, nguồn vốn đầu tư xây dựng chợ chủ yếu được huy động từ các doanh nghiệp kinh doanh chợ và các thương nhân kinh doanh tại chợ.

** Về quản lý chợ:*

Các hình thức công ty, doanh nghiệp, HTX kinh doanh chợ sẽ thay thế cho hình thức ban quản lý chợ như hiện nay. Cùng với xu thế đó thì trình độ quản lý chợ trên địa bàn tỉnh sẽ được nâng lên. Nguyên nhân là do:

+ Mặt bằng dân trí chung được nâng lên trên cơ sở thực hiện các mục tiêu phát triển văn hóa, giáo dục và đào tạo của tỉnh trong thời kỳ đến năm 2010 và năm 2020. Qua đó sẽ góp phần nâng cao hiểu biết của các đối tượng quản lý và bị quản lý nói chung và trong hoạt động chợ nói riêng.

+ Xu hướng cải cách hành chính và bộ máy quản lý Nhà nước trên phạm vi cả nước nói chung và trên địa bàn tỉnh nói riêng sẽ mạnh hơn trong những năm tới.

+ Các bài học và sự gia tăng sức ép về giữ gìn vệ sinh môi trường, đảm bảo an toàn giao thông sẽ tạo nên áp lực lớn đối với yêu cầu nâng cao chất lượng của công tác quản lý chợ trong thời gian tới.

6.2. Xu thế phát triển trung tâm thương mại và siêu thị

Những năm gần đây, hệ thống các trung tâm thương mại và siêu thị đang dần hình thành và trở nên phổ biến ở nước ta, nhất là ở các thành phố và khu đô thị lớn. Chúng không chỉ góp phần làm hoàn thiện hệ thống phân phối trong nước theo hướng văn minh, hiện đại mà còn thúc đẩy sản xuất và thương mại phát triển phù hợp với quá trình toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế, đáp ứng được trình độ tiêu dùng ngày càng nâng cao của người dân.

Trong những năm tới, cùng với triển vọng phát triển kinh tế - xã hội và khả năng tăng cường giao lưu kinh tế trên địa bàn tỉnh và với các tỉnh khác, với yêu cầu ngày càng cao của sản xuất và tiêu dùng đòi hỏi các hoạt động thương mại của Khánh Hoà ngày càng phải mở rộng cả về qui mô, phạm vi không gian cũng như sự đa dạng hoá các hình thức kinh doanh. Vì vậy, các loại hình kinh doanh hiện đại như trung tâm thương mại, siêu thị sẽ được hình thành và phát triển để đáp ứng các yêu cầu đó và phù hợp với xu hướng chung của cả nước. Có thể nêu lên một số xu thế phát triển chủ yếu của các trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà là:

- Về vị trí: sẽ hình thành các trung tâm thương mại, siêu thị ở các khu vực đô thị như thành phố Nha Trang, trung tâm thị xã Cam Ranh, trung tâm huyện lỵ và các khu dân cư tập trung. Một mặt, do quy mô nhu cầu tăng lên vì lượng dân cư thành thị tăng đồng thời với quá trình đô thị hóa. Thu nhập bình quân đầu người của dân cư thành thị tăng lên sẽ làm tăng khả năng thanh toán và

làm tăng yêu cầu được lựa chọn mua sắm hàng hóa, tiêu dùng sản phẩm mới, cao cấp... với các hình thức phục vụ văn minh. Mặt khác, cùng với quá trình phát triển kinh tế - thương mại, các giao dịch kinh tế ngày càng tăng và có tính tập trung cao yêu cầu phải có các cơ sở hội đủ các điều kiện kỹ thuật và điều kiện thông tin cần thiết đáp ứng nhu cầu phát triển hoạt động kinh doanh của thương nhân một cách nhanh chóng và thuận tiện.

- Về qui mô: sẽ phát triển các loại hình trung tâm thương mại, siêu thị hạng I, II, III, phù hợp với các tiêu chuẩn về dân số và mức sống của dân cư. Có thể thấy rằng, qui mô dân số và mật độ dân số trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trong thời kỳ dự báo sẽ tăng nhanh, nhất là ở các đô thị. Hơn nữa, mức thu nhập bình quân đầu người hàng năm của dân cư ở các đô thị tỉnh Khánh Hoà sẽ tăng cao hơn so với các đô thị khác trong cả nước.

- Về tính chất kinh doanh: Đối với các siêu thị, phát triển các loại hình kinh doanh tổng hợp sẽ phổ biến hơn so với các siêu thị chuyên doanh do sự phân hoá về nhu cầu sử dụng đối với các loại hàng hoá cao cấp còn chưa nhiều.

- Về phương thức kinh doanh: phương thức kinh doanh hiện đại sẽ ngày càng phát triển so với phương thức kinh doanh truyền thống như: hàng hoá được bao gói văn minh, đúng qui cách, có bảo hành; nghệ thuật trưng bày hàng hoá thuận tiện, kích thích tiêu dùng cao nhất và tối đa hoá không gian bán hàng; phương thức bán lẻ tự phục vụ với sự tham gia chủ động, trực tiếp của khách hàng vào quá trình mua bán; đảm bảo tính đồng bộ của tổ chức dịch vụ ngày càng cao. Đồng thời các phương thức kinh doanh chuỗi, kinh doanh theo mạng, phương thức giao dịch hợp đồng, phương thức đấu giá và giao dịch kỳ hạn cũng từng bước được hình thành và phát triển.

Phần thứ tư

QUI HOẠCH PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KHÁNH HOÀ ĐẾN NĂM 2010, ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2020

I. QUAN ĐIỂM VÀ ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ĐẾN NĂM 2010 VÀ 2020

Xuất phát từ triển vọng phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Khánh Hoà thời kỳ 2006-2020, cũng như tính qui định, ràng buộc của triển vọng phát triển đó đối với khả năng, xu hướng phát triển của hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại, các quan điểm và định hướng qui hoạch phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020 được xác định như sau:

1. Quan điểm và định hướng phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh

Quan điểm:

Trong thời kỳ từ nay đến năm 2010 và những năm tiếp theo, cần phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà thành các loại hình thương nghiệp chiếm vị trí quan trọng trong hệ thống thương nghiệp, phát triển đan xen với nhau, hỗ trợ, bổ sung cho nhau, phù hợp với trình độ phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Khánh Hoà trong tương lai. Trong đó, chợ sẽ là loại hình thương mại phổ biến, nhất là ở khu vực nông thôn, đồng thời sẽ quan tâm phát triển các trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn các khu đô thị, các khu công nghiệp tập trung.

Theo quan điểm này, những vấn đề đặt ra cần giải quyết là:

+ Các cấp, các ngành mà trước hết là ngành thương mại tỉnh cần phải quan tâm đúng mức hơn đến sự tồn tại, hình thành và phát triển của mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn toàn tỉnh.

+ Trong quá trình phát triển mạng lưới cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh cần có sự ưu tiên hơn đối với phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị.

Định hướng:

+ Đối với phát triển mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh: trong giai đoạn 2006-2010, tập trung sắp xếp vị trí hợp lý những chợ chưa có địa điểm phù hợp theo qui hoạch và chợ cần phải di dời, nâng cấp cơ sở hạ tầng cho hệ thống chợ hiện có, mở thêm chợ mới ở những địa bàn mà mật độ chợ còn thấp, các khu dân cư mới hình thành. Tuy nhiên, số lượng chợ mới sẽ được xây dựng nhiều hơn trong giai đoạn 2011 – 2020.

+ Đối với việc hình thành và phát triển mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị: xây dựng trung tâm thương mại, siêu thị tại các khu đô thị, khu du lịch, các khu dân cư tập trung, có qui mô nhu cầu và sức mua lớn và ở nơi có khả

năng mở rộng giao lưu hàng hoá với các vùng trong tỉnh, với các tỉnh. Đối tượng khách hàng của các trung tâm thương mại, siêu thị không chỉ là dân cư ở các khu đô thị, mà còn hướng vào phục vụ lượng khách du lịch trong và ngoài nước. Trong giai đoạn 2006 – 2010, xây dựng thêm một số siêu thị để bước đầu định hình mạng lưới siêu thị trên địa bàn tỉnh và thêm 01 trung tâm thương mại tại thành phố Nha Trang. Giai đoạn 2011 – 2020, tiếp tục xây dựng mới các siêu thị và một số trung tâm thương mại trên địa bàn tỉnh (tập trung phát triển mạnh hệ thống trung tâm thương mại, siêu thị vừa và lớn trong giai đoạn này).

+ Các trung tâm thương mại, siêu thị, chợ cần được xem như hạt nhân cơ bản để quy tụ, tập trung các hoạt động trao đổi, mua bán trong vùng, khu vực và từ đó tạo cơ sở để phát triển các loại hình thương nghiệp khác. Đối với khu vực đô thị của tỉnh, các trung tâm thương mại, siêu thị và chợ sẽ là hạt nhân để phát triển thành khu thương mại trung tâm cùng với phát triển các dãy cửa hàng, cửa hiệu và các dịch vụ tổng hợp. Đối với khu vực thị trấn, thị tứ, các chợ, siêu thị cũng là hạt nhân để phát triển các khu thương mại dịch vụ tổng hợp trên cơ sở phát triển các cửa hàng, cửa hiệu và dịch vụ ở xung quanh. Đối với các xã khu vực nông thôn, chợ sẽ được phát triển trên cơ sở khuyến khích tăng số hộ kinh doanh trên chợ và tăng thời gian bán hàng của các hộ.

2. Quan điểm và định hướng đầu tư xây dựng cơ sở vật chất chợ, trung tâm thương mại, siêu thị

Quan điểm:

- Chợ vừa được xem như là một công trình phục vụ lợi ích công cộng, vừa là công trình mang lại lợi ích trực tiếp cho một bộ phận dân cư tham gia kinh doanh. Vì vậy, việc đầu tư xây dựng cơ sở vật chất chợ là trách nhiệm của Nhà nước và của các thành phần kinh tế tham gia kinh doanh trên chợ, kể cả các hộ kinh doanh nhờ ảnh hưởng của các loại hình thương nghiệp này. Trong đó, tỷ lệ đầu tư của Nhà nước không phải là cố định, mà sẽ thay đổi tùy theo điều kiện cụ thể.

- Trung tâm thương mại, siêu thị là những loại hình thương mại cần được đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, nguồn vốn đầu tư của các doanh nghiệp, cá nhân kinh doanh. Nhà nước có chính sách hỗ trợ phát triển loại hình này thông qua chính sách ưu đãi về đất đai và tạo điều kiện cơ sở hạ tầng thuận lợi.

Đây là quan điểm có ảnh hưởng chi phối không chỉ đối với trách nhiệm đầu tư của Nhà nước, mà còn chi phối đối với các vấn đề liên quan đến quản lý, khai thác và tái tạo cơ sở vật chất hạ tầng thương mại.

Theo quan điểm này, những vấn đề đặt ra cần giải quyết là:

+ Cần phải xác định phạm vi hoạt động của chợ, trung tâm thương mại, siêu thị và sức lan toả của nó đối với khả năng tạo việc làm và thu nhập cho dân cư ở trong khu vực nhất là các ở địa bàn liền kề, cũng như khả năng mở rộng các giao dịch và thương mại, đầu tư cho các ngành kinh tế của tỉnh.

+ Cần phải xác định tỷ lệ đầu tư hợp lý của Nhà nước trên cơ sở đánh giá qui mô đầu tư, khả năng đầu tư của các đơn vị, các hộ kinh doanh và tầm quan trọng của chợ đối với sản xuất, tiêu dùng trong khu vực...

+ Cần phải xác định phương thức đầu tư hợp lý (hỗ trợ ban đầu, góp vốn cổ phần, đầu tư riêng rẽ những hạng mục quan trọng,...) trên cơ sở xây dựng phương án về tổ chức, quản lý và khai thác cơ sở vật chất chợ, trung tâm thương mại, siêu thị.

Các định hướng chủ yếu về đầu tư xây dựng cơ sở vật chất:

+ Với đặc điểm về điều kiện tự nhiên, thực trạng và triển vọng phát triển hệ thống giao thông đường bộ, đặc điểm phân bố dân số, khả năng ngân sách... tỉnh Khánh Hoà cần chú trọng đến việc đầu tư cơ bản cho khu vực chợ trung tâm thương mại, siêu thị như: tạo mặt bằng, xây dựng các tuyến giao thông hỗ trợ cho hoạt động của các loại hình này, xây dựng nền chợ phục vụ cho nhu cầu mua bán của người sản xuất nhỏ, cá thể.

+ Gắn đầu tư xây dựng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị với việc thực hiện qui hoạch khu vực đô thị, qui hoạch dân cư và qui hoạch phát triển thương mại trên từng địa bàn cụ thể.

+ Gắn qui mô cần đầu tư với khả năng khai thác các nguồn thu trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị và liên quan đến các loại hình này ở tầm trung và dài hạn.

+ Đảm bảo mức thu phí, mức thuê diện tích kinh doanh trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị phù hợp với khả năng sinh lợi của các đơn vị, các hộ kinh doanh.

3. Quan điểm và định hướng bố trí không gian kiến trúc của chợ, trung tâm thương mại, siêu thị

Quan điểm:

Không gian kiến trúc của chợ (đối với các chợ được xây dựng hay cải tạo, nâng cấp trong thời kỳ từ nay đến 2010 và năm 2020), trung tâm thương mại, siêu thị vừa phải đảm bảo sự thuận tiện cho hoạt động mua bán, trao đổi hàng hoá, đảm bảo yêu cầu về vệ sinh môi trường và an toàn giao thông, vừa phải đảm bảo khả năng phát triển mở rộng của các loại hình thương nghiệp có liên quan khác. Đặc biệt, không gian kiến trúc của các chợ nông thôn phải thuận tiện, phù hợp với đặc điểm sinh hoạt của người dân tộc khi đến chợ, đảm bảo các yêu cầu cho hoạt động giao lưu văn hoá tinh thần của đồng bào các dân tộc miền núi.

Đây là quan điểm cần được quán triệt trong quá trình chỉ đạo lập qui hoạch tổng thể các công trình kiến trúc của một khu vực đô thị hay cụm dân cư, cũng như trong việc phê duyệt các thiết kế xây dựng từng công trình cụ thể. Điều này có ý nghĩa không nhỏ đối với sự ổn định về không gian kiến trúc của một khu vực trong quá trình phát triển dài hạn và nâng cao hệ số sử dụng của các công trình chợ, trung tâm thương mại, siêu thị.

Theo quan điểm này, những vấn đề đặt ra cần giải quyết là:

+ Đặt chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trong quá trình phát triển của không gian kiến trúc tổng thể tại mỗi khu vực, đảm bảo sự hài hoà giữa sự phát triển của từng loại hình đối với các loại hình thương mại khác trong khu vực, giữa chợ, trung tâm thương mại, siêu thị với các khu vực dân cư.

+ Việc thiết kế không gian kiến trúc cụ thể của từng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị phải hết sức chi tiết và bao hàm được mọi yêu cầu về đi lại, điều kiện sinh hoạt của dân cư, yêu cầu tổ chức kinh doanh của từng ngành hàng, mặt hàng, qui mô phát triển kinh doanh,...

Các định hướng chủ yếu về qui hoạch không gian kiến trúc:

+ Không gian kiến trúc của chợ, trung tâm thương mại, siêu thị cần có "giao diện" rộng nhằm đảm bảo sự giao lưu giữa mỗi loại hình với các loại hình thương nghiệp khác, đảm bảo sự thuận tiện cho các hoạt động sản xuất và tiêu dùng, sinh hoạt văn hoá tinh thần trong khu vực chợ, trung tâm thương mại, siêu thị. Định hướng này được xây dựng trên các cơ sở:

Thứ nhất, theo quan điểm phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị là hạt nhân để phát triển các hoạt động thương mại tại mỗi vùng, mỗi khu vực.

Thứ hai, đối với đồng bào ở miền núi của Khánh Hoà, chợ không chỉ là nơi trao đổi mua bán hàng hoá mà còn là nơi trao đổi, sinh hoạt văn hoá và đóng vai trò quan trọng trong đời sống tinh thần của người dân.

Thứ ba, trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trong giai đoạn từ nay đến năm 2010 và năm 2020, chợ, trung tâm thương mại, siêu thị vẫn cần được ưu tiên phát triển trước so với các loại hình thương nghiệp khác. Do đó, để hình thành được các khu thương mại tập trung cần phải có dự kiến phát triển các "hành lang" giữa từng loại hình thương nghiệp này.

+ Định hướng phát triển không gian kiến trúc theo cấu trúc hợp lý và thích hợp với đặc điểm hoạt động của từng loại chợ, trung tâm thương mại, siêu thị khác nhau. Đây là định hướng cần được đề cao trong việc thiết kế xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trong thời kỳ từ nay đến 2010 và năm 2020. Bởi lẽ thực tế hiện nay hầu hết các chợ đều có cấu trúc chủ yếu bao gồm nhà lồng chợ và sân chợ. Trong nhà lồng chợ quy tụ mọi ngành hàng kinh doanh với cách thức phân lô, sạp tương tự nhau. Tuy nhiên, một số xu hướng phát triển hoạt động chợ đang có ảnh hưởng trực tiếp đến cấu trúc chợ và đòi hỏi phải thay đổi cấu trúc chợ cho phù hợp là:

- Xu hướng hình thành các chợ chuyên doanh về một số ngành hàng có khả năng cung ứng lớn hay có quy mô nhu cầu tiêu dùng lớn và đáp ứng được các phương thức buôn bán tiến bộ hơn.

- Xu hướng gia tăng các hộ kinh doanh chuyên nghiệp trên chợ, trong khi các hộ sản xuất cá thể trực tiếp bán lẻ trên chợ có xu hướng giảm đi.

- Xu hướng giảm về phạm vi ngành hàng kinh doanh trên chợ kinh doanh tổng hợp do sự phát triển của các loại hình thương nghiệp khác và sự gia tăng

nhu cầu về các mặt hàng chất lượng cao, không phù hợp với điều kiện mua bán qua chợ.

4. Quan điểm và định hướng phát triển ngành hàng và lực lượng kinh doanh trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị

Quan điểm:

Thu hút mọi ngành hàng và mọi đối tượng tham gia kinh doanh trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị, qua đó vừa mở rộng các lĩnh vực kinh doanh, ngành hàng kinh doanh và tăng số đơn vị, số hộ kinh doanh trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị. Đặc biệt, cần thu hút các chuỗi siêu thị, cửa hàng chuyên doanh và tổng hợp từ các đô thị lớn trong cả nước đến hoạt động ở mạng lưới chợ, trung tâm thương mại và siêu thị của tỉnh Khánh Hoà.

Đây là quan điểm nhằm xây dựng lực lượng kinh doanh ngày càng có tính chuyên nghiệp cao hơn và nâng cao khả năng hướng dẫn đối với sản xuất, tiêu dùng của hoạt động thương mại. Đồng thời, quan điểm này cũng sẽ có ảnh hưởng nhất định đến các nguồn thu và mức thu trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị.

Theo quan điểm này, những yêu cầu đặt ra là:

+ Cần phải có chính sách hỗ trợ đối với hoạt động kinh doanh trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị như hỗ trợ về giá thuê diện tích kinh doanh, hỗ trợ về thông tin thị trường, đảm bảo cung cấp các dịch vụ tiện ích cho các đối tượng kinh doanh.

+ Cần phải tăng cường quá trình chuyển dịch cơ cấu sản xuất, tạo việc làm, tăng thu nhập cho người lao động trên địa bàn, qua đó làm tăng qui mô và cơ cấu nhu cầu tiêu dùng của dân cư, thúc đẩy hoạt động mua bán hàng hoá qua chợ, trung tâm thương mại, siêu thị.

Các định hướng chủ yếu về phát triển ngành hàng và lực lượng kinh doanh:

+ Đa dạng hoá lĩnh vực kinh doanh, ngành hàng kinh doanh trong các trung tâm thương mại, siêu thị. Đảm bảo sự gia tăng số hộ kinh doanh cố định trên tất cả các chợ trong tỉnh. Trong đó, các chợ xã phải đạt được qui mô tối thiểu khoảng 30 đến 50 hộ kinh doanh cố định.

+ Đảm bảo thu hút được các doanh nghiệp, các hộ kinh doanh thuộc mọi thành phần kinh tế vào kinh doanh trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị.

5. Quan điểm và định hướng tổ chức quản lý chợ, trung tâm thương mại, siêu thị

Quan điểm:

Chú trọng đến công tác tổ chức và quản lý không chỉ trên giác độ hiệu quả kinh tế từ các nguồn thu trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị mà quan trọng hơn là phải chú trọng đến những ảnh hưởng của các loại hình thương mại

này đối với mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội ở mỗi khu vực, mỗi vùng cụ thể.

Đây là quan điểm nhằm khẳng định và đề cao vị trí, vai trò của chợ, trung tâm thương mại, siêu thị đối với quá trình phát triển kinh tế - xã hội của mỗi địa phương, qua đó nhằm hoàn thiện và hướng các hoạt động quản lý về chợ, trung tâm thương mại, siêu thị phù hợp với xu thế đổi mới cơ chế quản lý ở nước ta hiện nay. Quan điểm này có ý nghĩa hết sức quan trọng trong quá trình thiết kế và triển khai thực hiện qui hoạch phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trong thời kỳ đến năm 2010 và 2020.

Theo quan điểm này, những yêu cầu đặt ra là:

+ Cần phải có sự tách bạch giữa chức năng quản lý Nhà nước đối với hoạt động thương mại và các loại hình tổ chức kinh doanh thương mại nói chung với chức năng quản lý hoạt động kinh doanh trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị nhằm đảm bảo cân đối thu - chi và tái đầu tư phát triển, đảm bảo trật tự công cộng và vệ sinh môi trường.

+ Cần phải làm rõ quan hệ quản lý giữa các cơ quan quản lý Nhà nước có liên quan với tổ chức hay cá nhân đang trực tiếp quản lý chợ, trung tâm thương mại, siêu thị. Đồng thời, cũng cần làm rõ quan hệ quản lý giữa tổ chức hay cá nhân quản lý chợ, trung tâm thương mại, siêu thị với các đối tượng tham gia kinh doanh.

+ Cần phải xây dựng một cách đầy đủ và chi tiết về chức năng và nhiệm vụ quản lý, cũng như quyền hạn và nghĩa vụ của tổ chức quản lý chợ, trung tâm thương mại, siêu thị. Từ đó, xây dựng mô hình tổ chức quản lý một cách hợp lý.

Các định hướng chủ yếu về tổ chức quản lý:

+ Đưa ra mục tiêu quản lý cần đạt được ở từng giai đoạn cụ thể trong quá trình phát triển của chợ, trung tâm thương mại, siêu thị. Chẳng hạn, đối với khu vực nông thôn, mục tiêu quản lý là nhằm thúc đẩy hoạt động thương mại trong vùng quan trọng hơn mục tiêu đảm bảo cân đối thu - chi, nhưng đối với các khu vực đô thị, mục tiêu quản lý cần đạt được sẽ toàn diện hơn, như đảm bảo tăng thêm nguồn thu cho ngân sách, đảm bảo văn minh đô thị, tạo việc làm cho dân cư đô thị,...

+ Từng bước tiến hành xây dựng mô hình tổ chức và áp dụng thí điểm vào thực tế quản lý, tổng kết và rút kinh nghiệm. Sau đó, sẽ triển khai áp dụng thống nhất trên toàn tỉnh những mô hình tổ chức quản lý phù hợp với từng loại hình cụ thể.

+ Xây dựng kế hoạch đào tạo và tuyển dụng những người trực tiếp tham gia quản lý, điều hành hoạt động chợ, trung tâm thương mại, siêu thị như là một nghề nghiệp có tính chuyên môn.

II. THIẾT KẾ LOẠI HÌNH VÀ SƠ ĐỒ CẤU TRÚC CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH GIAI ĐOẠN 2006-2020

1. Nguyên tắc quy hoạch chợ, trung tâm thương mại, siêu thị

Trong giai đoạn từ nay đến năm 2010 và năm 2020, mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà sẽ được phát triển một cách tương ứng với sự phát triển của các ngành kinh tế, của tiến độ đô thị hoá và phân bố dân cư cũng như qui hoạch phát triển hệ thống giao thông và các qui hoạch liên quan khác. Triển vọng phát triển của mỗi khu vực trên địa bàn tỉnh sẽ qui định sự phát triển của chợ, trung tâm thương mại, siêu thị về mật độ, qui mô và loại hình kinh doanh. Ngoài ra còn phải tuân thủ các qui định khác liên quan đến công tác qui hoạch chợ, trung tâm thương mại, siêu thị như Nghị định 02/2003/NĐ-CP hay Quyết định 1371/2004/QĐ-BTM, Tiêu chuẩn chợ TCVN 361:2006 của Bộ Xây dựng và Nghị định 186/2004/NĐ-CP quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ....

1.1. Thiết kế quy hoạch mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị theo không gian kinh tế

- Tại khu vực đô thị trung tâm cấp tỉnh (thành phố Nha Trang) sẽ phát triển các loại hình chợ, trung tâm thương mại, siêu thị một cách đồng bộ, tạo ra sự phát triển gắn bó giữa các loại hình thương nghiệp này. Đồng thời, chú trọng phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị có qui mô lớn (hạng I), có phạm vi ảnh hưởng rộng, không chỉ phục vụ sản xuất và tiêu dùng của tỉnh mà còn phục vụ tiêu dùng của lưu lượng khách du lịch trong và ngoài nước được dự báo tăng nhanh trong thời gian tới đây cũng như phục vụ giao dịch thương mại của các nhà đầu tư và kinh doanh trong và ngoài tỉnh.

- Tại các khu vực đô thị trung tâm cấp huyện, thị sẽ phát triển mạng lưới chợ hạng II và các siêu thị hạng II, III phù hợp với qui mô dân cư và lưu lượng khách vắng lai.

- Tại các xã, trung tâm cụm xã sẽ tập trung phát triển loại hình chợ có qui mô hạng III theo tiêu chuẩn, phục vụ nhu cầu tiêu dùng dân cư tại địa bàn và nhu cầu trao đổi, mua bán nông sản của nông dân. Đối với các chợ có phạm vi ảnh hưởng trong phạm vi các thôn, chợ chỉ cần có nhà lòng đơn giản, gọn nhẹ, nhà chợ có nền bê tông. Tại các khu dân cư tập trung, sẽ phát triển các siêu thị hạng III.

1.2. Thiết kế quy hoạch mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị theo loại hình

Với đặc trưng về điều kiện tự nhiên và triển vọng phát triển kinh tế - xã hội trong thời gian tới, hệ thống chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà chủ yếu sẽ là loại hình kinh doanh tổng hợp như chợ dân sinh bán lẻ tổng hợp, siêu thị kinh doanh tổng hợp. Tuy nhiên có sự phân biệt về qui mô và phạm vi ảnh hưởng của từng loại hình trên từng địa bàn cụ thể (đô thị, nông thôn).

Riêng đối với loại hình chợ, từ nay đến năm 2020 có thể phát triển thêm chợ đầu mối nông sản: Căn cứ vào triển vọng phát triển sản xuất và phạm vi

cung ứng một số sản phẩm chủ yếu của tỉnh, đặc biệt là đối với các sản phẩm có vùng sản xuất tập trung, có sản lượng hàng hoá lớn để hình thành các chợ đầu mối bán buôn chuyên doanh và tổng hợp nông sản, thuỷ sản.

Ngoài ra, căn cứ vào khả năng phát triển kinh tế và cải thiện thu nhập, phát triển nhu cầu tiêu dùng của dân cư trong tỉnh, cũng như tình hình phát triển của một số chợ ở khu vực đô thị có qui mô lớn mà tại đó, một số ngành hàng có lưu lượng người và hàng hoá lớn để tách thành các chợ hoặc siêu thị chuyên doanh, trước hết có thể là các ngành hàng vải sợi, may mặc, ngành hàng thực phẩm tươi sống. Có thể nghiên cứu để hình thành các chợ chuyên doanh tại các vùng kinh tế trọng điểm.

2. Xây dựng mô hình cấu trúc một số loại hình chợ chủ yếu

2.1. Loại hình chợ kinh doanh tổng hợp

+ *Đặc điểm chung của chợ kinh doanh tổng hợp:*

- Bao gồm nhiều ngành hàng và dịch vụ khác nhau được tổ chức kinh doanh trên chợ nhằm phục vụ cho nhu cầu phong phú và đa dạng của con người.

- Quy mô của chợ phụ thuộc vào nhiều yếu tố kinh tế - xã hội khác nhau, như: mức độ tập trung dân cư; tính chất và cơ cấu sản xuất, cơ cấu tiêu dùng,... trong khu vực.

- Lưu lượng người và hàng hóa đến chợ và thời gian họp phụ thuộc vào quy mô chợ. Đối với các chợ lớn, thời gian họp chợ thường kéo dài trong ngày. Đối với các chợ nhỏ, thời gian họp chợ thường mang tính thời điểm trong ngày.

- Người bán hàng trên chợ bao gồm: người kinh doanh chuyên nghiệp, người kinh doanh theo thời vụ, các hộ sản xuất tự tiêu thụ sản phẩm sản xuất ra,...

- Người mua hàng chủ yếu là người tiêu dùng trong khu vực, ngoài ra còn có các hộ buôn chuyên mang hàng hóa đến hoặc đi khu vực khác, khách vắng lai,...

- Nguồn hàng được cung ứng trên chợ rất phong phú, đa dạng, nhưng chủ yếu là những hàng hóa có phẩm cấp chất lượng trung bình, hoặc được sản xuất trong vùng, trong nước. Các nguồn cung ứng hàng hoá đến chợ, ngoài những người sản xuất địa phương và trong vùng chủ yếu là các hệ thống đại lý, các doanh nghiệp thương mại kinh doanh chuỗi cửa hàng, doanh nghiệp thương mại bán buôn, các nhà cung ứng tư nhân.

- Giá cả hàng hóa trên chợ thường không có sự thống nhất giữa những người bán hàng về một loại sản phẩm và ngay trong một buổi chợ, nhất là đối với những hàng hóa do hộ sản xuất tự tiêu thụ sản phẩm của mình. Tình trạng ế ẩm hay đắt đỏ của hàng hóa trên chợ có thể xảy ra đồng thời trong số các hộ kinh doanh cùng một ngành hàng và trong số các sản phẩm khác nhau của một hộ kinh doanh.

- Vị trí chỗ bán hàng trên chợ có ý nghĩa quan trọng đối với khả năng tổ chức kinh doanh của các hộ kinh doanh cố định. Các hộ kinh doanh cố định trên

chợ không có sự đồng đều về quy mô vốn, kiến thức kinh doanh, khả năng tổ chức kinh doanh,...

+ *Các yêu cầu chính đối với chợ kinh doanh tổng hợp:*

- Cần có phương án bố trí các khu vực kinh doanh theo ngành hàng trên chợ một cách hợp lý theo quy mô số hộ kinh doanh, theo ngành hàng, theo tính chất của hàng hóa.

- Chợ kinh doanh tổng hợp xây dựng hai tầng là phù hợp, trong đó tầng 1 sẽ bố trí các ngành hàng thực phẩm công nghệ, tạp hóa, kim khí điện may, nông cụ, vật tư nông nghiệp; tầng 2 sẽ bố trí các ngành hàng may mặc, vải lụa, giày dép, hàng điện tử, điện lạnh, hàng trang sức và các dịch vụ phục vụ cá nhân.

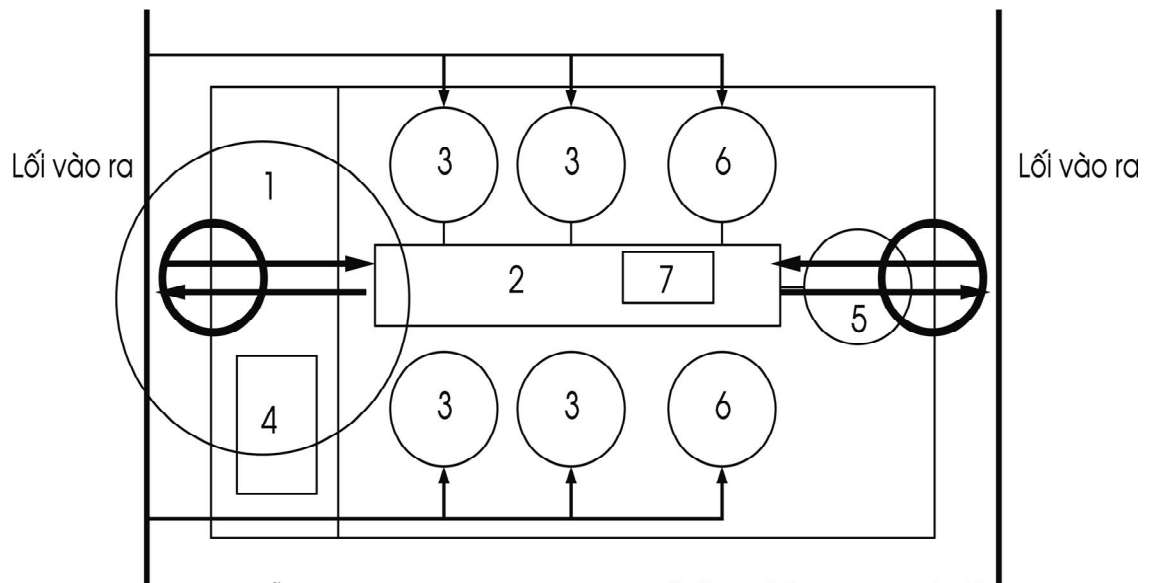
* *Riêng đối với hệ thống chợ ở các xã, việc đầu tư xây dựng các công trình theo mô hình cấu trúc của chợ sẽ phụ thuộc vào một số yếu tố chủ yếu sau:*

- Thời gian họp chợ của các chợ xã có tính thời điểm cao, thường không kéo dài cả ngày hay cả tuần, ngay cả với các hộ kinh doanh cố định trên chợ.

- Khả năng huy động vốn của các hộ hoạt động cố định vào đầu tư xây dựng chợ thấp do khả năng sinh lời từ các hoạt động kinh doanh trên các chợ xã không cao.

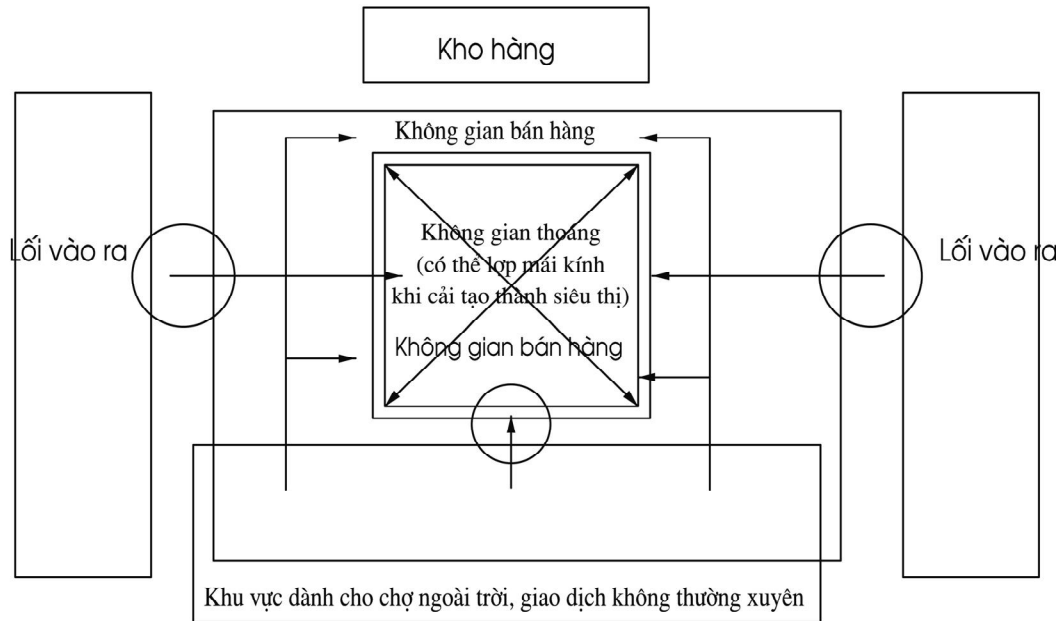
Ngoài mô hình cấu trúc chính của chợ có thể để các khu bảo trống để bán một số mặt hàng tổng hợp ngoài trời và các dịch vụ ăn uống. Đối với các nhà chợ có thể xây dựng bán kiên cố với quy mô nhỏ, hoặc tạo ra các điểm định vị để dựng các khung nhà chợ (với quy mô khoảng 2 sạp hàng) có thể tháo lắp đơn giản, gọn nhẹ.

Mô hình cấu trúc chính của chợ tổng hợp hạng I

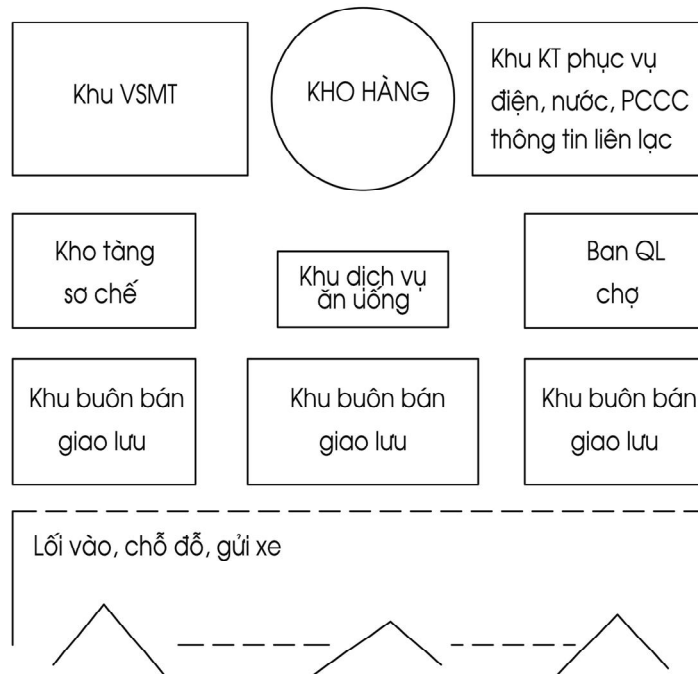


- | | |
|--|---|
| 1. Bãi đỗ xe | 5. Công trình trung tâm toàn khu |
| 2. Không gian cây xanh và quảng trường | 6. Kho hàng tập trung |
| 3. Khối trung bày và bán hàng | 7. Công trình phục vụ giải trí- ăn uống |
| 4. Trung tâm quản lý điều hành | |

Mô hình cấu trúc chính của chợ tổng hợp hạng II



Mô hình cấu trúc chính của chợ tổng hợp hạng III



- Đối với chợ kinh doanh tổng hợp hạng I, loại chợ này thường được bố trí tại các khu đô thị, thuộc tỉnh hoặc thành phố quản lý, loại chợ này thường có cấp công trình là cấp 2 hoặc cấp 1, có số tầng nhà từ 1- 4 tầng.

- Đối với chợ kinh doanh tổng hợp hạng II, loại chợ này thường ở các khu đô thị hoặc khu dân cư tập trung, thuộc các quận, huyện, hoặc thị trấn quản lý, loại chợ này có cấp công trình là cấp 3 hoặc cấp 2, có số tầng nhà từ 1- 3 tầng.

- Đối với chợ kinh doanh tổng hợp hạng III, loại chợ này thường được bố trí ở nông thôn, tại các thôn, xã, hoặc trung tâm cụm xã, thuộc quản lý của các xã, phường, có cấp công trình là cấp 4 hoặc cấp 3 và có số tầng nhà từ 1- 2 tầng.

Tuy nhiên, chợ kinh doanh tổng hợp chỉ nên thiết kế từ 1 đến 2 tầng. Trường hợp quỹ đất hạn hẹp, với chợ hạng I và hạng II các tầng trên khi thiết kế nên kết hợp với các mục đích kinh doanh khác.

+ *Diện tích đất xây dựng chợ*: là diện tích phạm vi chợ, được tính theo quy mô số điểm kinh doanh. Chỉ tiêu sử dụng đất tối thiểu xây dựng chợ được tính như sau:

Chỉ tiêu sử dụng đất

TT	Quy mô số điểm kinh doanh (ĐKD)	m ² đất/ ĐKD
1	100	16,0
2	300	15,5
3	500	15,0
4	700	14,5
5	1000	14,0
6	1500	13,0
7	2000	12,0
8	> 2000	12,0

(Chỉ tiêu m² đất/ĐKD trên đây là quy định tối thiểu. Nếu quy mô số điểm kinh doanh và chỉ tiêu sử dụng đất không có trong bảng trên thì dùng phương pháp nội suy).

Như vậy, diện tích tối thiểu của các loại chợ như sau:

- Chợ hạng I, có ≥ 400 ĐKD: diện tích ≥ 10.000 m².

- Chợ hạng II, có ≥ 200 ĐKD: diện tích từ 5.000 - < 10.000 m².
- Chợ hạng III, có < 200 ĐKD: diện tích từ 3.000 - < 5.000 m².

2.2. Loại hình chợ đầu mối thuỷ sản, nông sản

+ *Đặc điểm chợ đầu mối thuỷ sản, nông sản:*

- Chợ đầu mối nông sản có vai trò thu hút tập trung lượng hàng hoá từ các nguồn sản xuất, kinh doanh của khu vực kinh tế hoặc của ngành hàng để tiếp tục phát luồng phân phối tới các chợ và các kênh lưu thông khác.

- Chợ đầu mối thuỷ sản, nông sản kinh doanh các mặt hàng nông sản, thuỷ sản bao gồm những mặt hàng tươi sống, khô hay sơ chế cần được bảo quản để tránh sự tác động của môi trường trong quá trình lưu thông.

- Chất lượng sản phẩm không có độ đồng đều cao giữa các vùng sản xuất và ngay trong một vùng sản xuất.

- Đặc điểm cung ứng mang tính thời vụ hay theo chu kỳ sản xuất và quy mô cung ứng phân tán theo địa bàn sản xuất, theo quy mô sản xuất của các hộ gia đình.

- Người bán hàng có thể là hộ sản xuất, thương nhân, hay đại diện cho một nhóm hộ sản xuất.

- Người mua hàng là các cơ sở chế biến, nhà xuất khẩu trực tiếp, thương nhân hay các nhà phân phối lớn có thể tổ chức bán buôn, bán lẻ ở thị trường trong hay ngoài khu vực sản xuất.

- Khối lượng mua trong mỗi phiên chợ thường mang tính thu gom từ các hộ sản xuất và phụ thuộc vào quy mô cung ứng cụ thể.

- Tính chất giao dịch giữa người mua và người bán có thể là trực tiếp, hoặc qua trung gian với sự sẵn có của hàng hóa hay cần có kỳ hạn nhất định mới có đủ lượng hàng hóa giao dịch.

- Giá cả các sản phẩm có độ dao động lớn theo mùa vụ, chất lượng sản phẩm thực tế dưới sự tác động của nhiều yếu tố khác nhau.

+ *Các yêu cầu chính đối với chợ:*

- Chợ đầu mối nên đặt ở vùng ngoại vi đô thị, tại các vùng sản xuất hàng hoá tập trung, ổn định, có sản lượng lớn và có vị trí tập kết giao thông thuận lợi. Đối với chợ đầu mối kinh doanh tổng hợp cần được đặt ở gần vùng tiêu thụ tập trung, có điều kiện về thu hút nguồn hàng, thuận tiện giao thông để phân phối hàng hoá. Chợ chuyên doanh hàng nông sản cần được xác định vị trí sao cho đảm bảo cách chợ cùng loại từ 30 - 50 km, trong đó, chợ lúa gạo cách nhau 30 km và chợ rau quả, thuỷ sản cách nhau 50 km.

- Có diện tích bãi đỗ xe rộng rãi.

- Có hệ thống kho được trang bị phương tiện, kỹ thuật bảo quản phù hợp với tính chất thương phẩm của từng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu gửi hàng, trữ hàng của cả người mua và người bán.

- Có hệ thống cung cấp và đảm bảo thông tin thị trường cả ở trong và ngoài nước.

- Có hệ thống kiểm tra, giám định chất lượng sản phẩm theo yêu cầu của người mua và người bán.

- Có khu vực dành cho việc phân loại, sơ chế sản phẩm và đóng gói trước khi vận chuyển.

- Có diện tích trưng bày hàng mẫu, giới thiệu sản phẩm (đối với các sản phẩm khô, chế biến) phục vụ cho nhu cầu giao dịch quy mô lớn.

- Được trang bị các phương tiện kỹ thuật và điều kiện để đảm bảo giữ gìn vệ sinh môi trường.

+ *Mô hình cấu trúc chính của chợ*: Các chợ đầu mối, chợ chuyên doanh hàng nông sản, thủy sản có thể được tổ chức như sau:

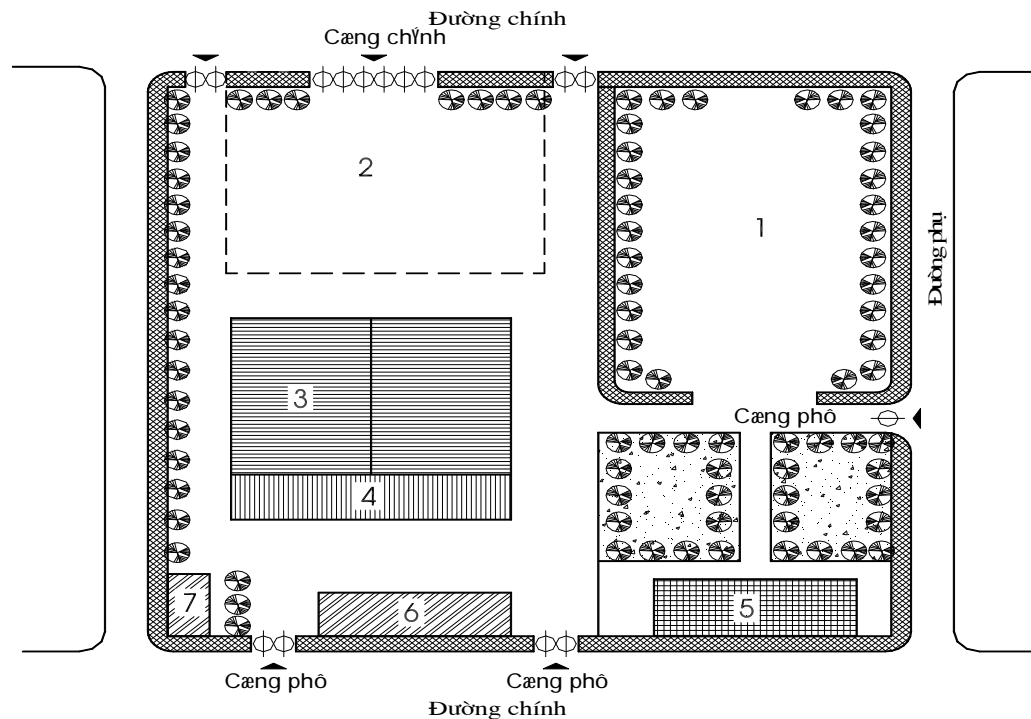
- Thực hiện các giao dịch bán buôn, đối với chợ chuyên doanh có kết hợp giữa bán buôn, phát lông và bán lẻ cho nhu cầu tiêu dùng của dân cư trên địa bàn.

- Kết hợp giữa phương thức giao dịch trực tiếp theo lô hàng cụ thể với giao dịch theo hợp đồng và giao dịch kỳ hạn.

- Kết hợp giữa giao dịch tại chợ với các giao dịch được kết nối với các thị trường tiêu thụ chính ở trong và ngoài nước bằng các phương tiện thông tin hiện đại.

- Khi thiết kế mặt bằng tổng thể chỉ nên tổ chức không gian các nhà chợ chính 1 tầng, dành diện tích cho các hoạt động ngoài trời, diện tích giao thông cho các phương tiện vận chuyển đi lại, diện tích các khu dịch vụ và quản lý. Nhà trưng bày, giới thiệu sản phẩm được kết cấu thành 2 - 3 khu, trong đó 1 khu dành làm nơi trưng bày, giới thiệu sản phẩm, một khu làm sàn giao dịch ký kết hợp đồng, mua bán hàng hóa, cung cấp thông tin thị trường và một khu dịch vụ hỗ trợ kinh doanh và phục vụ nhu cầu ăn uống, sinh hoạt cho các khách hàng.

Mô hình cấu trúc chính của chợ đầu mối, chợ chuyên doanh nông, thủy sản



1. B. i ®ç xe

2. Khu chợ ngoài trời

3. Khu chi cã m_i

5. Khu điều hành + khách sạn

6. Khu đrch vô kũ thuËt

7. Khu vô sinh

+ Diện tích xây dựng chợ: đối với chợ đầu mối, chợ chuyên doanh, do đặc thù hoạt động của các chợ loại này thường không theo quy luật cố định, vì vậy cần chú trọng diện tích đất cho các hoạt động ngoài trời. Tùy vào tính chất ngành hàng và hình thức kinh doanh để có các đề xuất cụ thể về chi tiêu sử dụng đất, được phê duyệt thông qua dự án).

Tuy nhiên, đối với chợ đầu mối rau quả, thủy sản diện tích tối thiểu là 1,5ha, chợ đầu mối nông sản tổng hợp có diện tích tối thiểu là 3 ha.

3. Mô hình cấu trúc trung tâm thương mại, siêu thị

3.1. Mô hình cấu trúc trung tâm thương mại

Trung tâm thương mại là loại hình kinh doanh thương mại tổng hợp, hiện đại, là đầu mối tổ chức các giao dịch thương mại, xúc tiến thương mại, ký kết hợp đồng kinh tế, bán buôn bán lẻ hàng hoá.... Trung tâm thương mại thường được bố trí ở các vị trí trung tâm, có điều kiện giao thông thuận lợi, có hệ thống cơ sở hạ tầng phát triển đồng bộ và hoàn chỉnh như hệ thống đường, điện, cấp thoát nước. Việc hình thành các trung tâm thương mại phải căn cứ vào tình hình phát triển kinh tế - thương mại (kim ngạch xuất nhập khẩu, tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán buôn, bán lẻ), tình hình đầu tư nước ngoài, số lượng văn phòng đại diện nước ngoài trên địa bàn, trình độ của đội ngũ lao động hoạt động trong trung tâm thương mại...

Trong giai đoạn từ 2006-2020, trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà dự kiến sẽ xây dựng một số trung tâm thương mại. Các trung tâm thương mại trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà hoạt động đa chức năng, kinh doanh hàng hoá và các loại hình dịch vụ với các nhiệm vụ chủ yếu sau:

- Thu nhập, phổ biến và khai thác thông tin kinh tế- thương mại phục vụ cho hoạt động xuất nhập khẩu và hoạt động kinh doanh thương mại; liên kết thành lập hệ thống thu thập và xử lý thông tin, vừa cung cấp thông tin như một dịch vụ, vừa tích lũy để thành lập ngân hàng dữ liệu.

- Tổ chức trưng bày, giới thiệu sản phẩm hàng hoá; tổ chức triển lãm, hội chợ...

- Tổ chức cho thuê văn phòng và cung ứng các dịch vụ có liên quan.

- Tổ chức các hội thảo, hội nghị.

- Góp phần hỗ trợ, xúc tiến và điều phối các hoạt động thương mại.

Về mặt cấu trúc, một trung tâm thương mại bao gồm các hạng mục công trình nằm trong một tổng thể công trình. Mỗi hạng mục công trình (thiết kế theo chức năng) để phục vụ cho một hoặc một số nội dung hoạt động của trung tâm thương mại. Với những chức năng và nhiệm vụ nêu trên, có thể đưa ra sơ bộ về sơ đồ cấu trúc của các loại hình kinh doanh trong trung tâm thương mại như sau:

- Văn phòng: Là nơi dành cho các doanh nghiệp, văn phòng đại diện của các Công ty trong và ngoài nước thuê. Khu vực văn phòng giao dịch sẽ bố trí tại các tầng giữa của trung tâm thương mại.

- Trung tâm thông tin: Trong trung tâm thông tin có ngân hàng dữ liệu và bộ phận nghiên cứu thị trường, đồng thời Trung tâm thông tin được kết nối với mạng Internet nhằm cung cấp thông tin kịp thời cho các nhà sản xuất, các doanh nghiệp và hộ kinh doanh.

- Trung tâm hội nghị, hội thảo: Để đáp ứng yêu cầu và mục đích các hội nghị, hội thảo, trong trung tâm thương mại sẽ bố trí các phòng họp có quy mô khác nhau như các phòng có sức chứa từ 30-50 người, từ 50-70 người, từ 70-100 người... Trung tâm hội nghị, hội thảo thường được bố trí tại các tầng trên cùng của trung tâm thương mại

- Siêu thị: Siêu thị được tổ chức với quy mô lớn và đầy đủ các mặt hàng để phục vụ cho sinh hoạt cho trung tâm thương mại cũng như khu vực xung quanh. Khu vực dành cho kinh doanh siêu thị được bố trí tại các tầng giữa của trung tâm thương mại.

- Các cửa hàng trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm, hàng hoá: Các cửa hàng này được bố trí tại các tầng dưới của trung tâm thương mại, dành cho các nhà sản xuất giới thiệu và bán các sản phẩm của mình. Đồng thời, tại đây cũng có các gian hàng dành cho thương nhân kinh doanh các loại hàng hoá khác.

- Nhà hàng: các nhà hàng phục vụ mọi nhu cầu ăn uống, giải khát của khách hàng. Ở đây cũng tổ chức các nhà hàng theo quy mô và mặt hàng kinh doanh khác nhau. Khu vực kinh doanh ăn uống, giải khát sẽ bố trí tại các tầng giữa của trung tâm thương mại.

- Nơi đỗ xe: Trong trung tâm thương mại sẽ thiết kế tầng hầm là chỗ đỗ xe của nhân viên làm việc tại Trung tâm, chỗ đỗ xe cho khách hàng đến giao dịch và mua bán hàng hoá.

3.2. Mô hình cấu trúc siêu thị

Các siêu thị chủ yếu được xây dựng tại các khu đô thị, khu công nghiệp hoặc khu dân cư tập trung. Trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà, dự kiến sẽ hình thành các siêu thị kinh doanh tổng hợp tại thành phố Nha Trang, thị xã Cam Ranh, các trung tâm huyện lỵ với đặc trưng chủ yếu là có trang thiết bị hiện đại, trình độ quản lý và tổ chức kinh doanh tiên tiến và phương thức phục vụ văn minh. Cụ thể là:

- Áp dụng hình thức kinh doanh tiên bộ, góp phần làm thay đổi thói quen tiêu dùng theo hướng văn minh, hiện đại, đáp ứng các nhu cầu của người dân một cách nhanh nhất, thuận tiện nhất.

- Liên kết với các nhà sản xuất, nhập khẩu để tổ chức nguồn hàng nhằm tạo giá bán cạnh tranh, chất lượng tốt, góp phần thúc đẩy sản xuất phát triển, xây dựng thị trường cung ứng và thị trường tiêu thụ ổn định, vững chắc.

- Làm hạt nhân để phát triển các loại hình thương mại khác, hình thành khu thương mại trung tâm .

- Giúp các cơ quan quản lý dễ dàng, thuận tiện trong việc nắm bắt tình hình thông tin thị trường.

Nhìn chung, sơ đồ cấu trúc của một siêu thị phải bao gồm các hạng mục sau:

- Khu vực trưng bày hàng hoá: Bao gồm các gian hàng (phân theo ngành hàng, nhóm hàng), nơi bảo quản hàng lý cá nhân, quầy thanh toán tự động)
- Hệ thống kho.
- Nơi để xe của khách hàng và nhân viên.
- Khu dịch vụ ăn uống, giải trí, khu vui chơi cho trẻ em.

III. QUI HOẠCH PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KHÁNH HOÀ ĐẾN NĂM 2010 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2020

1. Qui hoạch mạng lưới chợ

Trên cơ sở thực trạng và xu hướng phát triển, cũng như những quan điểm phát triển chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trong thời kỳ từ nay đến năm 2010 và 2020, qui hoạch phát triển mạng lưới chợ dựa trên các mục tiêu được cụ thể hoá như sau:

+ Giảm bán kính phục vụ bình quân của một chợ từ 3,75 km/chợ hiện nay xuống còn 3,44 km/chợ. Đồng thời, duy trì số lượng dân cư bình quân khoảng 9,6 - 10 ngàn dân/chợ.

+ Nâng cấp và xây dựng mới 2 chợ đầu mối bán buôn chuyên doanh và tổng hợp nông sản ở huyện Ninh Hoà (1 chợ) và huyện Diên Khánh (1 chợ) trong thời kỳ từ năm 2010 đến năm 2020 để thu hút các sản phẩm trong, ngoài vùng và chuẩn bị hàng hoá (sơ chế, bảo quản,...) để cung cấp cho thị trường tiêu thụ trong và ngoài tỉnh.

+ Tăng diện tích bình quân của hộ kinh doanh cố định trên chợ từ 3,8 m²/hộ hiện nay lên 6 m²/hộ vào năm 2010 và 10 m²/hộ vào năm 2020.

+ Đảm bảo tỷ lệ hàng hoá và dịch vụ lưu thông qua hệ thống chợ trong tỉnh chiếm 55-60% tổng mức LCHHBL và doanh thu dịch vụ chung vào năm 2010, 55% năm 2015 và 30% vào năm 2020.

+ Khuyến khích các hộ có vị trí kinh doanh cố định trên chợ, phấn đấu nâng số hộ kinh doanh cố định trên chợ từ mức 74,5 hộ/chợ lên mức 85 hộ/chợ vào năm 2005 và 100 hộ/chợ vào năm 2010. Trong thời kỳ từ sau năm 2010 đến 2020, sẽ tùy theo xu hướng phát triển thực tế có thể tăng thêm số hộ kinh doanh cố định trên chợ nhằm giải quyết việc làm.

Theo mục tiêu đề ra, đến năm 2020, số lượng chợ cần thiết trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà sẽ tăng thêm 42 chợ so với hiện nay, giải toả 10 chợ, nâng tổng số chợ trên địa bàn tỉnh lên 165 chợ, trong đó kể cả 3 chợ đầu mối, chuyên doanh bán buôn nông sản, thuỷ sản tại thành phố Nha Trang, các huyện Ninh Hoà và Diên Khánh (ngoài ra còn xây dựng thêm 1 cửa hàng mua sắm tại khu du lịch Đồng Bè, thành phố Nha Trang và 1 cửa hàng lưu niệm tại khu du lịch

Yangbay, huyện Khánh Vĩnh). Căn cứ vào các chỉ tiêu xác định số lượng chợ đã nêu, có 52 chợ mới tăng thêm, dự kiến xây dựng tại các huyện, thị, thành phố: Nha Trang (7 chợ), Vạn Ninh (10 chợ), Cam Ranh (9 chợ), Ninh Hoà (12 chợ), Diên Khánh (4 chợ), Khánh Vĩnh (6 chợ), Khánh Sơn (4 chợ).

Cụ thể, dự kiến vị trí không gian của hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà theo các huyện, thị, thành phố như sau:

- Thành phố Nha Trang

Theo qui hoạch dân cư, đô thị, thành phố Nha Trang sẽ bao gồm các khu qui hoạch như sau: khu dân cư nam Hòn Khô; khu dân cư Đất Lành – xã Vĩnh Thái ; khu dân cư Tây Lê Hồng Phong; khu dân cư Sông Lô; khu dân cư xã Phước Đồng; khu dân cư Ngọc Hiệp, khu qui hoạch đô thị phía Tây Nha Trang. Ngoài ra, thành phố Nha Trang còn phát triển, qui hoạch các khu công nghiệp vừa và nhỏ tại thôn Đắc Lộc, xã Vĩnh Phương; khu công nghiệp chế biến Bắc Hòn Ông. Dự báo dân cư toàn thành phố Nha Trang vào năm 2010 khoảng 384.393 người, năm 2015: 413.223 người, năm 2020: 441.115 người. Hiện nay Nha Trang có 24 chợ (23 chợ đang hoạt động, đến hết năm 2006 chợ đầu mối thuỷ sản ở khu Hòn Rớ, thành phố Nha Trang sẽ được xây dựng xong), trong kỳ qui hoạch dự kiến xây dựng thêm 7 chợ, giải toả 2 chợ; Dự báo dân số của Nha Trang đến năm 2010 khoảng 384.393 người và khoảng 441.115 người vào năm 2020.

* Chợ hiện có:

TT	Tên chợ	Diện tích (m ²)		Loại chợ	Xã (phường)
		Đất chợ	Xây dựng		
1	Chợ Đầm	26.487	17.399	I	Vạn Thạnh
2	Chợ Xóm Mới	7.220	6.150	I	Tân Lập
3	Chợ Vĩnh Hải			II	Vĩnh Hải
4	Chợ Phước Thái	4.000	2.600	II	Phước Thái
5	Chợ Phương Sơn	5.445	2.917	II	Phương Sơn
6	Chợ Phước Hải	702,61	429,81	III	Phước Hải
7	Chợ Phước Đồng	2.000	100	III	Phước Đồng
8	Chợ Vĩnh Thọ	2.500	1.199,1	III	Vĩnh Thọ
9	Chợ Đồng Dưa	147	147	III	Phước Tân
10	Chợ Ba Làng	400	400	III	Vĩnh Hòa
11	Chợ Vĩnh Hiệp	1.800	444	III	Vĩnh Hiệp
12	Chợ Hòn Rớ	1.000	1.196	III	Phước Đồng
13	Chợ Ga Vĩnh Thạnh	1.350	1.350	III	Vĩnh Thạnh
14	Chợ Phước Tín	750	500	III	Phước Long
15	Chợ Vĩnh Thái	1.825	975	III	Vĩnh Thái
16	Chợ Chụt	300	300	III	Vĩnh Nguyên
17	Chợ Hoàng Diệu		156	III	Vĩnh Nguyên
18	Chợ Vĩnh ngọc	3.190	702	III	Vĩnh Ngọc
19	Chợ Vĩnh Lương	4.320	1.520	III	Vĩnh Lương
20	Chợ Mới Ngọc Hiệp	436,8	436,8	III	Ngọc Hiệp

21	Chợ Cửa Bé	400	239,08	III	Vĩnh Trường
22	Chợ Vĩnh Phương	565	260	III	Vĩnh Phương
23	Chợ Ông Bộ	960	150	III	Vĩnh Trung
24	Chợ cá Hòn Rớ (chợ đầu mối thủy sản, đang xây dựng)				Phước Đồng

* Giải toả 2 chợ : Ba Làng, Đồng Dưa.

* Cải tạo, nâng cấp, mở rộng:

+ Chợ Đầm Nha trang

+ Tiếp tục cải tạo, nâng cấp, mở rộng chợ Vĩnh Hải

* Xây dựng mới thêm 7 chợ, bao gồm:

TT	Địa điểm xây dựng chợ	D.tích chợ/D.tích thương mại hiện có (m ²)	Loại chợ	Giai đoạn xây dựng	Kinh phí xây dựng (tỷ đồng)	Xã (phường)
1	Chợ ở Khu dân cư Bắc phường Vĩnh Ngọc	3.000/10.000	III	2006-2010	2,4	Vĩnh Ngọc
2	Chợ ở Khu dân cư Hòn Khô	5.000/5.000	III	nt	2,4	Vĩnh Hòa
3	Chợ ở Khu dân cư Đất Lành	3.000/15.000	III	nt	2,4	Vĩnh Thái
4	Chợ ở Khu dân cư Lê Hồng Phong I	3.000/10.000	III	nt	2,4	Phước Long
5	Chợ ở Khu dân cư Lê Hồng Phong II	3.000/10.000	III	nt	2,4	Phước Hải
6	Chợ ở Khu đô thị Vĩnh Thái	6.000/20.000	II	nt	7,2	Vĩnh Thái
7	Chợ đêm phố Phan Bội Châu			nt	7	Phố Phan Bội Châu

- Ngoài ra, xây dựng 1 cửa hàng mua sắm phục vụ cho dân cư và khách du lịch tại khu dân cư, khu du lịch sinh thái Đồng Bé (Đồng Bé – Vĩnh Lương), diện tích 2.840 m², kinh phí đầu tư là 2 tỷ đồng, giai đoạn 2011 - 2020.

Như vậy, đến năm 2020 tổng số chợ ở thành phố Nha Trang là 29 chợ, phục vụ cho khoảng 441.115 người, giảm bán kính phục vụ trung bình của 1 chợ tại thành phố Nha Trang từ 1,86 km xuống còn 1,76 km.

- Huyện Vạn Ninh

Theo qui hoạch dân cư, đô thị, huyện Vạn Ninh sẽ bao gồm các khu qui hoạch như sau: khu dân cư thị trấn Vạn Giã, xã Vạn phú, xã Vạn Khánh, xã Vạn Thắng, xã Vạn Bình, xã Vạn Hưng, xã Vạn Phước, xã Vạn Thọ, xã Vạn Lương. Nâng cấp, mở rộng thị trấn Vạn Giã thành thị xã, qui hoạch phát triển khu đô thị Nam Vạn Ninh, khu đô thị Sông Gốc có diện tích 150ha và khu đô thị mới Tu Bông đến năm 2020. Qui hoạch các khu công nghiệp thị trấn Vạn Ninh có diện tích 150 ha và khu công nghiệp vừa và nhỏ Dốc Đá Trắng có diện tích 100 ha.

Dự báo dân cư huyện Vạn Ninh vào năm 2010 khoảng 136.546 người, 2015: 146.787 người, 2020: 156.695 người.

** Chợ hiện có:*

TT	Tên chợ	Diện tích (m ²)		Loại chợ	Xã (phường)
		Đất chợ	Xây dựng		
1	Chợ Vạn Ninh	6.358		II	Thị trấn Vạn Giã
2	Chợ Xuân Sơn	6.200	200	III	Xuân trang, Xuân Sơn
3	Chợ Xuân Hà	500		III	Vạn Hưng
4	Chợ Xuân Tự	2.000	615	III	Vạn Hưng
5	Chợ Tân Đức	2,250		III	Vạn Lương
6	Chợ Quảng Hội	1.100	126	III	Vạn Thắng
7	Chợ Vạn Khánh	2.196	468	III	Vạn Khánh
8	Chợ Tu Bông	3.000	1.500	II	Vạn Phước
9	Chợ Vạn Thọ	324	96	III	Vạn Thọ
10	Chợ Đại Lãnh	200	160	III	Đại Lãnh
11	Chợ Đầm Môn	500		III	Vạn Thạnh

** Chợ cần di dời:* từ nay đến trước 2010, cần di dời 3 chợ do vị trí các chợ này không phù hợp với qui hoạch dân cư và đô thị trong giai đoạn tới

+ Chợ Đầm Môn (Xã Vạn Thạnh) di dời lên khu tái định cư xã Vạn Thạnh, diện tích là 500 m², kinh phí xây dựng chợ mới là 400 triệu đồng.

+ Chợ Đại Lãnh (xã Đại Lãnh) di dời lên khu Đồng Ba Suối, thôn Tây, xã Đại Lãnh, diện tích là 500 m², kinh phí xây dựng chợ mới là 400 triệu đồng

+ Chợ Tân Đức di dời đến vị trí HTX nông nghiệp Vạn Hưng cũ, kinh phí xây dựng chợ mới là 1,8 tỷ đồng.

** Chợ cần sửa chữa nâng cấp, mở rộng, cải tạo:*

- Giai đoạn từ 2006 đến 2010:

+ Cải tạo, sửa chữa, mở rộng chợ thị trấn Vạn Ninh và duy trì ở chợ hạng II, với diện tích 6.358 m², kinh phí xây dựng là 2 tỷ đồng.

+ Cải tạo, sửa chữa nhà lồng chợ, mở rộng chợ xã Vạn Thọ thêm 1.000 m² và vẫn duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 500 triệu đồng.

- Giai đoạn 2011 đến 2020:

+ Cải tạo, sửa chữa chợ Tu Bông, xã Vạn Phước, duy trì là chợ hạng II, kinh phí xây dựng là 2,16 tỷ đồng.

+ Cải tạo, sửa chữa chợ Xuân Hà, xã Vạn Hưng, duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 240 triệu đồng.

+ Cải tạo, sửa chữa chợ Vạn Khánh, xã Vạn Khánh, duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 1 tỷ đồng.

+ Cải tạo, sửa chữa chợ Quảng Hội, xã Vạn Thắng, duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 528 triệu đồng.

* *Chợ xây mới*: Xây thêm 10 chợ mới tại các địa điểm cụ thể như sau:

TT	Địa điểm xây dựng chợ	Diện tích đất chợ (m ²)	Loại chợ	Giai đoạn	Kinh phí xây dựng (tỷ đồng)	Xã (phường)
1	Chợ Vạn Phú	10.000	III	2006-2010	4	Vạn Phú
2	Chợ Vạn Long	6.000	III	nt	2,4	Vạn Long
3	Chợ Ninh Tân	2.000	III	nt	1,6	Vạn Thạnh
4	Chợ Ninh Đảo	2.000	III	nt	1,6	Vạn Thạnh
5	Chợ Bình Trung 1	2.000	III	nt	1,6	Vạn Bình
6	Chợ Bình Trung 2	2.000	III	nt	1,6	Vạn Bình
7	Chợ Trung Đông	2.543	III	nt	2	Vạn Bình
8	Chợ Khu vực Dốc Đá Trắng	2.000	III	2011-2020	1,6	Vạn Hưng
9	Chợ tổng hợp tại khu tái định cư Lương hải	4.000	II	nt	4,8	Thị trấn Vạn Giã
10	Chợ Ruộng Đùi	2.000	III	nt	1,6	Thị trấn Vạn Giã

Như vậy, tổng số chợ đến năm 2020 là 21 chợ, phục vụ cho khoảng 156.695 người, giảm bán kính phục vụ trung bình của một chợ tại huyện Vạn Ninh từ 4,19 km xuống còn 3 km.

- Thị xã Cam Ranh

Theo qui hoạch dân cư, đô thị, thị xã Cam Ranh sẽ bao gồm các khu qui hoạch như sau: khu dân cư sinh thái phường Cam Phú có diện tích 100 ha, khu đô thị mới giữa phường Cam Nghĩa và Cam Phúc Bắc với khoảng 2 vạn dân, khu dân cư đường số 2, khu dân cư ven biển của các phường Cam Linh, Cam Thuận, Cam Phú có diện tích 31 ha với 1,2 vạn dân từ 2006 đến 2010. Xây dựng xã Cam Đức thành thị trấn Cam Đức, xây dựng xã Cam An thành thị tứ Cam An Nam, xây dựng xã Cam Phước Đông thành thị tứ Cam Phước Đông, xây dựng xã Cam Tân thành thị tứ Cam Tân. Qui hoạch, xây dựng khu công nghiệp vừa và nhỏ có diện tích 120 ha nối giữa Cam Phúc Bắc và Cam Phúc Nam, khu công nghiệp Cam Thịnh Đông – Cam Thịnh Tây có diện tích 200 ha, phân đấu đến năm 2020, thị xã Cam Ranh sẽ trở thành đô thị hạng II. Dự báo dân cư thị xã Cam Ranh vào năm 2010 khoảng 230.851 người, 2015: 248.164 người, .

* *Chợ hiện có*: Hiện nay Cam Ranh có 28 chợ (3 chợ hạng II, 25 chợ hạng III), cụ thể:

	Diện tích (m ²)		

TT	Tên chợ	Đất chợ	Xây dựng	Loại chợ	Xã (phường)
1	Chợ Ba Ngòi	23.100	3.003	II	Cam Thuận
2	Chợ Cam Nghĩa	8.765	810	II	Cam Nghĩa
3	Chợ Cam Đức	7.170	500	II	Cam Đức
4	Chợ Cam Phúc Bắc	1.444	1.240	III	Cam Phúc Bắc
6	Chợ Phú Bình I	1.000	390	III	Cam Tân
	Chợ Phú Bình II	360	160	III	Cam Tân
7	Chợ Cam Hòa	7.400	7.700	III	Cam Hòa
8	Chợ Cam Hải Tây	1.000	390	III	Cam Hải Tây
9	Chợ Tân Thành	870	96	III	Cam Thành Bắc
10	Chợ Sở Gòn	1.195	900	III	Cam Thành Nam
11	Chợ Cam Hiệp Bắc	2.900	400	III	Cam Hiệp Bắc
12	Chợ Vĩnh thái	1.815	830	III	Cam Hiệp Nam
13	Chợ Vĩnh Linh (Cam An Bắc)	6.332	1.500	III	Cam An Bắc
14	Chợ Cam An Nam	2.500	1.750	III	Cam An Nam
15	Chợ Sông Cầu	2.200		III	Cam Phúc Nam
16	Chợ Xuân Ninh	2.096	120	III	Cam Phúc Nam
17	Chợ Cam Lộc	5.740	1.677	III	Cam Lộc
18	Chợ Đá Bạc (Cam Linh)	750	450	III	Cam Linh
19	Chợ Cam Lợi	2.500	1.200	III	Cam Lợi
20	Chợ Mỹ Thanh	1.345	500	III	Cam Thịnh Đông
21	Chợ Hòa Diêm	1.330	600	III	Cam Thịnh Đông
22	Chợ Mới (Cam Phước Đông)	5.300	468.6	III	Cam Phước Đông
23	Chợ Tân Lập	2.000		III	Cam Phước Tây
24	Chợ số 3	600	250	III	Cam Thuận
25	Chợ Tân Sinh	500		III	Cam Thành Bắc
26	Chợ Bắc Vĩnh	1.180	600	III	Cam Hải Tây
27	Chợ Cam Thành Bắc	10.220	3.605	III	Cam Thành Bắc
28	Chợ Bình Ba	507,6	214	III	Cam Bình

* *Giải toả chợ không phù hợp*: từ nay đến 2010, giải toả 8 chợ:

- + Chợ Phú Bình 2, xã Cam Tân.
- + Chợ Tân Thành, xã Cam Thành Bắc.
- + Chợ Tân Sinh, xã Cam Thành Bắc.
- + Chợ Sở Gòn, xã Cam Thành Nam.
- + Chợ xã Cam Hiệp Bắc.
- + Chợ Sông Cầu, phường Cam Phúc Nam.
- + Chợ số 3, phường Cam Thuận.
- + Chợ Bắc Vĩnh, xã Cam Hải Tây.

* *Chợ cần di dời*: từ nay đến 2010 di dời 3 chợ:

+ Di dời chợ Cam Phúc Bắc và xây dựng thành chợ hạng II ở vị trí khác, diện tích là 1.500 m², kinh phí xây dựng chợ mới là 1,8 tỷ đồng.

+ Di dời chợ xã Cam Hoà sang vị trí khác trong xã, diện tích là 7.400 m², duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng chợ mới là 2,96 tỷ đồng.

+ Di dời chợ Mỹ Thanh – xã Cam Thịnh Đông sang vị trí khác trong xã, diện tích là 1.350 m², duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng chợ mới là 1,08 tỷ đồng.

** Nâng cấp, cải tạo: 2 chợ và mở rộng 2 chợ*

+ Cải tạo, sửa chữa chợ Ba Ngòi, xây dựng kiến cố các công trình, duy trì vẫn là chợ hạng II, kinh phí xây dựng là 2,16 tỷ đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

+ Cải tạo, sửa chữa chợ Cam Đức gồm đầu tư xây dựng đường giao thông phục vụ phòng cháy chữa cháy trong chợ, cải tạo lưới điện, hoàn chỉnh khu chợ theo thiết kế ban đầu của chợ, vẫn duy trì là chợ hạng II, kinh phí xây dựng là 360 triệu đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

+ Mở rộng chợ xã Cam Phước Đông, có diện tích 1.000 m², duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 360 triệu đồng, giai đoạn 2006-2010.

+ Mở rộng chợ Đá Bạc, phường Cam Linh, có diện tích 1.800 m², duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 972 triệu đồng, giai đoạn 2011-2020.

** Chợ xây dựng mới: Trong kỳ qui hoạch dự kiến xây dựng thêm 9 chợ, cụ thể:*

TT	Địa điểm xây dựng chợ	Diện tích đất chợ (m ²)	Loại chợ	Giai đoạn	Kinh phí xây dựng (tỷ đồng)	Xã (phường)
1	Chợ Tân An	7.300	III	2006-2010	2,92	Cam An Bắc
2	Chợ Vĩnh Bình	4.800	III	nt	1,92	Cam Tân
3	Chợ Thôn Quảng Phúc	2.000	III	nt	1,6	Cam Thành Nam
4	Chợ Thôn Trung Hiệp I	2.000	III	nt	1,6	Cam Hiệp Bắc
5	Chợ trong khu dân cư lấn biển	17.300	III	nt	6,92	Cam Linh-Cam Phú
6	Chợ phường Cam Phú	8.400	III	nt	3,36	Cam Phú
7	Chợ Cam Phúc Bắc	13.000	II	2011-2020	7,8	Cam Phúc Bắc
8	Chợ Cam Phúc Nam	8.800	III	nt	3,52	Cam Phúc Nam
9	Chợ xã Cam Thịnh Tây	3.000	III	nt	2,4	Cam Thịnh Tây

Tổng số chợ đến năm 2010 là 29 chợ phục vụ cho khoảng 230.851 người và cho khoảng 264.916 người đến năm 2020, giảm bán kính phục vụ trung bình của một chợ tại thị xã Cam Ranh từ 2,8 km xuống còn 2,6 km.

- Huyện Ninh Hoà

Theo qui hoạch dân cư, đô thị đến năm 2020, huyện Ninh Hoà sẽ được phát triển thành thị xã Ninh Hoà có giới hạn gồm toàn bộ thị trấn Ninh Hoà hiện hữu với toàn bộ các xã Ninh Hải, Ninh Diêm, Ninh Thủy và một phần các xã Ninh Thọ, Ninh An, Ninh Đông, Ninh Đa, Ninh Giang, Ninh Phú, Ninh Hà, có tổng diện tích 8.700 ha. Xây dựng mới các thị trấn Ninh Sim, Ninh An, Ninh Quang. Một số các khu dân cư mới được hình thành như khu dân cư Ninh Long có diện tích 430 ha, khu dân cư xã Ninh Thủy có diện tích 82,4 ha, khu dân cư phía Bắc thị trấn Ninh Hoà hiện hữu có diện tích 30 ha. Xây dựng các thị tứ mới bao gồm thị tứ Ninh Thọ có diện tích 1 ha, giai đoạn từ 2006 đến 2020, thị tứ Ninh Diêm có diện tích 6.000 m², giai đoạn từ 2006 đến 2020. Dự báo dân cư huyện Ninh Hoà vào năm 2010 khoảng 245.559 người, 2015: 263.976 người, 2020: 281.795 người.

* Chợ hiện có: 27 chợ, cụ thể:

TT	Tên chợ	Diện tích (m ²)		Loại chợ	Xã (phường)
		Đất chợ	Xây dựng		
1	Chợ Đồng Thân	100	40	III	Ninh Thượng
2	Chợ Ninh Trung	500		III	Thôn I, Ninh Thượng
3	Chợ Tân Hiệp	100	100	III	Thôn Tân Hiệp, Ninh Thượng
4	Chợ Phú Thọ	6.000	492	III	Ninh Diêm
5	Chợ Phong Ấp	1.130	86,25	III	Ninh Bình
6	Chợ Hòa Mỹ	10.000	9.750	III	Ninh Sơn
7	Chợ Vân Thạch	1.800	400	III	Ninh Xuân
8	Chợ Ninh Lộc	836	300	III	Ninh Lộc
9	Chợ Văn Định	2.500	81	III	Ninh Đông
10	Chợ Phú Hữu	150		III	Ninh Ích
11	Chợ Ninh Phụng	4.510	2.422	III	Ninh Phụng
12	Chợ Mới	2.474	1.485	III	Ninh Quang
13	Chợ Lạc An	2.100	160	III	Ninh Thọ
14	Chợ Bằng Phước	500	32	III	Ninh Phú
15	Chợ Bình Tây	1.400		III	Ninh Hải
16	Chợ Phước Đa	2.100		III	Ninh Đa
17	Chợ Ninh Thân	5.215	150	III	Ninh Thân
18	Chợ Mỹ chánh	350	90	III	Ninh Giang
19	Chợ Ninh Hà	300	120	III	Ninh Hà
20	Chợ Quảng Cư	860		III	Ninh Trung
21	Chợ Dục Mỹ	10.000	6.000	II	Ninh Sim
22	Chợ Ninh Thủy	2.288	128	III	Ninh Thủy
23	Chợ Ninh Hưng	1.297	160	III	Ninh Hưng
24	Chợ Ninh Vân	200	140	III	Ninh Vân
25	Chợ Ninh Tân	2.200	350	III	Ninh Tân
26	Chợ Ngọc Sơn	2.500	228	III	Ninh An
27	Chợ Thị trấn huyện Ninh Hòa	4.300	1.008	II	Thị trấn Ninh Hòa

* Các chợ cần di dời: từ nay đến 2010, di dời 3 chợ

+ Di dời chợ Ngọc Sơn, xã Ninh An đến địa điểm đối diện chợ cũ, phía bên kia đường Quốc lộ 1, có diện tích 700 m², duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng chợ mới là 560 triệu đồng.

+ Di dời chợ Ninh Vân, xã Ninh Vân cách địa điểm cũ 300 m về phía đông bắc, có diện tích 1.000 m², duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng chợ mới là 800 triệu đồng.

+ Di dời chợ Quảng Cư, xã Ninh Trung cách chợ cũ 50 m về phía Nam, có diện tích 700 m², duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng chợ mới là 560 triệu đồng.

* Chợ cải tạo, mở rộng, nâng cấp : 4 chợ

- Cải tạo, đầu tư sửa chữa lớn, nâng cấp, mở rộng chợ Lạc An, xã Ninh Thọ thành chợ thị tứ, có qui mô hạng II, diện tích 8.900 m², kinh phí xây dựng là 2,448 tỷ đồng, giai đoạn 2006 - 2010

- Cải tạo chợ Bằng Phước, xã Ninh Phú, duy trì là chợ hạng III, diện tích 500 m², kinh phí xây dựng là 240 triệu đồng, giai đoạn 2006-2010.

- Cải tạo chợ Ninh Phụng, xã Ninh Phụng, duy trì là chợ hạng III, diện tích 4.510 m², kinh phí xây dựng là 1,082 tỷ đồng, giai đoạn 2006-2010.

- Cải tạo chợ Mỹ Chánh, xã Ninh Giang, duy trì là chợ hạng III, diện tích 350 m², kinh phí xây dựng là 168 triệu đồng, giai đoạn 2006-2010.

* Chợ xây dựng mới: 12 chợ

TT	Địa điểm xây dựng chợ	Diện tích đất chợ (m ²)	Loại chợ	Giai đoạn	Kinh phí xây dựng (tỷ đồng)	Xã (phường)
1	Chợ Sơn Lộc	2.000	III	2006-2010	1,6	Ninh An
2	Chợ Nội Mỹ	2.000	III	nt	1,6	Ninh Đông
3	Chợ thôn Buôn Đung	4.900	III	nt	1,96	Ninh Tây
4	Chợ thôn Đông Cát	7.000	III	nt	2,8	Ninh Hải
5	Chợ thôn Phước Sơn	10.000	III	nt	4	Ninh Đa
6	Chợ Buôn Sim	2.000	III	nt	1,6	Ninh Tây
7	Chợ Hòa Thiện	2.000	III	nt	1,6	Ninh An
8	Chợ Gia Mỹ	1.000	III	nt	0,8	Ninh An
9	Chợ trung tâm Ninh Sơn	10.000	III	nt	4	Ninh Sơn
10	Chợ xã Ninh Tây	2.000	III	2011-2020	1,6	Xã Ninh Tây
11	Chợ khu dân cư phía Bắc thị trấn	6.000	II	2011-2020	3,6	Ninh Hoà
12	Chợ đầu mối nông sản tổng hợp	30.000	I	2011-2020	30	Xã Ninh Đa

Như vậy, tổng số chợ đến năm 2020 là 39 chợ phục vụ cho khoảng 281.795 người), giảm bán kính phục vụ trung bình của một chợ tại huyện Ninh Hoà từ 3,8 km xuống còn 3,56 km.

- Huyện Diên Khánh

Theo qui hoạch dân cư, đô thị, huyện Diên Khánh sẽ bao gồm các khu qui hoạch như sau: nâng cấp thị trấn huyện Diên Khánh lên thành đô thị loại 4, đầu tư xây dựng khu vực xã Suối Tân thành thị trấn Suối Tân, xây dựng thị trấn Diên Phú từ năm 2010 đến 2015, xây dựng thị tứ Diên Phước, Diên Xuân, Diên Lạc, xây dựng khu dân cư mới ở phía Bắc thị trấn, có diện tích 30 ha, dân số khoảng 8.000 người vào năm 2010. Dự báo dân cư huyện Diên Khánh vào năm 2010 khoảng 151.027 người, 2015: 162.354 người, 2020: 173.313 người.

* Chợ hiện có: 25 chợ, cụ thể:

TT	Tên chợ	Diện tích (m ²)		Loại chợ	Xã (phường)
		Đất chợ	Xây dựng		
1	Chợ Thành	8.294	1.848	II	Thị trấn Diên Khánh
2	Chợ Phước Trạch	150	45	III	Diên Toàn
3	Chợ Đông Dinh	200	45	III	Diên Toàn
4	Chợ Trung Nam	150	45	III	Diên Toàn
5	Chợ Bình Khánh	1.500	200	III	Diên Hòa
6	Chợ Diên Lạc	500	300	III	Diên Lạc
7	Chợ Diên Phú	810	250	III	Diên Phú
8	Chợ Diên Tân	630	120	III	Diên Tân
9	Chợ Mỹ Lộc	300	200	III	Diên Lộc
10	Chợ Cầu Đôi	2.100	378	III	Diên Thọ
11	Chợ Phú Khánh (Diện Thạnh)	2.500	500	III	Diên Thạnh
12	Chợ Phú Ân Nam (Diên An)	1.585	620	III	Diên An
13	Chợ Đại Điền Đông	750	126,3	III	Diên Điền
14	Chợ Diên Sơn	1.200	1.100	III	Diên Sơn
15	Chợ Thôn Trung	1.000	194	III	Diên Điền
16	Chợ Diên Xuân	4.216	1.428	III	Diên Xuân
17	Chợ Phò Thiên (Diên Phước)	2.695	2.694	III	Diên Phước
18	Chợ Tân Đức	235	235	III	Thị trấn Diên Khánh
19	Chợ Suối Tân	859	240	III	Suối Tân
20	Chợ Tân Khánh	684	684	III	Suối Tiên
21	Chợ Chợ Gò Đình	2.720	229.5	III	Phú Lộc Tây
22	Chợ Hội Xương	700		III	Suối Hiệp
23	Chợ Cư Thạnh	2.231	186	III	Suối Hiệp
24	Chợ Diên Đông	300		III	Diên Đông
25	Chợ Suối Dầu			III	Suối Cát

** Các chợ cần di dời:*

Có 4 chợ hiện tại không thuận tiện buôn bán, không phù hợp với qui hoạch sử dụng đất, vi phạm an toàn lưới điện và an toàn giao thông cần tiến hành giải toả, chuyển đến vị trí khác, cụ thể như sau:

+ Di dời chợ Diên Phú đến vị trí khác, có diện tích 5.000 m², thời gian di dời trước 2010, duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng chợ mới là 2 tỷ đồng.

+ Di dời chợ Suối Tân đến vị trí khác, có diện tích 5.000 m², thời gian di dời trước 2010, duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng chợ mới là 2 tỷ đồng.

+ Các chợ Diên Tân, thời gian dự kiến di dời sau năm 2010, duy trì là chợ hạng III, diện tích là 630 m², kinh phí xây dựng chợ mới là 500 triệu đồng.

+ Di dời chợ Hội Xương, là chợ nhỏ, hiện tại đang sử dụng, mặt bằng thấp, không đảm bảo vệ sinh môi trường, di dời đến địa điểm khác, thời gian dự kiến di dời sau năm 2010, diện tích là 700 m², duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng chợ mới là 560 triệu đồng.

** Chợ cần sửa chữa nâng cấp:*

Nhìn chung, hầu hết các chợ trước đây được xây dựng chưa hoàn chỉnh, thời gian sử dụng quá lâu, đến nay đã xuống cấp, kết cấu qui hoạch trong nội bộ chợ chưa phù hợp, không đảm bảo yêu cầu hoạt động và quản lý chợ. Có 6 chợ cần được đầu tư nâng cấp như sau:

+ Nâng cấp, cải tạo chợ Thành, thị trấn Diên Khánh khu vực phía sau chợ (khu hàng gạo, trà thuốc), vẫn giữ nguyên là chợ hạng II, kinh phí xây dựng là 160 triệu đồng, giai đoạn 2006-2010.

+ Cải tạo chợ Diên Sơn vì chợ hiện nay đang xuống cấp và mặt bằng quá chật hẹp, nâng cấp lên nhà cấp III, vẫn giữ nguyên là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 576 triệu đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

+ Nâng cấp, cải tạo chợ Bình Khánh, xã Diên Hoà: cần xây sân chợ, đường dẫn vào chợ bằng bê tông xi măng, vẫn là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 720 triệu đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

+ Nâng cấp, cải tạo chợ Phước Trạch, xã Diên Toàn: cần xây dựng các hầm chứa giải quyết nước thải của chợ, vẫn là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 100 triệu đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

+ Nâng cấp, mở rộng chợ Thôn Trung xã Diên Điền: hiện nay chợ quá nhỏ, hoạt động buôn bán quá tải, cần mở rộng ra phía sau chợ với diện tích khoảng 400 m², chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 320 triệu đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

+ Nâng cấp sửa chữa lớn, mở rộng chợ Diên Xuân, xã Diên Xuân, cần mở rộng toàn bộ diện tích mặt bằng, khoảng 1.700 m², chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 1,36 tỷ đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

** Xây dựng mới:* 4 chợ, trong đó có 1 chợ đầu mối bán buôn chuyên ngành nông sản, có qui mô hạng I, cụ thể:

TT	Địa điểm xây dựng chợ	Diện tích đất chợ (m ²)	Loại chợ	Giai đoạn	Kinh phí xây dựng (tỷ đồng)	Xã (phường)
1	Chợ xã Diên Bình	5.000	III	2006-2010	2	Thôn Lương Phước- Xã Diên Bình
2	Chợ thôn Đại Hữu	2.000	III	nt	1,6	Diên Lộc
3	Chợ xã Diên Lâm	10.000	III	nt	4	Diên Lâm
4	Chợ đầu mối chuyên ngành nông sản	15.000	I	2011-2020	15	Diên Thạnh

Như vậy, tổng số chợ đến năm 2020 là 29 chợ phục vụ cho khoảng 173.313 người, giảm bán kính phục vụ trung bình của một chợ tại huyện Diên Khánh từ 2,72 km xuống còn 2,66 km.

- Huyện Khánh Vĩnh

Theo qui hoạch dân cư, đô thị, huyện Khánh Vĩnh sẽ bao gồm các khu qui hoạch như sau: phát triển các khu vực xã Liên Sang và xã Khánh Bình thành các thị tứ liên xã. Dự báo dân cư huyện Khánh Vĩnh vào năm 2010 khoảng 31.795 người, 2015: 34.179 người, 2020: 36.486 người.

* *Chợ hiện có*: 4 chợ hạng III, cụ thể:

TT	Tên chợ	Diện tích (m ²)		Loại chợ	Xã (phường)
		Đất chợ	Xây dựng		
1	Chợ Thị trấn huyện	3.555	500	III	Thị trấn Khánh Vĩnh
2	Chợ Khánh Bình	3.726	216	III	Khánh Bình
3	Chợ Liên Sang	1.000	181	III	Liên Sang
4	Chợ Sông Cầu	1.800	205,4	III	Sông Cầu

* *Cải tạo, mở rộng* : 2 chợ:

+ Cải tạo, nâng cấp chợ thị trấn thành chợ có qui mô hạng II, diện tích 3.500 m², kinh phí xây dựng là 4,2 tỷ đồng, giai đoạn 2011 - 2020.

+ Mở rộng chợ xã Liên Sang, có diện tích 2.000 m², dần phát triển thành chợ thị tứ phục vụ cho 4 xã, chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 800 triệu đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

* *Xây dựng mới*: Trong kỳ qui hoạch dự kiến xây dựng thêm 6 chợ, bao gồm:

TT	Địa điểm xây dựng chợ	Diện tích đất chợ (m ²)	Loại chợ	Giai đoạn	Kinh phí xây dựng (tỷ đồng)	Xã (phường)
1	Chợ Khánh Trung	2.000	III	2006-2010	1,6	Thôn Suối Cá
2	Chợ xã Khánh	6.000	III	nt	2,4	Trung tâm xã

	Đông					Khánh Đông
3	Chợ Khánh Phú	2.000	III	nt	1,6	Thôn Giang Mương, Khánh Phú
4	Chợ Khánh Hiệp	3.000	III	nt	2,4	Thôn Cà Thiêu, Khánh Hiệp
5	Chợ Khánh Nam	5.000	III	2011-2020	2	Xã Khánh Nam
6	Chợ Khánh Thành	5.000	III	nt	2	Xã Khánh Thành

* Ngoài ra, xây dựng mới cửa hàng bán đồ lưu niệm tại khu du lịch Yang Bay, kinh phí xây dựng là 60 triệu đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

Như vậy, tổng số chợ đến năm 2020 là 10 chợ phục vụ cho khoảng 36.486 người, giảm bán kính phục vụ trung bình của một chợ tại huyện Khánh Vĩnh từ 9,6 km xuống còn 8,6 km.

- Huyện Khánh Sơn:

Theo qui hoạch dân cư, đô thị, huyện Khánh Sơn sẽ bao gồm các khu qui hoạch như sau: phát triển 2 xã Sơn Lâm và Ba Cùm Bắc thành các thị tứ của huyện vào năm 2010. Dự báo dân cư huyện Khánh Sơn vào năm 2010 khoảng 20.083 người, 2015: 21.589 người, 2020: 23.047 người.

* *Chợ hiện có:* Hiện nay Khánh Sơn có 4 chợ hạng III, cụ thể:

TT	Tên chợ	Diện tích (m ²)		Loại chợ	Xã (phường)
		Đất chợ	Xây dựng		
1	Chợ Thị trấn Tô Hạp	3.390	250	III	Thị trấn Tô Hạp
2	Chợ Sơn Lâm	3.400	250	III	Xã Sơn Lâm
3	Chợ Sơn Bình	2.592	160	III	Xã Sơn Bình
4	Chợ Sơn Hiệp	2.000	160	III	Xã Sơn Hiệp

* *Chợ nâng cấp, mở rộng:* Trong kỳ quy hoạch nâng cấp, mở rộng cả 4 chợ, cụ thể như sau:

+ Chợ thị trấn Tô Hạp, có qui mô hạng II, mở rộng diện tích khoảng 5.000 m² về phía bến xe, kinh phí xây dựng là 2,5 tỷ đồng, giai đoạn 2006 – 2010;

+ Chợ Sơn Lâm, duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 816 triệu đồng, giai đoạn 2006-2010.

+ Chợ Sơn Bình, duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 1,24 tỷ đồng, giai đoạn 2006-2010.

+ Chợ Sơn Hiệp, duy trì là chợ hạng III, kinh phí xây dựng là 960 triệu đồng, giai đoạn 2011-2020.

* *Chợ xây dựng mới:* Trong kỳ qui hoạch dự kiến xây dựng thêm 04 chợ, cụ thể:

TT	Địa điểm xây dựng chợ	Diện tích đất chợ (m ²)	Loại chợ	Giai đoạn	Kinh phí xây dựng (tỷ đồng)	Xã (phường)
1	Chợ Ba Cùm Bắc	2.000	III	2006-2010	1,6	Trung tâm xã Ba Cùm Bắc
2	Chợ Ba Cùm Nam	2.000	III	nt	1,6	Trung tâm xã Ba Cùm Nam
3	Chợ Thành Sơn	2.000	III	nt	1,6	Trung tâm xã Thành Sơn
4	Chợ Sơn Trung	2.000	III	nt	1,6	Trung tâm xã Sơn Trung

Như vậy, tổng số chợ đến năm 2020 là 8 chợ phục vụ cho khoảng 23.047 người, giảm bán kính phục vụ trung bình của một chợ tại huyện Khánh Sơn từ 6 km xuống còn 4,6 km.

Nhu cầu vốn đầu tư xây dựng chợ trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2006-2020

	Mức đầu tư (Tỷ đồng)	
	2006-2010	2011-2020
Toàn tỉnh	133,61	89,04
<i>I. Thành phố Nha Trang</i>	26,2	2
- Di dời, xây mới		
- Sửa chữa, nâng cấp		
- Xây dựng mới	26,2	2
<i>II. Huyện Vạn Ninh</i>	19,9	11,928
- Di dời, xây mới	2,6	
- Sửa chữa, nâng cấp	2,5	3,928
- Xây dựng mới	14,8	8
<i>III. Thị xã Cam Ranh</i>	27,04	14,692
- Di dời, xây mới	5,84	
- Sửa chữa, nâng cấp	2,88	0,972
- Xây dựng mới	18,32	13,72
<i>IV. Huyện Ninh Hoà</i>	25,818	35,2
- Di dời, xây mới	1,92	
- Sửa chữa, nâng cấp	3,938	
- Xây dựng mới	19,96	35,2
<i>V. Huyện Diên Khánh</i>	14,836	16,06

- Di dời, xây mới	4	1,06
- Sửa chữa, nâng cấp	3,236	
- Xây dựng mới	7,6	15
VI. Huyện Khánh Vĩnh	8,86	8,2
- Di dời, xây mới		
- Sửa chữa, nâng cấp	0,8	4,2
- Xây dựng mới	8,06	4
VII. Huyện Khánh Sơn	10,956	0,96
- Di dời, xây mới		
- Sửa chữa, nâng cấp	4,556	0,96
- Xây dựng mới	6,4	

2. Quy hoạch mạng lưới trung tâm thương mại

Trung tâm thương mại (TTTM) được hình thành trước hết là ở các nước có nền kinh tế phát triển như ở Mỹ, Nhật Bản và các nước Tây Âu... sau đó là ở các nước đang phát triển như Hàn Quốc, Brazil, Mêhicô, Trung Quốc... Đến hết năm 2004, ở nước ta đã có 32 Trung tâm thương mại, tập trung chủ yếu ở các thành phố lớn như Hà Nội, Hải phòng, Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh...

TTTM là loại hình kinh doanh tổng hợp các dịch vụ thương mại và các dịch vụ khác có liên quan phục vụ cho hoạt động thương mại. Nó là đầu mối tổ chức các giao dịch thương mại, xúc tiến thương mại, đàm phán, ký kết hợp đồng kinh tế, bán buôn, bán lẻ hàng hóa. Về mặt cấu trúc xây dựng, nó bao gồm các hạng mục công trình nằm trong một tổng thể công trình. Mỗi hạng mục công trình (được thiết kế theo chức năng) là nơi phục vụ một hoặc một số nội dung hoạt động của TTTM. Toàn bộ các hạng mục công trình hay tổng thể các công trình tạo nên Trung tâm thương mại. Như vậy, khái niệm về Trung tâm thương mại nói ở đây khác với khái niệm về Trung tâm thương mại thường hiểu khá phổ biến cho rằng trung tâm thương mại là một khu vực, thậm chí cả một đô thị tập trung hoạt động mua bán trao đổi hàng hóa - dịch vụ.

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

2.1. Các loại hình trung tâm thương mại

Trung tâm thương mại tổ chức theo 2 loại hình sau đây:

- Trung tâm thương mại quốc tế (International Trade Center).
- Trung tâm kinh doanh (Business Center) hay còn gọi là trung tâm thương mại.

* *Trung tâm thương mại quốc tế* là sự kết hợp của các tổ chức kinh doanh và các cơ quan Chính phủ có liên quan trong lĩnh vực ngoại thương. Nhưng cần lưu ý rằng, bất cứ một TTTM quốc tế nào cũng là trung tâm kinh doanh thương mại, bổ sung và hỗ trợ các dịch vụ hiện đang có của các tổ chức, cá nhân và các cơ quan Chính phủ.

Về ý tưởng, một TTTM quốc tế sẽ đem tất cả những dịch vụ gắn liền với mậu dịch quốc tế vào một mối. Những dịch vụ này bao gồm các dịch vụ về thông tin thương mại và truyền tin, các câu lạc bộ của TTTM quốc tế, các chương trình giáo dục thương mại, trợ giúp các phái đoàn thương mại, trưng bày và triển lãm cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho ngành thương mại...

Quy mô của TTTM quốc tế phụ thuộc vào quy mô, trình độ phát triển của nền kinh tế như GDP, tổng mức lưu chuyển hàng hóa, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu... và điều kiện đất đai. Nói chung, quy mô của TTTM quốc tế thường rất lớn, tối thiểu diện tích sàn cũng trên 100.000 m², loại quy mô cực lớn như TTTM quốc tế Osaka - Nhật Bản có diện tích sàn là 936.000m².

Các hạng mục công trình chính trong TTTM quốc tế bao gồm:

- Văn phòng cho thuê.
- Trung tâm thông tin thương mại quốc tế.
- Trung tâm hội thảo quốc tế.
- Trung tâm hội chợ và triển lãm.
- Các cơ quan đại diện cho các ngành có liên quan đến thương mại như ngân hàng, thị trường chứng khoán, hải quan, các hãng bảo hiểm, giao thông vận tải...
- Khách sạn và căn hộ cho thuê.
- Trung tâm dịch vụ giải trí.
- Trung tâm giao dịch buôn bán hàng hóa.
- Cửa hàng và siêu thị.
- Bãi đỗ xe.

Trung tâm thương mại quốc tế thường được hình thành ở thủ đô, các đô thị lớn, là hạt nhân của hoạt động xuất nhập khẩu trong vùng, góp phần quan trọng trong việc hội nhập với thị trường khu vực và thị trường quốc tế. Tùy thuộc vào khả năng phát triển thương mại và điều kiện đất đai, ở các đô thị lớn thường chỉ có từ 1 đến 2 trung tâm thương mại quốc tế.

* *Trung tâm kinh doanh hay TTTM* thường có quy mô nhỏ hơn nhiều với TTTM quốc tế và các dịch vụ không hoàn chỉnh như các TTTM quốc tế.

2.2. Tiêu chuẩn trung tâm thương mại

Theo Quy chế siêu thị, trung tâm thương mại ban hành kèm theo Quyết định số 137/ 2004/ QĐ - BTM ngày 24/ 09/ 2004 của Bộ trưởng Bộ Thương mại thì được gọi là Trung tâm thương mại và phân hạng trung tâm thương mại nếu cơ sở kinh doanh thương mại có địa điểm kinh doanh phù hợp với quy hoạch phát triển mạng lưới thương mại của tỉnh, thành phố và có quy mô, trình độ tổ chức kinh doanh đáp ứng các tiêu chuẩn cơ bản của một trong ba hạng Trung tâm thương mại theo quy định dưới đây:

** Trung tâm thương mại hạng I.*

- Có diện tích kinh doanh từ 50.000m² trở lên và có nơi trông giữ xe phù hợp với quy mô kinh doanh của Trung tâm thương mại.

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

- Hoạt động đa chức năng cả về kinh doanh hàng 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 diện tích kinh doanh từ 30.000m² trở lên và có nơi trông giữ xe phù hợp với quy mô kinh doanh của trung tâm thương mại.

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

- Hoạt động đa chức năng cả về kinh doanh hàng 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 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, tư vấn môi giới đầu tư, du lịch.

** Trung tâm thương mại hạng III.*

- Có diện tích kinh doanh từ 10.000m² trở lên và có nơi trong giữ xe phù hợp với quy mô kinh doanh của Trung tâm thương mại.

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

- Hoạt động đa chức năng cả về kinh doanh hàng 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; khu vực để trưng bày giới thiệu hàng hóa; khu vực dành cho hoạt động ăn uống, vui chơi giải trí, cho thuê văn phòng làm việc; phòng họp để tổ chức các hội nghị, hội thảo, giao dịch và ký kết các hợp đồng thương mại trong ngoài nước khu vực dành cho hoạt động tư vấn, môi giới đầu tư, du lịch.

2.3. Quy hoạch mạng lưới trung tâm thương mại trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa

**** Thành Phố Nha Trang:***

Dự kiến quy hoạch phát triển trung tâm thương mại trên địa bàn thành phố Nha Trang như sau:

- Xây dựng trung tâm thương mại – khách sạn Hoàn Cầu tại 20 Trần Phú, thành phố Nha Trang, có qui mô hạng III, diện tích kinh doanh là 13.094 m² và kinh phí đầu tư là 78,564 tỉ đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

- Xây dựng trung tâm thương mại Tràng Tiền tại số 2 Nguyễn Thị Minh Khai, có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 3.800 m², diện tích kinh doanh là 3.000 m², kinh phí đầu tư là 50 tỷ đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

- Xây dựng trung tâm thương mại Maximark tại 60 đường Thái Nguyên, Nha Trang, có qui mô hạng I, diện tích mặt bằng là 7.823 m², diện tích kinh doanh >50.000 m², kinh phí đầu tư là 200 tỷ đồng, giai đoạn 2006-2010.

- Xây dựng trung tâm thương mại tại số 44-46 Lê Thánh Tôn, có qui mô hạng I, diện tích 6.530m².

- Xây dựng trung tâm thương mại tại xã Vĩnh Thái, có qui mô hạng II, diện tích mặt bằng là 44.160 m², kinh phí đầu tư là 176,64 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

- Xây dựng trung tâm mua sắm tại khu vực sân bay Nha Trang cũ, bao gồm các doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng, các dịch vụ ngân hàng, bảo hiểm, bưu chính viễn thông, các văn phòng đại diện, các gian hàng giới thiệu sản phẩm..., diện tích mặt bằng là 20 ha, diện tích sàn kinh doanh là 200.000 m², kinh phí xây dựng là 100 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

- Xây dựng trung tâm bán buôn hàng hoá tại khu vực sân bay Nha Trang cũ, cung cấp hàng hoá cho hệ thống bán lẻ tại cửa tỉnh Khánh Hòa. Trung tâm bán buôn bao gồm các phân khu chức năng như khu trưng bày và giới thiệu sản phẩm, văn phòng giao dịch, hệ thống kho bãi, kho bảo quản, khu dịch vụ hậu

cần, dịch vụ vận chuyển, ngân hàng, bảo hiểm, bưu chính viễn thông, hệ thống giao thông nội khu...., diện tích mặt bằng là 10 ha, diện tích sàn kinh doanh là 100.000 m², kinh phí xây dựng là 50 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

- Xây dựng một trung tâm hội chợ, triển lãm tại Phường Vĩnh Nguyên (kho xăng dầu cũ), thành phố Nha Trang, phục vụ nhu cầu giao lưu, trao đổi và phát triển thương mại, diện tích mặt bằng là 5,9 ha, kinh phí 50 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

** Huyện Vạn Ninh:*

Trong giai đoạn 2011-2020, dự kiến qui hoạch phát triển trung tâm thương mại tại khu trung tâm bán đảo Hòn Gôm (thuộc khu trung tâm thương mại – tài chính – ngân hàng, kinh tế tổng hợp vịnh Vân Phong) có qui mô hạng I, diện tích kinh doanh là 100.000 m², kinh phí xây dựng là 250 tỷ đồng, trong đó ngân sách tỉnh là 8 tỷ, huy động từ nguồn tư nhân và nguồn khác là 242 tỷ đồng.

** Thị xã Cam Ranh:*

- Xây dựng trung tâm thương mại Cam Ranh (bao gồm cả siêu thị Maximark), có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 3.600 m², kinh phí xây dựng là 19 tỷ đồng, giai đoạn 2006-2010.

- Xây dựng trung tâm thương mại tại xã Cam Đức, dự kiến có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 1ha, kinh phí xây dựng là 60 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

- Xây dựng trung tâm thương mại tại lô 16 khu du lịch bán đảo Bắc sân bay Cam Ranh, có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 1ha, kinh phí xây dựng là 60 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

- Xây dựng trung tâm thương mại tại lô 21 khu du lịch bán đảo Bắc sân bay Cam Ranh, có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 1ha, kinh phí xây dựng là 60 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

- Xây dựng trung tâm thương mại tại phường Cam Nghĩa, có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 1ha, kinh phí xây dựng là 60 tỷ đồng. giai đoạn 2011-2020.

** Huyện Ninh Hoà:*

Trong giai đoạn 2011-2020, Dự kiến qui hoạch phát triển trung tâm thương mại trên địa bàn huyện Ninh Hoà như sau:

- Xây dựng trung tâm thương mại tại chợ thị trấn Ninh Hoà cũ, có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 7.800 m², kinh phí xây dựng là 46,8 tỷ đồng.

- Xây dựng trung tâm thương mại tại dọc trên trục đường Bắc Nam (khu vực thị trấn), có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 2ha, kinh phí xây dựng là 120 tỷ đồng.

- Xây dựng trung tâm thương mại tại khu Ninh Thủy – Ninh Phước, có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 1ha, kinh phí xây dựng là 60 tỷ đồng.

- Xây dựng trung tâm thương mại tại khu Ninh Hải, có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 1ha, kinh phí xây dựng là 60 tỷ đồng.

** Huyện Diên Khánh:*

- Xây dựng trung tâm thương mại tại ngã tư QL1A và tỉnh lộ 2, có qui mô hạng I, diện tích mặt bằng là 5ha, kinh phí đầu tư là 65 tỷ đồng, trong đó ngân sách tỉnh là 10 tỷ đồng, ngân sách huy động từ nguồn tư nhân và nguồn khác là 55 tỷ đồng, giai đoạn 2011 – 2020.

- Xây dựng trung tâm thương mại tại khu đô thị mới Nam Sông Cái, có qui mô hạng III, diện tích mặt bằng là 1ha, kinh phí xây dựng là 60 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

** Huyện Khánh Vĩnh:*

Giai đoạn 2011-2020, xây dựng trung tâm thương mại tại thị trấn Khánh Vĩnh, có qui mô hạng III, diện tích kinh doanh là 6.000 m², kinh phí xây dựng là 12 tỷ đồng, nguồn ngân sách tỉnh.

** Huyện Khánh Sơn:*

Giai đoạn 2011-2020, xây dựng trung tâm thương mại gắn với chợ tại thị trấn Tô Hạp, có qui mô hạng III, diện tích kinh doanh là 6.000 m², kinh phí xây dựng là 18 tỷ đồng, nguồn ngân sách tỉnh là 9 tỷ đồng, huy động từ nguồn tư nhân và nguồn khác là 9 tỷ đồng.

3. Quy hoạch mạng lưới siêu thị

Dự kiến tập trung phát triển hệ thống siêu thị tại thành phố Nha Trang và tại các huyện lỵ. Tuy nhiên, căn cứ vào điều kiện phát triển dân số, qui hoạch dân cư và phát triển đô thị cũng như quá trình cải thiện thu nhập và mở rộng nhu cầu tiêu dùng của dân cư, quá trình phát triển sản xuất và mở rộng các nguồn cung ứng hàng hoá,... hệ thống siêu thị được hình thành mới sẽ khác nhau về số lượng, qui mô cũng như thời gian xây dựng tùy theo từng địa bàn. Cụ thể như sau:

Thành phố Nha Trang:

- *Số siêu thị hiện có trên địa bàn Thành phố Nha Trang*

- + Siêu thị Maximark tại 66 Quang Trung.
- + Siêu thị điện máy tại 41 Nguyễn Thị Minh Khai.
- + Siêu thị Toàn Thủy tại đầu cầu Dừa-Vĩnh Hiệp.
- + Siêu thị Sách Tân Tiên - đường Lê Thành Phương.
- + Siêu thị nội thất - đường Thống Nhất.

- *Số siêu thị dự kiến xây dựng mới trong kỳ quy hoạch:*

+ Xây dựng siêu thị tại khu nhà ở, biệt thự INCOMEX (phường Vĩnh Hoà), có qui mô hạng III, diện tích kinh doanh là 1.005 m², kinh phí xây dựng là 4,02 tỷ đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

+ Xây dựng siêu thị tại khu Hòn Rớ, có qui mô hạng II, diện tích kinh doanh là 4.680 m², kinh phí xây dựng là 23,4 tỷ đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

+ Xây dựng siêu thị chuyên doanh thủy sản tại chợ Đầm, thành phố Nha Trang, có qui mô hạng I, diện tích kinh doanh tối thiểu là 1.000 m², kinh phí xây dựng là 6 tỷ đồng, giai đoạn 2006-2010.

+ Siêu thị tại Vĩnh Diêm Trung - xã Vĩnh Trung, có qui mô hạng I, diện tích là 5.381 m², kinh phí xây dựng là 3,3 tỷ đồng, giai đoạn 2006-2010.

+ Siêu thị tại khu dân cư, du lịch và sinh thái Phú Quý - phường Vĩnh Nguyên, có qui mô hạng II, diện tích là 2.000 m², kinh phí xây dựng là 10 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

+ Siêu thị tại khu dân cư, khu du lịch Đồng Bé - xã Vĩnh Lương, có qui mô hạng III, diện tích là 1.000 m², kinh phí xây dựng là 4 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

Huyện Vạn Ninh:

- Số siêu thị hiện có: Không

- Số siêu thị dự kiến xây dựng trong kỳ quy hoạch:

+ Xây dựng siêu thị tại khu dân cư Vạn Thắng, có qui mô hạng II, diện tích là tối thiểu là 2.000 m², kinh phí xây dựng là 10 tỷ đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

+ Xây dựng siêu thị tại khu đô thị mới Tu Bông phục vụ cho khu vực phía Bắc huyện và khu vực vịnh Vân Phong, có qui mô hạng I, diện tích mặt bằng là 8.000 m², kinh phí xây dựng là 48 tỷ đồng, giai đoạn 2011 - 2020.

+ Xây dựng siêu thị tại khu kinh tế Vân Phong, có qui mô hạng I, diện tích là 5.000 m², kinh phí xây dựng là 30 tỷ đồng, giai đoạn 2011 - 2020.

Thị xã Cam Ranh:

- Số siêu thị hiện có: không

- Số siêu thị dự kiến xây dựng trong kỳ quy hoạch:

+ Xây dựng siêu thị tại phường Cam Thuận, có qui mô hạng II, diện tích mặt bằng là 3.621 m², kinh phí xây dựng là 20 tỷ đồng, giai đoạn 2006 - 2010.

+ Siêu thị tại phường Cam Lộc, có qui mô hạng III, diện tích 500 m², kinh phí xây dựng là 2 tỷ đồng, giai đoạn 2006-2010.

+ Xây dựng siêu thị tại phường Cam Phú (khu đô thị mới lấn biển thuộc 3 phường), có qui mô hạng I, diện tích 5.000 m², kinh phí xây dựng là 30 tỷ đồng, giai đoạn 2011 - 2020.

+ Siêu thị tại xã Cam Thịnh Đông, có qui mô hạng III, diện tích là 500 m², kinh phí xây dựng là 2 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

+ Siêu thị tại Khu đô thị lấn biển, có qui mô hạng II, diện tích là 2.000 m², kinh phí xây dựng là 10 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

Huyện Ninh Hoà:

- Số siêu thị hiện có: không

- Số siêu thị dự kiến trong kỳ kế hoạch:

+ Siêu thị tại trung tâm thị trấn, tại thôn 9 + thôn 10, có qui mô hạng III, diện tích là 500 m², kinh phí xây dựng là 2 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

Huyện Diên Khánh:

- Số siêu thị hiện có: không

- Số siêu thị dự kiến trong kỳ kế hoạch:

+ Xây dựng siêu thị tại Thị trấn, trên cơ sở nâng cấp, cải tạo một phần của chợ Thành, có qui mô hạng III, diện tích là 500 m², kinh phí xây dựng là 2 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020.

Dự tính nhu cầu vốn đầu tư xây dựng trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2006-2020

Địa bàn	Loại hình	Diện tích (m ²)		Mức đầu tư (tỷ đồng)	
		2006-2010	2011-2020	2006-2010	2011-2020
Nha Trang	Trung tâm thương mại	66.893	403.160	328,564	376,64
	Siêu thị	12.566	3.000	37,22	14
Vạn Ninh	Trung tâm thương mại		100.000		250
	Siêu thị	2.000	13.000	10	78
Cam Ranh	Trung tâm thương mại	3.600	40.000	19	240
	Siêu thị	4.121	7.500	22	42
Ninh Hoà	Trung tâm thương mại		47.800		286,8
	Siêu thị		500		2
Diên Khánh	Trung tâm thương mại		60.000		125
	Siêu thị		500		2
Khánh Vĩnh	Trung tâm thương mại		6.000		12
	Siêu thị				
Khánh Sơn	Trung tâm thương mại		6.000		18
	Siêu thị				
Tổng số	Trung tâm thương mại	70.493	662.960	347,564	1.308,44
	Siêu thị	18.687	24.500	69,22	138

Ngoài các vị trí quy hoạch nêu cụ thể trên, các dự án xây dựng Trung tâm thương mại, Siêu thị ở các khu thương mại nội thành, nội thị nếu phù hợp với yêu cầu phát triển thương mại từng giai đoạn sẽ được UBND tỉnh xem xét đối với từng dự án.

IV. TỔNG HỢP NHU CẦU VỐN ĐẦU TƯ VÀ LỰA CHỌN ƯU TIÊN ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ TỈNH KHÁNH HOÀ ĐẾN NĂM 2020

1. Tổng hợp nhu cầu vốn đầu tư phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh

Dự kiến kinh phí về quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị bao gồm kinh phí xây dựng mới các chợ, trung tâm thương mại, siêu thị và kinh phí để sửa chữa, nâng cấp các chợ hiện có. Tổng hợp vốn đầu tư phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị tỉnh Khánh Hoà như sau:

Tổng hợp nhu cầu vốn đầu tư xây dựng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020

	Mức đầu tư (tỷ đồng)	
	2006-2010	2011-2020
Chợ	133,61	89,04
Trung tâm thương mại	347,564	1308,44
Siêu thị	69,22	138
Tổng cộng	550,394	1.535,48

Như vậy, trong giai đoạn 2006 - 2010, dự kiến tổng nhu cầu vốn đầu tư phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà khoảng 550,394 tỷ đồng (bình quân mỗi năm cần khoảng 110 tỷ đồng) và giai đoạn 2011-2020 khoảng 1.535,48 tỷ đồng (bình quân mỗi năm cần khoảng 153,5 tỷ đồng).

2. Lựa chọn ưu tiên đầu tư phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh.

Quá trình phát triển kinh tế và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh Khánh Hoà thời kỳ 2006-2020 sẽ tạo điều kiện tăng tích lũy và tái đầu tư cho việc phát triển cơ sở hạ tầng trong đó có cơ sở hạ tầng thương mại. Tiềm lực kinh tế của tỉnh trong thời kỳ dự báo có nhiều lợi thế hơn so với các tỉnh khác nên có khả năng chi đầu tư từ ngân sách địa phương cho các công trình thương mại nói chung và cho các công trình chợ, trung tâm thương mại, siêu thị nói riêng trong thời kỳ quy hoạch. Tuy nhiên, điều đó cũng phụ thuộc vào tiến độ đầu tư phát triển kinh tế chung của tỉnh, nhất là đầu tư phát triển các khu, cụm công nghiệp và các khu đô thị.

Trong thời kỳ từ nay đến năm 2020, vốn đầu tư xây dựng các công trình chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà bình quân hàng năm vào khoảng 100 tỷ đồng. Như vậy, ngoài phần vốn đầu tư từ ngân sách (vốn ngân sách hỗ trợ đầu tư từ Trung ương hiện nay được thực hiện theo quyết định 210/2006/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Theo đó ngân sách Trung ương chỉ hỗ trợ vốn đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng cho các chợ đầu mối của các vùng kinh tế trọng điểm, vùng sản xuất hàng hoá lớn của địa phương và các chợ ở các

xã khó khăn miền núi, vùng sâu, vùng xa) cần phải chú trọng đến việc tạo lập môi trường đầu tư thuận lợi và huy động tối đa khả năng đầu tư từ các nguồn vốn khác cho việc xây dựng các công trình chợ, trung tâm thương mại, siêu thị và cần phải xác định được mức độ ưu tiên đầu tư hợp lý.

Lựa chọn đầu tư được xác định theo từng giai đoạn như sau:

+ Giai đoạn 2006 - 2010: tập trung triển khai thực hiện quy hoạch về vị trí và xác định ranh giới mặt bằng của chợ, trung tâm thương mại, siêu thị. Trên cơ sở đó, thực hiện việc đền bù, giải phóng mặt bằng đối với các chợ cần mở rộng, các chợ, trung tâm thương mại, siêu thị cần xây dựng mới. Tiến hành giải toả và di dời các chợ không phù hợp với qui hoạch, đồng thời ưu tiên việc nâng cấp, sửa chữa và mở rộng một số chợ hiện có đảm bảo thực hiện các mục tiêu bảo vệ môi trường, an toàn vệ sinh thực phẩm, tăng số hộ kinh doanh cố định trên các chợ,... Bên cạnh đó, tập trung xây dựng chợ các chợ còn thiếu tại các xã phường trên toàn tỉnh, tạo ra xung lực để thúc đẩy sản xuất hàng hóa và tiêu dùng của tỉnh phát triển. Trong giai đoạn này cũng bắt đầu xây dựng một số trung tâm thương mại tại thành phố Nha Trang và các siêu thị tại Nha Trang và thị xã Cam Ranh.

+ Giai đoạn 2011 - 2020: sửa chữa, nâng cấp các chợ bán lẻ trên địa bàn tỉnh, di dời một số chợ tại huyện Diên Khánh theo như dự kiến tại thời kỳ đầu của qui hoạch. Thực hiện đầu tư hoàn chỉnh các chợ bán buôn hàng nông sản tại Ninh Hoà và Diên Khánh. Xây dựng mới các chợ tại các khu đô thị và các cửa hàng mua sắm tại các khu du lịch và tiếp tục đầu tư xây dựng các trung tâm thương mại và siêu thị tại thành phố Nha Trang, thị xã Cam Ranh và tất cả các địa bàn còn lại (trước hết là ở các khu đô thị phát triển, khu dân cư tập trung). Ở cuối kỳ qui hoạch cần tiếp tục đầu tư sửa chữa nâng cấp, tái đầu tư vào cơ sở vật chất của các chợ trên địa bàn tỉnh.

3. Phân kỳ đầu tư phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh

Trên cơ sở lựa chọn ưu tiên đầu tư, việc phân kỳ đầu tư xây dựng mới các chợ, trung tâm thương mại, siêu thị và nâng cấp, sửa chữa chợ trên địa bàn tỉnh được tính toán chỉ để xây dựng kế hoạch huy động vốn chứ rất khó xác định mốc thời gian đầu tư cho từng công trình cụ thể, bởi vì việc đầu tư xây dựng cụ thể một loại hình thương mại không chỉ phụ thuộc vào khả năng huy động vốn mà còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau như tập quán, trình độ mua sắm hàng hóa của dân cư, dung lượng hàng hóa lưu thông trên thị trường...

Từ nay đến năm 2010 và năm 2020, dự kiến phân kỳ đầu tư xây dựng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà như sau:

Phân kỳ vốn đầu tư xây dựng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị tỉnh Khánh hoà đến năm 2020

Đơn vị tính: tỷ đồng

	Tổng số		Chợ		TTTM,ST	
	2006-2010	2011-2020	2006-2010	2011-2020	2006-2010	2011-2020

Toàn tỉnh	550,394	1.535,48	133,61	89,04	416,784	1.446,44
Nha Trang	391,984	392,64	26,2	2	365,784	309,64
Vạn Ninh	29,9	339,928	19,9	11,928	10	328
Cam Ranh	68,04	296.692	27,04	14,692	41	282
Ninh Hoà	25,818	324	25,818	35,2	0	288,8
Diên Khánh	14,836	143,06	14,836	16,06	0	127
Khánh Vĩnh	8,86	20,2	8,86	8,2	0	12
Khánh Sơn	10,956	18,96	10,956	0,96	0	18

4. Phân bổ nguồn vốn đầu tư phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh

Theo Quyết định 210/2006/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ thì ngân sách Trung ương chỉ hỗ trợ vốn đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng cho các chợ đầu mối của các vùng kinh tế trọng điểm, vùng sản xuất hàng hoá lớn của địa phương và các chợ ở các xã khó khăn miền núi, vùng sâu, vùng xa Do đó việc tính toán các nguồn vốn bao gồm vốn từ ngân sách Trung ương, vốn từ ngân sách địa phương và các nguồn vốn khác là rất cần thiết. Vốn hỗ trợ đầu tư từ ngân sách Trung ương và địa phương cho phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà dự kiến được phân bổ như sau:

Kinh phí hỗ trợ xây dựng chợ, trung tâm thương mại (Đơn vị tính: tỷ đồng)

TT	Tên chợ	Địa chỉ	Kinh phí XD	Kinh phí hỗ trợ	
				Trung ương	Địa phương
A	Chợ các xã miền núi		73,336	18	55,336
I	Giai đoạn 2006-2010		18,216	8,0	10,216
1	Chợ xây mới		14,4	6,2	7,2
1.1	Huyện Khánh Vĩnh				
	Chợ Khánh Trung	Thôn Suối Cá, xã Khánh Trung	1,6	0,7	0,9
	Chợ Khánh Đông	Trung tâm xã Khánh Đông	2,4	1,0	1,4
	Chợ Khánh Phú	Thôn Giang Mương, xã Khánh Phú	1,6	0,7	0,9
	Chợ xã Khánh Hiệp	Thôn Cà Thiêu, xã Khánh Hiệp	2,4	1,0	1,4
1.2	Huyện Khánh Sơn				
	Chợ Ba Cùm Bắc	Trung tâm xã Ba Cùm Bắc	1,6	0,7	0,9
	Chợ Ba Cùm Nam	Trung tâm xã Ba Cùm Nam	1,6	0,7	0,9
	Chợ Thành Sơn	Trung tâm xã Thành Sơn	1,6	0,7	0,9
	Chợ Sơn Trung	Trung tâm xã Sơn Trung	1,6	0,7	0,9
2	Chợ cải tạo, nâng cấp		5,356	1,8	3,556
2.1	Huyện Khánh Vĩnh				

	Chợ Liên Sang	Xã Liên Sang	0,8	0,35	0,45
2.2	<i>Huyện Khánh Sơn</i>				
	Chợ Sơn Lâm	Xã Sơn Lâm	0,816	0,35	0,466
	Chợ Sơn Bình	Xã Sơn Bình	1,24	0,60	0,64
	Chợ thị trấn Tô Hạp	Thị trấn Tô Hạp	2,5	0,5	2,0
II	Giai đoạn 2011-2020		55,12	10,00	45,12
1.	Chợ xây mới		4,0	1,0	3,0
1.1	<i>Huyện Khánh Vĩnh</i>				
	Chợ Khánh Nam	Xã Khánh Nam	2,0	0,5	1,5
	Chợ Khánh Thành	Xã Khánh Thành	2,0	0,5	1,5
2	Chợ cải tạo, nâng cấp		5,16	1,0	4,16
2.1	<i>Huyện Khánh Vĩnh</i>				
	Chợ thị trấn huyện	Thị trấn Khánh Vĩnh	4,2	0,5	3,7
2.2	<i>Huyện Khánh Sơn</i>				
	Chợ Sơn Hiệp	Xã Sơn Hiệp	0,96	0,5	0,46
B	Chợ đầu mối nông sản		45	8	37
1	Chợ đầu mối tổng hợp huyện Ninh Hoà		30	5	25
2	Chợ đầu mối chuyên doanh nông sản huyện Diên Khánh		15	3	12
C	Trung tâm thương mại		345		39
I	Giai đoạn 2011-2020				39
	TTTM tại khu trung tâm bán đảo Hòn Gốm	Khu trung tâm bán đảo Hòn Gốm	250		8
	TTTM tại ngã tư QL1A và tỉnh lộ 2	Huyện Diên Khánh	65		10
	TTTM thị trấn Khánh Vĩnh	Thị trấn Khánh Vĩnh	12		12
	TTTM thị trấn Tô Hạp	Chợ thị trấn Tô Hạp	18		9
	Tổng cộng		463,336	26	131,336

Như vậy, tổng vốn đầu tư từ ngân sách Trung ương để xây dựng phát triển chợ xã miền núi và chợ đầu mối là 26 tỷ đồng, trong đó giai đoạn 2006-2010 là 8 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020 là 18 tỷ đồng. Vốn đầu tư từ ngân sách của tỉnh là 131,336 tỷ đồng, trong đó giai đoạn 2006 -2010 là 10,216 tỷ đồng, giai đoạn 2011-2020 là 121,12 tỷ đồng.

Phần thứ năm

CÁC GIẢI PHÁP VÀ CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KHÁNH HOÀ

I. CÁC GIẢI PHÁP VÀ CHÍNH SÁCH KHUYẾN KHÍCH THU HÚT VỐN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KHÁNH HOÀ

1. Giải pháp huy động các nguồn vốn đầu tư

Theo kết quả tổng hợp vốn đầu tư xây dựng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị thời kỳ đến năm 2010 và năm 2020 cho thấy, để thực hiện quy hoạch đã đề ra, hàng năm tỉnh Khánh Hoà cần huy động khoảng 102 tỷ đồng để xây dựng cơ sở vật chất chợ, trung tâm thương mại, siêu thị, chưa kể các hạng mục đầu tư khác có liên quan khác. Nếu so sánh với tình hình đầu tư xây dựng chợ thực tế trong những năm vừa qua có thể thấy rằng, để đảm bảo được mức đầu tư xây dựng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn như dự kiến cần phải có các giải pháp, chính sách khuyến khích thu hút vốn đầu tư để xây dựng các công trình thương mại này.

Vốn đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật chợ và các loại hình thương nghiệp khác có thể được huy động từ các nguồn: nguồn vốn Ngân sách Nhà nước, nguồn vốn vay tín dụng, vốn từ các hộ kinh doanh và các nguồn vốn xã hội khác. Tuy nhiên, thực tế trong nhiều năm qua cho thấy, việc huy động các nguồn vốn đầu tư xây dựng các công trình này còn nhiều hạn chế không chỉ trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà mà cả trên địa bàn toàn quốc. Nguyên nhân có từ nhiều phía:

Thứ nhất, đầu tư của Nhà nước đối với hệ thống chợ vẫn chưa được chú trọng đúng mức để đảm nhận thực hiện việc mua bán sản phẩm hàng hóa.

Thứ hai, ngân sách địa phương đầu tư vào phát triển cơ sở vật chất thương mại tăng lên không đáng kể.

Thứ ba, giải pháp đầu tư là Nhà nước và nhân dân cùng tham gia chỉ phù hợp với những khu vực buôn bán phát triển, có nhiều hộ tư thương, trong khi đó, tại các khu vực nông thôn (xã, thôn) thì giải pháp này khó có khả năng áp dụng. Hơn nữa, giải pháp này mới chỉ nhằm vào các hộ kinh doanh trực tiếp mà chưa huy động được các nguồn vốn xã hội khác.

Thời gian qua, việc huy động vốn từ ngân sách nhà nước để phát triển chợ của các địa phương chủ yếu dựa trên các văn bản như Nghị định 02/2003/NĐ-CP của Chính phủ và Quyết định số 559/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ.

Theo đó *ngân sách Trung ương* sẽ hỗ trợ đầu tư như sau:

- Hỗ trợ xây dựng hạ tầng các chợ đầu mối nông sản, thực phẩm; chợ chuyên doanh ngành nông sản, thủy sản cấp khu vực nhằm tiêu thụ hàng hoá ở các vùng sản xuất tập trung về nông, lâm, thủy sản.

- Chợ trung tâm cụm xã, chợ ở xã vùng sâu, vùng xa, hải đảo thuộc các chương trình phát triển kinh tế xã hội, xoá đói giảm nghèo, định canh định cư của Nhà nước thực hiện lồng ghép từ các Chương trình Quốc gia; chương trình phát triển trung tâm cụm xã.

Ngân sách địa phương hỗ trợ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, nhà chợ của các chợ hạng I; chợ ở các đô thị lớn theo quy hoạch, đúng vị trí trọng điểm về kinh tế thương mại của các tỉnh, thành phố, làm trung tâm giao lưu hàng hoá và phục vụ nhu cầu tiêu dùng trên địa bàn.

Gần đây, tại Quyết định 210/2006/QĐ-TTg ngày 12/9/2006 của Thủ tướng Chính phủ đối với chợ đầu mối thì chỉ có dự án chợ đầu mối ở các vùng kinh tế trọng điểm, vùng sản xuất hàng hoá nông sản, hải sản lớn phục vụ phát triển kinh tế vùng và xuất khẩu theo qui định, được đặt tại các địa phương có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, có tỷ lệ ngân sách trung ương bổ sung để cân đối ngân sách địa phương lớn hơn 50% tổng dự toán chi ngân sách địa phương mới được hỗ trợ đầu tư.

Như vậy, trong thời kỳ đến năm 2010 và năm 2020, để đảm bảo vốn thực hiện quy hoạch phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà cần phải xác định rõ nguồn vốn ngân sách Trung ương và địa phương dành cho phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị, đồng thời phải tăng cường khuyến khích thu hút các nguồn vốn đầu tư từ xã hội vào xây dựng các công trình này bằng các giải pháp như:

a) *Đối với nguồn vốn ngân sách:*

*** Ngân sách Trung ương:**

Đối với Khánh Hoà, chỉ huy động được nguồn vốn từ ngân sách Trung ương, vốn được huy động trên cơ sở lồng ghép với Chương trình phát triển kinh tế - xã hội, xoá đói giảm nghèo của Nhà nước để hỗ trợ đầu tư nâng cấp, cải tạo hoặc xây dựng mới chợ ở các cụm xã miền núi thuộc các huyện Khánh Sơn và Khánh Vĩnh.

Theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 2472/VPCP - KTTH ngày 10/5/2006 của Văn phòng Chính phủ, Bộ Kế hoạch và Đầu tư được giao nhiệm vụ chủ trì, phối hợp với Bộ Tài chính, Bộ Thương mại xây dựng Danh mục kết cấu hạ tầng thương mại trên phạm vi cả nước có sự hỗ trợ đầu tư từ ngân sách Trung ương; bố trí kinh phí bổ sung có mục tiêu để hỗ trợ triển khai thực hiện các dự án thuộc Danh mục. Vì vậy, hàng năm Nhà nước dành một khoản ngân sách để hỗ trợ đầu tư chợ theo nguyên tắc: Ngân sách trung ương hỗ trợ một phần vốn đầu tư đối với những dự án:

+ Ở địa bàn khó khăn, vùng sâu, vùng xa; những dự án quan trọng cả tỉnh chất lượng vượt quá khả năng của địa phương;

+ Chiếm lĩnh thị trường, miền núi thuộc vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn sẽ cần gặp nhiều khó khăn, những nơi đang cần chi tiêu gấp phải ưu tiên xuất và cải thiện đời sống cho đồng bào;

+ Các chợ đầu mối tổng hợp hoặc chuyên ngành của tỉnh, vùng hoặc liên vùng để đẩy mạnh tiêu thụ nông sản, góp phần tăng trưởng xuất khẩu và phát triển sản xuất, kinh doanh nhưng vượt quá khả năng của ngân sách địa phương;

Do đó, trên cơ sở đánh giá hiệu quả, rút kinh nghiệm công tác đầu tư phát triển chợ trong những năm vừa qua theo Nghị định 02/2003NĐ-CP và Quyết định 559/QĐ-TTg, UBND tỉnh Khánh Hoà chỉ đạo Sở Du lịch-Thương mại phối hợp với các cơ quan liên quan xây dựng, trình UBND tỉnh xem xét, phê duyệt Danh mục các dự án phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn, trên cơ sở đó lựa chọn những dự án (chủ yếu là chợ) đề nghị ngân sách trung ương hỗ trợ vốn đầu tư theo các nguyên tắc. Từng dự án phải ghi rõ tên, địa chỉ, tính chất và cấp hạng từng loại hình và dự toán mức vốn đề nghị hỗ trợ cụ thể, Bộ Thương mại có trách nhiệm tổng hợp, thẩm định và phối hợp với các bộ, ngành liên quan xây dựng Danh mục chung trình Thủ tướng Chính phủ xem xét, phê duyệt.

Trên cơ sở đó, tỉnh Khánh Hoà xây dựng kế hoạch, lộ trình thực hiện đến 2015 và từng năm một, có thứ tự ưu tiên đối với những dự án quan trọng nhằm đáp ứng nhu cầu bức xúc của sản xuất, kinh doanh và phục vụ đời sống của nhân dân.

**** Ngân sách địa phương:***

Ngân sách địa phương sẽ chủ yếu hỗ trợ đầu tư đối với các chợ trung tâm thị xã, thị trấn, chợ ở các cụm xã, vùng sâu, vùng xa, chợ chuyên doanh ngành nông sản, thực phẩm, thủy sản. Đối với những huyện, xã còn nhiều khó khăn về kinh tế và không có khả năng tự xây được chợ, nguồn vốn đầu tư chợ chủ yếu từ ngân sách của tỉnh.

Một đặc điểm khi thực hiện quy hoạch chợ trên địa bàn các tỉnh là nguồn vốn đầu tư yêu cầu cao và tập trung trong từng thời điểm, trong khi nguồn vốn hỗ trợ từ Trung ương rất hạn chế. Như vậy, trong thời kỳ đến năm 2010 và 2015; để đảm bảo vốn thực hiện quy hoạch phát triển chợ, Khánh Hoà cần dành vốn từ ngân sách địa phương để phát triển chợ, trung tâm thương mại và siêu thị trên cơ sở vận dụng một số giải pháp chủ yếu sau đây:

- *Ngân sách tỉnh:* Ngoài việc bố trí ngân sách thích hợp để xây dựng qui hoạch hệ thống chợ trên địa bàn, ngân sách địa phương cần dành những tỷ lệ thoả đáng cho việc bồi thường thiệt hại, giải phóng mặt bằng, xây dựng khu tái định cư, xây dựng kết cấu hạ tầng giao thông, điện nước... chủ yếu đối các chợ nêu trên.

Việc xác định các qui mô của nguồn đầu tư xây dựng từ ngân sách được căn cứ vào các khoản nộp ngân sách hàng năm của hệ thống chợ trên địa bàn, kể cả khoản thuế thu từ các hộ kinh doanh liên quan và nguồn hỗ trợ khác từ ngân sách Trung ương.

- *Ngân sách các quận, huyện, thị xã, thành phố thuộc tỉnh:* trên cơ sở dự án xây dựng chợ đã được UBND tỉnh phê duyệt và đối với những chợ đã được ngân sách tỉnh hỗ trợ một phần, các huyện cần chủ động tạo nguồn thu để xây

dựng, nâng cấp, mở rộng các chợ trên địa bàn theo qui hoạch và kế hoạch được duyệt. Nguồn thu từ chợ (ngoài thuế) như cho thuê quầy sạp, thu hút từ các hoạt động dịch vụ, hoa chi... cần được quản lý thống nhất, hình thành nguồn thu tập trung. Quĩ này sau khi chi trả các khoản chi phí quản lý, phần còn lại để nâng cấp, mở rộng hoặc xây mới chợ.

- Riêng đối với các huyện miền núi, cần đặc biệt chú trọng những giải pháp để tạo nguồn và sử dụng vốn đầu tư phát triển chợ vùng sâu, vùng xa (khu vực II, khu vực III):

+ Tổng kết hoạt động của các chợ đã được xây dựng theo Chương trình 135 (giai đoạn I) tại địa phương trong những năm qua. Ngoài việc rút kinh nghiệm về địa điểm đặt chợ, quy mô, kết cấu chợ... cần rút ra những bài học trong công tác quản lý, sử dụng vốn đầu tư và phối hợp, lồng ghép giữa nguồn vốn đầu tư chợ thuộc Chương trình phát triển chợ (theo Quyết định 559) và nguồn vốn dành cho phát triển chợ thuộc các Chương trình phát triển kinh tế-xã hội khác.

+ Ngoài nguồn vốn thuộc các chương trình của Nhà nước, UBND tỉnh cần ban hành chính sách khuyến khích các nhà máy, xí nghiệp, tổng công ty ngành hàng, kinh doanh dịch vụ (Bưu điện, Du lịch, Giao thông - vận tải...) và doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế đóng trên địa bàn hỗ trợ kinh phí xây dựng chợ và cơ sở hạ tầng (đường giao thông, bưu điện...) tạo điều kiện cho chợ hoạt động có hiệu quả.

- Ngân sách địa phương để phát triển chợ có thể được thực hiện theo các hình thức đầu tư sau:

+ Đầu tư trực tiếp: UBND tỉnh, huyện trực tiếp hoặc giao cho một tổ chức dưới quyền đầu tư theo qui định của pháp luật về quản lý đầu tư và xây dựng. Hình thức đầu tư này có thể áp dụng đối với các chợ ở những địa bàn khó khăn, địa phương không có khả năng tự xây dựng chợ, ngân sách địa phương cần hỗ trợ 100%;

+ Hỗ trợ đầu tư ban đầu: UBND tỉnh, huyện ứng vốn để thực hiện các khoản đầu tư ban đầu như: chi phí lập dự án, giải phóng, san lấp mặt bằng chợ, kể cả đầu tư cơ sở hạ tầng khác như điện, nước các công trình công cộng... Sau đó giao cho các chủ đầu tư tiếp tục đầu tư. Hình thức đầu tư này có thể áp dụng đối với các chợ ở vùng nông thôn có kinh tế hàng hoá phát triển khá, chợ ở vị trí trung tâm của thị trấn, thị xã, thành phố thuộc tỉnh;

+ Đầu tư gián tiếp: thông qua các doanh nghiệp nhà nước hoặc các doanh nghiệp cổ phần có vốn góp của nhà nước. Đây là hình thức đầu tư ở những chợ có quy mô lớn hoặc chợ đầu mối chuyên doanh cấp tỉnh trở lại. Hình thức đầu tư này có thể áp dụng ở những khu vực có trình độ phát triển kinh tế và thương mại khá cao, đủ điều kiện để hình thành công ty cổ phần trong lĩnh vực kinh doanh hoặc đối với các chợ có qui mô lớn.

b/ Đối với nguồn vốn đầu tư của các thành phần kinh tế

Để tăng cường huy động các nguồn vốn đầu tư xã hội vào xây dựng các công trình chợ cần thực hiện các giải pháp:

- Thông báo công khai trên phương tiện thông tin đại chúng về quy hoạch xây dựng và phát triển chợ trên địa bàn để các chủ thể sản xuất, kinh doanh (trong và ngoài tỉnh) yên tâm bỏ vốn đầu tư xây dựng chợ hoặc các cơ sở hạ tầng liên quan đến chợ;

- Áp dụng các chính sách khuyến khích đầu tư phát triển chợ đối với tất cả chủ thể, sản xuất kinh doanh thuộc các thành phần kinh tế. Thực hiện chủ trương “Nhà nước và nhân dân cùng tham gia”, ngoài các hộ kinh doanh, doanh nghiệp là chủ yếu cần huy động các nguồn vốn khác trong xã hội nhằm đa dạng nguồn vốn trong xây dựng và phát triển mạng lưới chợ trên địa bàn;

- Trung tâm Xúc tiến thương mại của tỉnh phối hợp với các Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Xúc tiến Du lịch... tổ chức tuyên truyền, quảng bá và kêu gọi đầu tư chợ;

- Về huy động vốn của thương nhân, trước hết là những người buôn bán tại chợ theo phương thức ứng trước tiền thuê diện tích kinh doanh để xây dựng chợ mới, sau đó trừ dần vào quá trình kinh doanh (có phương án riêng đối với từng chợ);

- Vận động các doanh nghiệp ngành hàng liên quan, các doanh nghiệp đóng trên địa bàn trích một phần kinh phí (quảng cáo, tiếp thị, giới thiệu mặt hàng mới...) để đầu tư đổi lại doanh nghiệp có một phần diện tích (trong thời gian nhất định) trong chợ để giới thiệu hàng;

- Chủ đầu tư có thể liên kết, liên doanh với nhau cùng đầu tư xây dựng chợ và cùng tham gia quản lý.

2. Chính sách của tỉnh nhằm hỗ trợ và thu hút vốn đầu tư phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị

Các giải pháp cơ bản trên đây cần phải được cụ thể hóa bằng những chính sách cụ thể áp dụng cho các loại chợ, trung tâm thương mại, siêu thị tại các khu vực khác nhau với các đối tượng tham gia đầu tư khác nhau để đảm bảo vững chắc hơn nguồn vốn thực hiện quy hoạch phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh như:

2.1. Chính sách hỗ trợ đầu tư của tỉnh

a/ Đầu tư xây dựng mới, xây dựng lại chợ

- Đối với các chợ đầu mối nông sản, thực phẩm, thủy hải sản và các chợ ở vị trí trọng điểm về kinh tế – xã hội của huyện được xây dựng theo quy hoạch, ngân sách tỉnh (bao gồm nguồn vốn ngân sách tỉnh và ngân sách huyện), tùy theo điều kiện cụ thể của từng địa phương và qui mô, vai trò của chợ có thể áp dụng các mức hỗ trợ sau:

- + Hỗ trợ toàn bộ phần hạ tầng kỹ thuật ngoài tường rào, bao gồm: hệ thống cấp thoát nước, hệ thống cấp điện, đường giao thông và chiếu sáng. Đối

với các dự án chợ theo qui hoạch, các đơn vị chuyên ngành của tỉnh chịu trách nhiệm đầu tư xây dựng các công trình về giao thông, điện, nước, bưu chính-viễn thông đến ranh giới của khu đất qui hoạch xây dựng chợ nhằm phát triển đồng bộ cơ sở hạ tầng, tạo điều kiện đưa chợ vào hoạt động được ngay sau khi xây xong chợ;

+ Hỗ trợ (tỷ lệ khác nhau tùy theo địa phương và chợ cụ thể) kinh phí chuẩn bị đầu tư và giải phóng mặt bằng;

+ Hỗ trợ (tỷ lệ khác nhau tùy theo địa phương và chợ cụ thể) xây dựng hạ tầng kỹ thuật trong tường rào, bao gồm: tôn nền, san nền, xây tường rào, hệ thống cấp thoát nước, hệ thống đường điện...

- Đối với những chợ qui mô lớn, có ảnh hưởng đến sự phát triển kinh tế của cả vùng, tỉnh có điều kiện về tài chính có thể xem xét ứng vốn trước để xây dựng nhà lồng chợ, sau đó doanh nghiệp được giao quản lý chợ sẽ hoàn trả sau cho ngân sách tỉnh theo qui định của UBND tỉnh;

- Đối với các chợ hạng III xây dựng theo quy hoạch của tỉnh ở các cụm xã thuộc các Chương trình phát triển kinh tế - xã hội, xoá đói, giảm nghèo (thuộc danh mục B Nghị định 51), chợ xã ở vùng sâu vùng xa thuộc nông thôn đồng bằng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn như khu vực II, III của miền núi, ngân sách tỉnh xem xét đầu tư 100% vốn hoặc hỗ trợ trên 50% tổng số vốn đầu tư cho việc xây dựng mới và xây dựng lại chợ.

b/ Đầu tư cải tạo và nâng cấp chợ

- Ngân sách tỉnh hỗ trợ toàn bộ hoặc một phần kinh phí cải tạo, nâng cấp đối với những chợ do UBND huyện là chủ đầu tư, thông qua ngân sách cấp cho huyện hàng năm trên cơ sở đề án được cấp có thẩm quyền phê duyệt theo phân cấp của tỉnh;

- UBND huyện, UBND xã, phường, thị trấn có thể vận động các doanh nghiệp, HTX, tổ chức, cá nhân trên địa bàn cùng góp vốn với chính quyền địa phương để cải tạo, nâng cấp chợ theo quy hoạch, kế hoạch; hai bên có hợp đồng chặt chẽ trên cơ sở chấp hành đúng qui định của pháp luật về hợp đồng kinh tế và qui định về đầu tư xây dựng.

2.2. Chính sách ưu đãi của tỉnh nhằm thu hút vốn đầu tư

Để tăng cường khả năng huy động các nguồn vốn xã hội vào đầu tư phát triển chợ trên địa bàn các tỉnh và khắc phục tình trạng chỉ huy động được vốn từ các hộ kinh doanh tại chợ, ngoài các chính sách ưu đãi chung áp dụng đối với các chủ đầu tư xây dựng chợ thuộc các thành phần kinh tế được hưởng theo quy định tại điều 27 và điều 28 Luật Đầu tư, UBND tỉnh có thể ban hành các chính sách ưu đãi riêng của địa phương (phù hợp với qui định của pháp luật) để khuyến khích các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế trong và ngoài nước tham gia đầu tư phát triển chợ. Cụ thể như:

a/ Chính sách đất đai

- Nhà đầu tư tự chuyển nhượng quyền sử dụng đất để thực hiện dự án đầu tư phát triển chợ trên địa bàn tỉnh phù hợp với qui hoạch được phê duyệt thì được miễn nộp tiền sử dụng đất (nếu đất đó không phải chuyển mục đích).

- Nếu nhà đầu tư được Nhà nước giao đất, có thu tiền sử dụng đất (trường hợp đất do Nhà nước quản lý và không thuộc diện đấu giá đất) để đầu tư xây dựng, kinh doanh, khai thác chợ phù hợp với qui hoạch được duyệt thì giảm tiền sử dụng đất (mức độ giảm tùy theo địa phương và loại hình, cấp độ chợ);

- Trong trường hợp có dự án phát triển chợ theo qui hoạch được duyệt và công bố công khai nhưng chỉ có một nhà đầu tư xin giao đất hoặc xin thuê đất để thực hiện dự án thì tùy theo từng dự án cụ thể, Hội đồng thẩm định sẽ trình UBND tỉnh quyết định giá đất giao hoặc cho thuê trên cơ sở khung giá đất được UBND tỉnh công bố hàng năm;

- Nếu nhà đầu tư chợ chọn hình thức thuê đất thì thời hạn cho thuê đủ độ dài cần thiết để nhà đầu tư có thể hoàn vốn đầu tư. Riêng đối với những dự án có vốn đầu tư lớn nhưng khả năng thu hồi vốn chậm, dự án đầu tư vào chợ nông thôn đồng bằng thì thời hạn thuê đất có thể dài hơn các dự án khác và được xem xét gia hạn sử dụng đất nếu chủ đầu tư có nhu cầu tiếp tục sử dụng đất và chấp hành đúng pháp luật về đất đai;

- Nhà đầu tư chợ có thể được xem xét miễn tiền thuê đất trong thời gian xây dựng cơ bản và những năm kế tiếp theo dựa trên nguyên tắc: khu vực nông thôn đồng bằng được tiếp tục miễn nộp tiền thuê đất với thời gian dài hơn so với khu vực đô thị;

+ Đối với khu vực đô thị thì được tiếp tục miễn nộp tiền thuê đất trong 06 năm.

+ Đối với khu vực nông thôn đồng bằng thì được tiếp tục miễn nộp tiền thuê đất trong 10 năm.

- Nhà đầu tư chợ được thuê diện tích đất đã đền bù và giải phóng xong mặt bằng (thời hạn thuê cụ thể tùy theo từng địa phương và từng loại hình, cấp độ chợ). Khi đến hết thời hạn sử dụng đất, nếu nhà đầu tư chấp hành đúng pháp luật về đất đai và có nhu cầu tiếp tục sử dụng đất thì sẽ được xem xét gia hạn sử dụng đất phù hợp với qui hoạch sử dụng đất và các qui hoạch khác đã được phê duyệt;

- Đối với chợ thuộc địa bàn nông thôn miền núi, hải đảo và vùng đồng bào dân tộc thì nhà đầu tư không phải trả tiền sử dụng đất.

b/ Chính sách tài chính, tín dụng

- Nhà đầu tư được quỹ hỗ trợ phát triển xem xét cho vay tín dụng trung hạn và dài hạn với lãi suất ưu đãi trong khoảng thời gian nhất định (mức cụ thể tùy theo từng dự án chợ cụ thể và năng lực của chủ đầu tư);

- Nhà đầu tư xây dựng chợ được dùng quyền sử dụng đất và các công trình trong phạm vi chợ thuộc quyền sử dụng của mình để thế chấp vay vốn ngân hàng theo qui định hiện hành để đầu tư sửa chữa lớn, cải tạo, nâng cấp chợ...;

- Công ty chợ do cơ quan có thẩm quyền ra quyết định thành lập theo qui định của pháp luật có thể được vay vốn ngân hàng hoặc quỹ tài trợ khác để xây dựng, cải tạo, nâng cấp chợ;

- Nếu đủ điều kiện, khi tham gia đầu tư xây dựng chợ, nhà đầu tư chợ sẽ được hưởng các ưu đãi, khuyến khích về thuế như đối với các dự án sản xuất theo qui định của các văn bản pháp luật về thuế;

- Các doanh nghiệp kinh doanh và quản lý chợ được phép quy định giá cho thuê diện tích kinh doanh, các loại phí dịch vụ dựa trên khung giá quy định của cấp có thẩm quyền.

c/ Các chính sách khác

- Các nhà đầu tư chợ được cung cấp kịp thời và đầy đủ thông tin về các loại qui hoạch có liên quan trong quá trình lập dự án đầu tư xây dựng chợ;

- Nhà đầu tư được ưu tiên áp dụng rút gọn thời gian qui định trong thủ tục hành chính hiện hành đối với quá trình thụ lý, giải quyết hồ sơ có liên quan đến qui hoạch và kiến trúc của dự án đầu tư xây dựng chợ tại cơ quan chức năng;

- Nhà đầu tư được huy động vốn của doanh nghiệp, cá nhân, hộ sản xuất kinh doanh để xây dựng nhà chợ, các sạp hàng, quầy hàng, hàng rào, sân, công trình vệ sinh, bãi đỗ xe, công trình hạ tầng trong hàng rào và các hạng mục khác.

II. GIẢI PHÁP VÀ CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN THƯƠNG NHÂN THAM GIA KINH DOANH TRÊN CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ

Thương nhân tham gia kinh doanh tại các chợ, trung tâm thương mại, siêu thị là đối tượng chủ yếu mang lại nguồn thu trực tiếp (khoản thuê diện tích kinh doanh và các chi trả dịch vụ khác) và gián tiếp (thu từ dịch vụ vận chuyển, bốc xếp hàng hoá, trông giữ hàng hoá phương tiện cho các đối tượng mua và bán hàng trên chợ...). Do đó, việc ban hành các chính sách để thu hút các chủ thể sản xuất kinh doanh vào chợ (đặc biệt là các chợ mới xây dựng) là rất cần thiết. Vì vậy, trong những năm tới, chính sách phát triển thương nhân tham gia kinh doanh trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị ở Khánh Hoà cần được thiết kế và ban hành, bao gồm:

a) Chính sách về giá thuê diện tích mặt bằng kinh doanh

- UBND tỉnh xây dựng và ban hành khung giá cho thuê mặt bằng kinh doanh (quầy, sạp, kiốt...) phù hợp với thực trạng chợ và số lượng thương nhân kinh doanh trên các chợ trong từng địa bàn, khu vực; phù hợp với nhu cầu và khả năng tài chính của các hộ kinh doanh. Khung giá này có thể được điều chỉnh linh hoạt theo thời vụ, theo vị trí chợ, theo tình hình phát triển kinh tế của

địa phương nhưng phải ổn định trong một khoảng thời gian thích hợp nhằm tạo thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của thương nhân;

- Các doanh nghiệp hoặc HTX kinh doanh, quản lý chợ, trung tâm thương mại, siêu thị dựa trên khung giá quy định của UBND tỉnh để xác định mức giá cho thuê hợp lý và có thể điều chỉnh linh hoạt tùy theo điều kiện của từng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị;

- Không tính tiền thuê đất vào giá thành của diện tích kinh doanh đối với các chợ, trung tâm thương mại, siêu thị do Nhà nước giao cho doanh nghiệp hoặc HTX quản lý kinh doanh (không phải trả tiền thuê đất);

- Công khai phương án bố trí, sắp xếp ngành nghề kinh doanh, sử dụng điểm kinh doanh tại chợ, trung tâm thương mại, siêu thị và khung giá cho thuê mặt bằng sau khi đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt;

- Thực hiện đấu thầu công khai các điểm kinh doanh thuận lợi khi số lượng thương nhân đăng ký vượt quá số lượng điểm kinh doanh có thể bố trí;

- Cho phép thương nhân được sang nhượng điểm kinh doanh hoặc cho thương nhân khác thuê lại điểm kinh doanh đang còn trong thời hạn hợp đồng;

- Đối với những người sản xuất trực tiếp mang sản phẩm ra bán (nông dân, thợ tiểu, thủ công nghiệp) và những người chạy chợ, mang hàng từ nơi khác đến bán, đặc biệt là các chợ xã, chợ phiên, cần tạo điều kiện về mặt bằng (có thể bố trí khu vực riêng ngoài trời) và mức thu lệ phí ưu đãi ... để tạo thuận lợi cho người sản xuất tiêu thụ sản phẩm của mình.

b) Chính sách tài chính - tín dụng

- Thương nhân kinh doanh tại các chợ đầu mối nông sản, thủy hải sản, chợ, trung tâm thương mại, siêu thị mới xây dựng có thể được vay ưu đãi (lãi suất thấp hơn lãi suất trung bình của các ngân hàng thương mại cùng thời điểm) để đầu tư nâng cấp quầy, sạp, mua dụng cụ đo lường hoặc tăng vốn lưu động mở rộng kinh doanh;

- Cho phép thương nhân có hợp đồng góp vốn ứng trước để đầu tư xây dựng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị hoặc trả tiền sử dụng một lần trong một thời hạn nhất định sau khi chợ, trung tâm thương mại, siêu thị xây dựng xong được sử dụng điểm kinh doanh để thế chấp vay vốn kinh doanh tại ngân hàng thương mại theo quy định của pháp luật;

- Cục Thuế tỉnh khi giao chỉ tiêu thu thuế cho các chợ, trung tâm thương mại, siêu thị cần khảo sát, đánh giá kỹ tình hình thực tế và tham khảo ý kiến của Hội đồng tư vấn thuế ở từng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị nhằm đưa ra mức thu phù hợp với doanh số bán của các hộ kinh doanh;

- Đối với thương nhân kinh doanh tại các chợ, trung tâm thương mại, siêu thị ở thị xã, thị trấn, huyện lỵ thuộc tỉnh nhưng có góp vốn đầu tư xây dựng (hoặc cải tạo, nâng cấp) chợ, trung tâm thương mại, siêu thị thì có thể được giảm thuế thu nhập doanh nghiệp.

c) Chính sách hỗ trợ phổ biến, hướng dẫn kiến thức và kỹ năng kinh doanh để thúc đẩy hình thành đội ngũ kinh doanh chuyên nghiệp ở các chợ, trung tâm thương mại, siêu thị.

- Tổ chức các lớp tập huấn nghiệp vụ về vệ sinh an toàn thực phẩm, chất lượng hàng hoá, chống hàng giả, hàng không bảo đảm chất lượng, phòng chống cháy nổ...;

- Hỗ trợ thương nhân tiếp cận, giao dịch với cơ quan nhà nước giải quyết những vấn đề liên quan đến hoạt động kinh doanh của họ (hướng dẫn đăng ký kinh doanh, đăng ký mã thuế, mức thu thuế, thay đổi mặt hàng kinh doanh ...);

- Phổ biến, hướng dẫn chính sách, pháp luật kinh doanh; cung cấp thông tin về giá cả thị trường trong và ngoài tỉnh. Nguồn kinh phí hỗ trợ các hoạt động nói trên trích từ nguồn thu của chợ, trung tâm thương mại, siêu thị;

- Đối với các HTX kinh doanh và quản lý chợ, trung tâm thương mại, siêu thị, UBND các tỉnh quy định mức hỗ trợ đào tạo đối với Ban Quản trị, Ban Chủ nhiệm, Ban Kiểm soát, Kế toán trưởng và xã viên đang làm công việc chuyên môn kỹ thuật, nghiệp vụ của hợp tác xã. Nguồn kinh phí hỗ trợ đào tạo lấy từ ngân sách hàng năm của địa phương, hỗ trợ từ ngân sách trung ương và các nguồn hợp pháp khác, theo qui định tại Nghị định 88.

d) Chính sách khuyến khích thương nhân vào các chợ mới xây dựng nhưng hoạt động kém hoặc không hiệu quả

Tùy từng địa phương và từng chợ cụ thể, có thể áp dụng một số chính sách sau:

- Được ưu tiên lựa chọn lô, sạp, quầy hàng trong chợ (nếu nhiều thương nhân cùng lựa chọn một điểm kinh doanh thì áp dụng hình thức bốc thăm);

- Miễn tiền thuê sử dụng lô, sạp, kiốt... một thời gian;

- Miễn thuế thu nhập doanh nghiệp một thời gian.

e) Chính sách hỗ trợ của doanh nghiệp kinh doanh, quản lý đối với các hộ kinh doanh trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị.

- Hỗ trợ thương nhân trong việc tiếp cận, giao dịch với các cơ quan quản lý nhà nước để giải quyết các vấn đề có liên quan đến hoạt động kinh doanh của họ như cấp giấy phép đăng ký kinh doanh, thực hiện chế độ thuế...;

- Hỗ trợ về cung cấp thông tin pháp luật, kinh tế trong và ngoài địa bàn, các thông tin về giá cả thị trường, chất lượng hàng hoá...;

- Qui định giá thuê điểm kinh doanh hợp lý; đối với thương nhân không có khả năng trả tiền mua điểm kinh doanh một lần thì có thể qui định khoản tiền nộp ban đầu phù hợp;

- Miễn phí trông phương tiện đi lại, vận chuyển của các đối tác tham gia kinh doanh trong chợ, trung tâm thương mại, siêu thị với khoảng thời gian phù hợp;

- Một số hộ kinh doanh nhỏ thiếu vốn kinh doanh thì doanh nghiệp quản lý có thể xem xét, tùy trường hợp cụ thể có thể bảo lãnh cho họ vay vốn ở các tổ chức tín dụng.

III. GIẢI PHÁP VÀ CHÍNH SÁCH QUẢN LÝ, KHAI THÁC CƠ SỞ VẬT CHẤT CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ

Cơ sở vật chất được hiểu là diện tích đất đai, các công trình xây dựng trên diện tích đất đó và các trang thiết bị phục vụ cho các hoạt động kinh doanh của các đối tượng tham gia kinh doanh. Cơ sở vật chất của các loại hình thương nghiệp này đều để phục vụ cho các quá trình tổ chức lưu thông hàng hóa. Trong quá trình quản lý và sử dụng, cơ sở vật chất chợ, trung tâm thương mại, siêu thị đều sẽ tạo ra nguồn thu và mang lại lợi nhuận cho các đơn vị quản lý. Tuy nhiên, trong thực tế hiện nay, đối với hệ thống chợ, các nguồn thu này chỉ có mức độ sinh lời thấp, hoặc có hoặc không sinh lời và thậm chí không đảm bảo tái tạo hệ thống cơ sở vật chất chợ được đầu tư ban đầu. Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ những mâu thuẫn tạo ra trong quá trình quản lý, khai thác cơ sở vật chất chợ vẫn chưa được giải quyết bằng các biện pháp quản lý như:

- Thông thường, các đơn vị quản lý chợ mang tính chất quản lý hành chính, hoặc đơn vị hành chính sự nghiệp có thu. Từ đó, trong quản lý, khai thác cơ sở vật chất chợ thường trông chờ vào mức độ bù đắp, hỗ trợ kinh phí từ ngân sách Nhà nước.

- Việc đầu tư xây dựng các loại hình thương nghiệp khác là nhằm phục vụ cho nhu cầu hoạt động thương mại của một tổ chức kinh doanh cụ thể và để thu được lợi nhuận từ kinh doanh thương nghiệp. Trong khi đó, việc đầu tư xây dựng chợ nhằm phục vụ nhu cầu trao đổi, mua - bán của các đối tượng kinh doanh, các tầng lớp dân cư khác nhau và để đạt được lợi ích kinh tế - xã hội ở phạm vi lớn hơn. Do đó, các đơn vị quản lý chợ không trực tiếp quản lý hoạt động kinh doanh của các đối tượng kinh doanh trên chợ (về doanh thu, chi phí kinh doanh, lợi nhuận...), mà chỉ thu từ các hộ kinh doanh một khoản cố định là tiền thuê diện tích kinh doanh và các khoản thu khác từ việc tổ chức các dịch vụ có thu trên chợ. Như vậy, các đơn vị thương nghiệp khác có thể tăng lợi nhuận doanh nghiệp trên cơ sở tạo ra các điều kiện thuận lợi (trong đó có cả yếu tố cơ sở vật chất và các yếu tố khác để thu hút khách hàng) để tăng doanh thu bán hàng. Đối với các đơn vị quản lý chợ, để tăng thu cần phải tăng tiền thuê diện tích chợ, tăng tổ chức dịch vụ có thu đối với người kinh doanh trên chợ và khách hàng của họ. Nghĩa là, những hoạt động nhằm tăng thu của đơn vị quản lý kinh doanh trên chợ lại có thể làm giảm doanh số và lợi nhuận của các hộ kinh doanh trên chợ và làm giảm khả năng phát triển kinh doanh của chợ.

- Nguồn thu đáng kể nhất cho ngân sách từ hoạt động chợ là thuế phải nộp của các hộ kinh doanh trên chợ, nhưng thông thường, các đơn vị quản lý chợ không tham gia vào việc thu và nộp thuế đó, không chịu trách nhiệm về nghĩa vụ thuế đối với Nhà nước. Điều này không nâng cao trách nhiệm của đơn vị quản lý chợ, cũng như nâng cao quan hệ giữa các đơn vị quản lý chợ với các hộ kinh doanh trên chợ.

- Trong các phương án đầu tư cơ sở vật chất chợ từ vốn ngân sách nhà nước thường chỉ tính đến khả năng bán, cho thuê diện tích kinh doanh trên chợ, từ đó định ra giá và phương thức bán, cho thuê diện tích kinh doanh trên chợ, mà không tính đến khoản thu thuế cho ngân sách từ các hộ kinh doanh sau này. Điều đó vừa làm sơ cứng hoạt động sau này của đơn vị quản lý chợ, vừa làm tăng giá thuê diện tích và hạn chế sự phát triển đầu tư, phát triển hoạt động kinh doanh trên chợ...

- Mặc dù, về lý thuyết, vị trí và vai trò của chợ đối với đời sống kinh tế - xã hội trên một địa bàn luôn được đề cao và trên thực tế, sự hiện hữu của chợ tại một khu vực cũng mang lại "địa tô chênh lệch" cho khu vực đó, cũng như các hoạt động kinh tế khác. Tuy nhiên, chính sách đầu tư, hay ưu đãi, hỗ trợ đầu tư của Nhà nước đối với các công trình chợ vẫn chưa thực sự rõ ràng. Do đó, trong quản lý, khai thác cơ sở vật chất chợ vừa bị bó gọn trong phạm vi chợ, vừa thiếu chính sách điều tiết nhằm hỗ trợ cho hoạt động chợ phát triển.

Như vậy, trong những năm tới, chính sách quản lý, khai thác cơ sở vật chất chợ và các loại hình thương nghiệp khác cần được đổi mới và hoàn thiện phù hợp với xu hướng đổi mới cơ chế, chính sách quản lý kinh tế ở nước ta và tầm quan trọng của cơ sở vật chất các công trình thương mại đối với việc phát triển hoạt động kinh doanh cũng như với đời sống kinh tế - xã hội trên một địa bàn cụ thể. Trong đó:

+ Mục tiêu của chính sách quản lý, khai thác cơ sở vật chất chợ, trung tâm thương mại, siêu thị là không ngừng nâng cao hiệu quả đầu tư, hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất đối với việc phát triển hoạt động kinh doanh, thúc đẩy các quá trình kinh tế xã hội trên địa bàn và trình độ văn minh thương nghiệp.

+ Về phạm vi điều chỉnh: chính sách quản lý, khai thác cơ sở vật chất không chỉ tính đến các khoản thu do những tài sản hữu hình mang lại, mà còn phải tính đến mọi khả năng có thể tạo ra nguồn thu do sự hiện hữu của từng công trình trên địa bàn cụ thể. Đồng thời, chính sách quản lý, khai thác các tài sản hữu hình trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị được xác định chủ yếu theo hướng hỗ trợ đối với việc phát triển hoạt động kinh doanh, hỗ trợ nâng cao trình độ văn minh thương nghiệp hơn là theo hướng tăng thu từ các khoản đầu tư vào cơ sở vật chất.

+ Về phương thức: Nhà nước (cấp tỉnh, thành phố, huyện, thị xã) cần xác định các khoản thu thuế và yêu cầu tăng quy mô (không phải là tăng mức thuế trên hộ kinh doanh) của khoản thu thuế đó chính là lợi ích kinh tế trực tiếp từ các khoản đầu tư do ngân sách Nhà nước thực hiện. Các cấp quản lý Nhà nước không nên trực tiếp quản lý, khai thác cơ sở vật chất của các loại hình thương mại này mà giao cho các tổ chức kinh doanh, đồng thời, trên cơ sở đánh giá lợi ích kinh tế - xã hội cụ thể của từng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn cụ thể, Nhà nước có thể có sự điều tiết (tăng hay giảm tỷ lệ hỗ trợ vốn từ ngân sách hàng năm) để đảm bảo sự tái tạo, nâng cấp cơ sở vật chất.

IV. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN ĐỒNG BỘ HỆ THỐNG CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ VÀ CÁC LOẠI HÌNH THƯƠNG NGHIỆP KHÁC

Khi trình độ công nghiệp hóa của nền kinh tế càng cao sẽ làm thay đổi về chất của các quá trình kinh tế - xã hội, khi đó vị trí, vai trò của từng loại hình thương nghiệp sẽ có những thay đổi nhất định. Các loại hình thương nghiệp truyền thống như chợ sẽ có xu hướng giảm, theo nghĩa chợ sẽ bị thay thế hoặc biến tướng thành các loại hình thương nghiệp khác hiện đại hơn, văn minh hơn như siêu thị, cửa hàng tự chọn. Do đó, vấn đề đặt ra là cần phải thiết kế quy hoạch, đầu tư xây dựng chợ sao cho vừa có thể phát triển được các loại hình thương nghiệp khác vừa phát huy được vai trò của chợ hay có thể chuyển đổi điều kiện cơ sở vật chất phù hợp với hoạt động của chợ sang đáp ứng được hoạt động loại hình thương nghiệp khác khi có đủ điều kiện cần thiết.

Trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trong những năm tới, loại hình thương nghiệp chợ vẫn hết sức cần thiết đối với đời sống kinh tế - xã hội trên mọi địa bàn từ khu vực nông thôn đến thành thị. Đồng thời, có thể diễn ra quá trình thay thế chợ hay biến tướng chợ thành loại hình thương nghiệp khác trên địa bàn tỉnh trong thời kỳ này hoặc ở thời kỳ dài sau đó. Do vậy, trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà sẽ có sự hình thành, phát triển mới các loại hình thương nghiệp khác, tồn tại đan xen và bổ sung cho những hạn chế của loại hình thương nghiệp chợ.

Như vậy, về mục tiêu, việc đề ra giải pháp này chỉ nhằm đảm bảo sự phát triển hài hòa giữa loại hình thương nghiệp với trình độ phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh đến năm 2020 bao gồm những vấn đề sau:

- Về quy hoạch không gian thương mại trên địa bàn tỉnh: trong quá trình triển khai thực hiện quy hoạch phát triển các khu đô thị, quy hoạch dân cư, quy hoạch giao thông vận tải,... tỉnh cần chú trọng đến sự hình thành các khu vực thương mại để dành quỹ đất hợp lý cho các hoạt động thương mại.

- Để đảm bảo sự phát triển hợp lý, đồng bộ mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn, khi phê duyệt các dự án xây dựng mới các loại hình thương mại hoặc cải tạo, mở rộng các chợ hiện có cần có ý kiến của Sở Du lịch - Thương mại để đảm bảo sự phát triển hợp lý của hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh và tính hiệu quả trong quá trình khai thác từng công trình thương mại.

- Về tổ chức, bố trí các ngành hàng kinh doanh tại các chợ và các loại hình thương nghiệp khác: Trước hết, việc tổ chức các ngành hàng kinh doanh trong chợ nên tập trung vào các mặt hàng được sản xuất có tính nhỏ lẻ trong vùng, các mặt hàng thực phẩm tươi sống, các mặt hàng tạp hóa,... Các mặt hàng kinh doanh trong siêu thị cần phong phú, đa dạng và nên tập trung vào các hàng hoá thuộc nhu cầu hàng ngày; thứ hai, việc phát triển các cửa hàng trong dãy phố buôn bán gắn với khu vực chợ nên chú trọng đến các ngành hàng đòi hỏi diện tích trưng bày rộng, các ngành hàng có thể và cần được tách ra từ chợ để giải tỏa khi lưu lượng người đến chợ quá đông; thứ ba, việc xây dựng các siêu thị cần được bố trí ở những khu vực tập trung tầng lớp dân cư có thu nhập cao,

có không gian kiến trúc chung hài hòa nằm trên các trục giao thông liên khu vực trong khu đô thị,...

- Riêng đối với các chợ lớn tại các khu đô thị, về lâu dài, có thể phát triển thành siêu thị, tuy nhiên vẫn sẽ có một bộ phận của các chợ này không thể đưa vào siêu thị. Do đó, khi thiết kế các chợ lớn tại các khu đô thị, điều quan trọng là phải đảm bảo diện tích mặt bằng đủ lớn để sau này vừa có thể xây dựng thành siêu thị vừa có thể có diện tích dành cho loại hình chợ truyền thống tiếp tục hoạt động bên cạnh siêu thị.

V. GIẢI PHÁP VỀ TỔ CHỨC VÀ QUẢN LÝ CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ

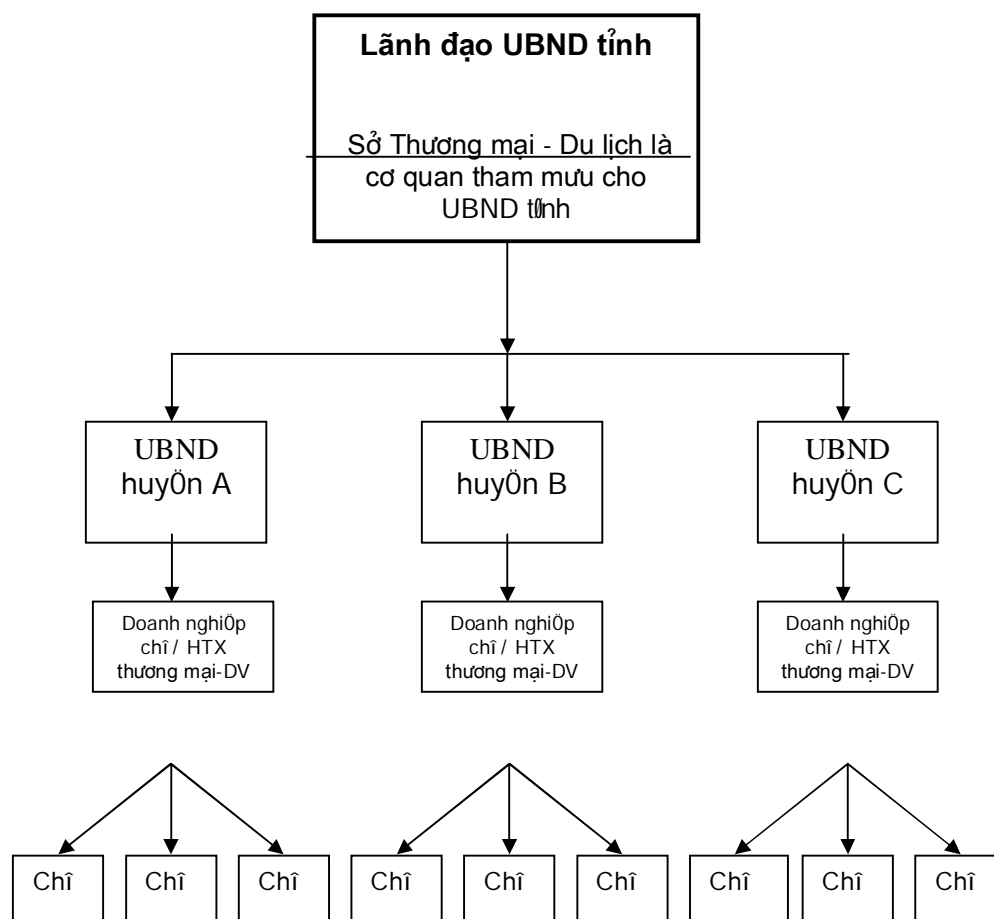
Trong những năm tới, phát triển chợ và các loại hình thương nghiệp khác có tầm quan trọng nhất định, ảnh hưởng tới đời sống kinh tế của dân cư trong tỉnh, vì vậy việc đổi mới và hoàn thiện cơ chế, chính sách quản lý chợ hay xây dựng cơ chế chính sách, quản lý đối với các loại hình thương nghiệp mới xuất hiện phải được tiến hành theo những định hướng và nguyên tắc đổi mới cơ chế quản lý của tỉnh trong giai đoạn hiện nay.

1. Tổ chức và quản lý chợ

1.1. Một số định hướng và bước đi nhằm tăng cường công tác tổ chức và quản lý chợ

- Cần có sự tách bạch giữa chức năng quản lý Nhà nước đối với chức năng quản lý hoạt động kinh doanh chợ nhằm đảm bảo cân đối thu chi và tái đầu tư phát triển chợ, giải quyết kịp thời các mặt công tác khác như trật tự công cộng, vệ sinh môi trường, phòng cháy chữa cháy...

* Mô hình tổ chức quản lý Nhà nước về chợ:



- Cần xây dựng một cách đầy đủ và chi tiết về chức năng và nhiệm vụ cũng như quyền hạn và nghĩa vụ của tổ chức quản lý chợ.

Công tác quản lý chợ sẽ được tiến hành theo những bước đi chủ yếu sau đây:

- Tiến hành phân loại chợ theo mục tiêu quản lý phù hợp với quá trình phát triển của từng loại chợ.

- Từng bước thay đổi mô hình tổ chức quản lý chợ theo quy định tại Nghị định 02/2003/NĐ của Chính phủ. Tiến hành xây dựng và áp dụng thí điểm, sau đó tổng kết và rút kinh nghiệm về mô hình tổ chức quản lý chợ. Đến giai đoạn 2006 - 2010 sẽ triển khai áp dụng thống nhất mô hình tổ chức quản lý phù hợp với từng loại chợ cụ thể. Phân đầu đến năm 2010, các chợ do ngân sách Nhà nước đầu tư xây dựng đều do các doanh nghiệp kinh doanh và khai thác chợ quản lý.

Hiện nay, một số tỉnh thành đã áp dụng thí điểm việc chuyển đổi mô hình tổ chức từ Ban quản lý sang Công ty kinh doanh chợ, hiện tại có 4 phương thức chuyển đổi đã được sử dụng:

+ Phương thức giao quyền khai thác kinh doanh chợ cho một doanh nghiệp nhà nước

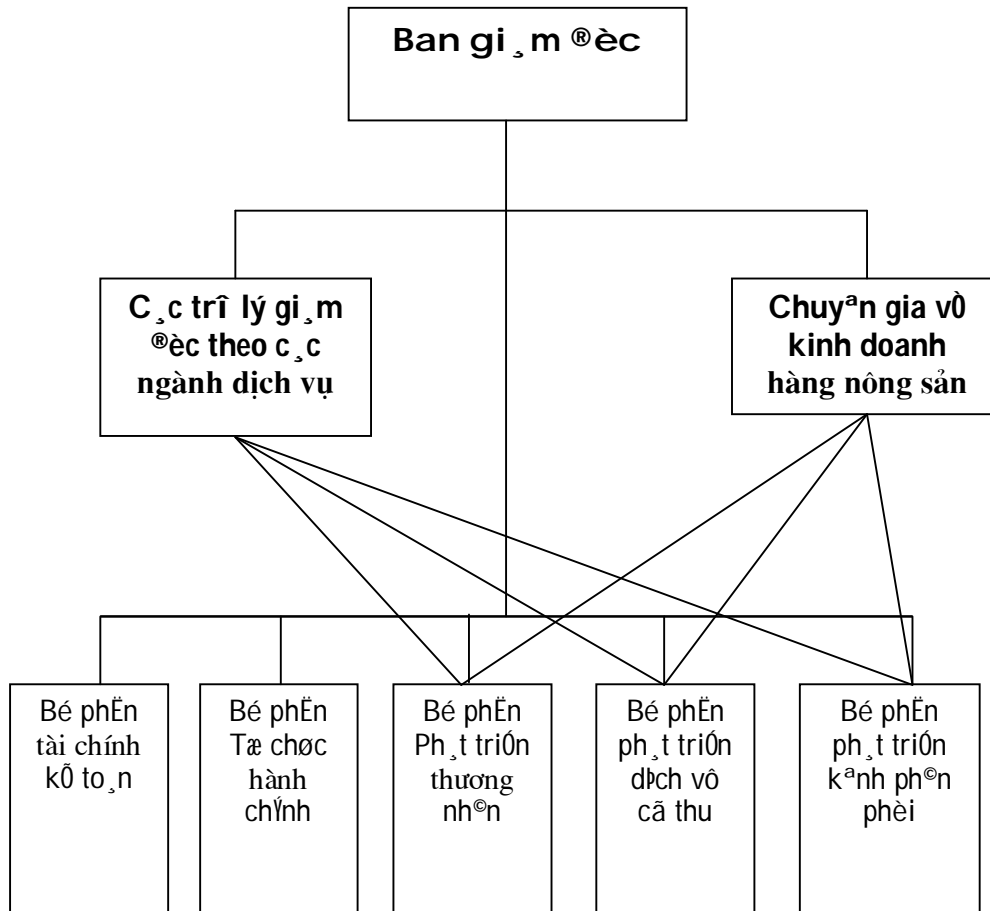
+ Phương thức đấu thầu: Bằng cách tổ chức đấu thầu để lựa chọn đơn vị có phương án khai thác, kinh doanh hiệu quả nhất.

+ Phương thức lập công ty cổ phần kinh doanh chợ: Số vốn của Nhà nước đã đầu tư xây dựng chợ giao cho Ban quản lý sử dụng để tham gia vào cổ phần của công ty.

+ Phương thức giải thể ban quản lý chợ và thành lập doanh nghiệp mới: Mô hình quản lý có thể là Công ty cổ phần, Công ty TNHH, Công ty tư nhân, Hợp tác xã.

* *Mô hình tổ chức của doanh nghiệp kinh doanh chợ:*

Mô hình tổ chức công ty kinh doanh chợ đầu mối nông sản



Chức năng nhiệm vụ của các bộ phận chức năng của một chợ đầu mối nông sản như sau:

Ban giám đốc: Đề ra mục tiêu, phương hướng, kế hoạch phát triển của chợ đầu mối nông sản trong từng thời kỳ; điều hành các hoạt động của doanh nghiệp kinh doanh chợ đầu mối nông sản; huy động các nguồn lực bên trong và bên ngoài để thực hiện các mục tiêu của doanh nghiệp.

Các trợ lý giám đốc về các ngành dịch vụ: giúp ban giám đốc đưa ra quyết định phát triển các dịch vụ có thu; lập phương án và hướng dẫn các bộ phận chức năng thực hiện phương án phát triển dịch vụ có thu.

Các chuyên gia kinh doanh hàng nông sản: Giúp ban giám đốc lập phương án đầu tư hệ thống cơ sở vật chất – kỹ thuật phù hợp với yêu cầu kinh doanh từng mặt hàng nông sản; cung cấp thông tin thị trường và tư vấn cho các thương nhân; phối hợp với các bộ phận chức năng xử lý các nghiệp vụ dựa trên tính chất thương phẩm của mặt hàng nông sản

Bộ phận tài chính kế toán: Lập phương án tài chính cho các chương trình, dự án của doanh nghiệp; lập kế hoạch tài chính hàng năm; ghi sổ sách kế toán và lập báo cáo quyết toán,...

Bộ phận tổ chức hành chính: Quản lý nhân sự trong doanh nghiệp; tổ chức thực hiện các quy định của Nhà nước về vệ sinh môi trường, an toàn phòng cháy trên địa bàn chợ; thực hiện các nghiệp vụ văn phòng,...

Bộ phận phát triển thương nhân: Giải quyết các vấn đề có liên quan đến việc gia nhập, rút lui khỏi lĩnh vực kinh doanh và các khiếu nại khác của thương nhân tại chợ đầu mối nông sản; nghiên cứu, đề xuất và thực thi các chính sách thu hút thương nhân kinh doanh tại chợ đầu mối nông sản.

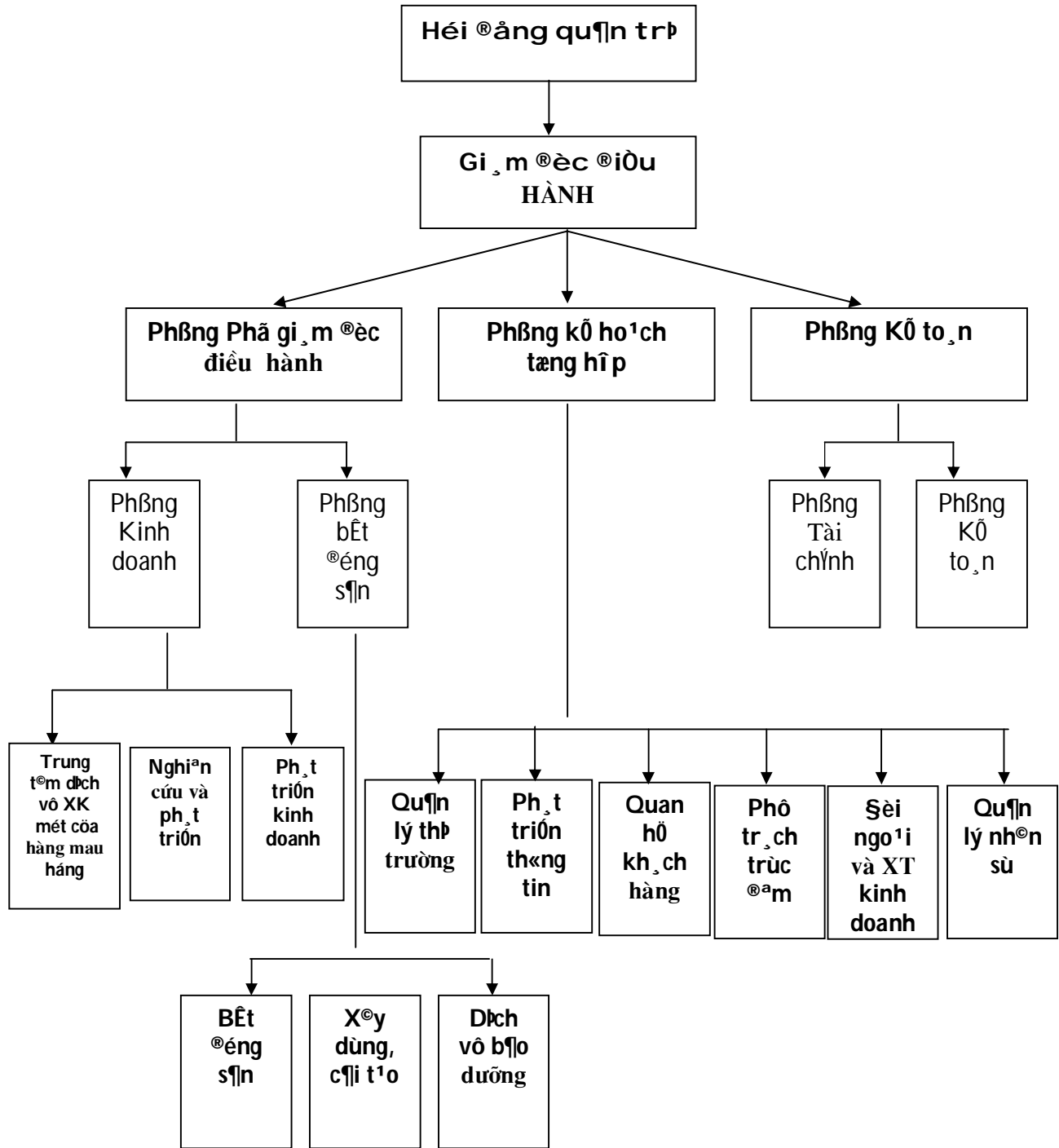
Bộ phận phát triển các kênh phân phối: Đây là bộ phận thực hiện chức năng hỗ trợ thương nhân phát triển kinh doanh tại các chợ đầu mối nông sản như: tìm kiếm cơ hội và hỗ trợ thương nhân phát triển nguồn hàng nông sản lưu thông qua chợ đầu mối; tìm kiếm cơ hội và hỗ trợ thương nhân quan hệ hợp tác với các đối tác thuộc các kênh phân phối hàng nông sản khác; tổ chức hội chợ hàng năm,...

Bộ phận phát triển các dịch vụ có thu: Tổ chức kinh doanh các dịch vụ có thu trên chợ đầu mối nông sản; phối hợp với các đơn vị kinh doanh dịch vụ phục vụ kinh doanh có tính nghề nghiệp cao phát triển hoạt động tại chợ đầu mối nông sản; phối hợp với các cơ quan nhà nước đảm nhận thực hiện các chương trình dự án liên quan,...

Nhìn chung, mô hình tổ chức của các doanh nghiệp kinh doanh chợ tương tự như mô hình của các doanh nghiệp kinh doanh trong các lĩnh vực khác, tức là gồm giám đốc doanh nghiệp, các phó giám đốc và các phòng chức năng trong doanh nghiệp (đối với loại hình công ty cổ phần hoặc hợp tác xã thì có Hội đồng quản trị ở cấp cao nhất), tuy nhiên mô hình tổ chức của doanh nghiệp kinh doanh chợ cũng có những nét đặc thù riêng của nó. Những nét đặc thù về hoạt

động kinh doanh của hoạt động kinh doanh chợ là có sự liên quan khá chặt chẽ với việc thực hiện nhiều chính sách kinh tế – xã hội của Nhà nước, đặc biệt là ở các vùng nông thôn.

Mô hình tổ chức chợ đầu mối bán buôn tổng hợp



+ Người đứng đầu là Chủ tịch Hội đồng Quản trị.

+ Dưới Chủ tịch Hội đồng quản trị này có giám đốc điều hành, là người trực tiếp hàng ngày điều hành các công việc của chợ.

+ Dưới Giám đốc điều hành thường ít nhất có 3 phòng, ban :

Phòng phó giám đốc điều hành: chịu trách về vấn đề phát triển kinh doanh. Trong phòng này có hai phó giám đốc (1 phụ trách kinh doanh, 1 phụ trách bất động sản).

Phó giám đốc phụ trách kinh doanh quản lý ba đơn vị:

+ Trung tâm dịch vụ xuất khẩu một cửa hàng mau hồng

+ Ban nghiên cứu và phát triển

+ Ban phát triển kinh doanh.

Phó giám đốc phụ trách bất động sản quản lý ba ban:

+ Ban phụ trách bất động sản (bán, cho thuê gian hàng trong khu chợ).

+ Ban phụ trách xây dựng (cải tạo, mở rộng chợ).

+ Ban dịch vụ và bảo dưỡng.

Phòng Kế hoạch tổng hợp: Dưới Trưởng phòng Kế hoạch tổng hợp có một trợ lý với nhiệm vụ điều hành liên tục để chợ hoạt động 24/24 giờ, ở dưới có các Ban:

+ Ban Quản lý thị trường

+ Ban phát triển Thông tin.

+ Ban quan hệ khách hàng.

+ Ban phụ trách trực đêm.

+ Ban Đối ngoại và xúc tiến kinh doanh.

+ Ban nhân sự.

Phòng Tài chính-kế toán dưới sự chỉ đạo của giám đốc điều hành gồm:

+ Phòng tài chính.

+ Phòng kế toán.

Trách nhiệm của Công ty kinh doanh chợ:

Đối với người mua:

+ Cung cấp cho người mua các sản phẩm đạt chất lượng cao bằng cách tập hợp những người bán có những sản phẩm chất lượng cao.

+ Xây dựng bãi đỗ xe và đường giao thông thuận tiện.

+ Phải đảm bảo được mức giá hàng hoá hợp lý

+ Phải có dịch vụ an ninh cho người mua.

Đối với người bán:

+ Phải đảm bảo cho người bán có tiếp cận dễ dàng với chợ. Họ có thể đến chợ bất kỳ lúc nào để bán các sản phẩm của mình.

+ Cung cấp cho người bán những phương tiện về cơ sở hạ tầng, ví dụ như đường rộng, bãi đỗ xe trong chợ.

+ Phải kiểm soát được vấn đề giao thông đi lại.

Đối với nông dân:

+ Phải đảm bảo được mức giá công bằng.

+ Phải tạo được kênh phân phối thuận tiện.

+ Phải tăng lợi nhuận cho người nông dân bằng cách cắt bỏ khâu trung gian.

+ Chợ cũng phải đảm bảo vấn đề bảo vệ môi trường (rác thải, nước thải).

Phạm vi thẩm quyền của Công ty kinh doanh chợ:

+ Được quyền thu phí, gồm : Phí vào cửa (đối với nông dân); Phí thuê mặt bằng trong chợ (đối với thương nhân).

+ Tạo ra sự tiếp cận dễ dàng đối với khu chợ của mình

+ Tự bố trí vấn đề giao thông, bãi đậu xe miễn phí.

+ Tạo ra phương tiện cần thiết trong chợ, phương tiện bốc dỡ hàng, xử lý rác, nước thải.

+ Ban hành nội quy cho thương nhân và người đến giao dịch trong chợ.

+ Có bộ phận chuyên trách về an ninh để bảo đảm an toàn trong chợ.

+ Ký kết hợp đồng đối với những người đến bán hàng.

Nội dung quản lý chính yếu của chợ:

+ Quản lý các hoạt động diễn ra trong chợ.

+ Quản lý các vấn đề bốc, dỡ, đóng gói hàng diễn ra trong chợ.

+ Đảm bảo, phân bổ hợp lý cho người thuê mặt bằng trong chợ.

+ Cung cấp dịch vụ thực phẩm.

+ Quản lý các phương tiện, các hệ thống đường, điện, nước trong chợ.

+ Quản lý an ninh, kiểm soát giao thông.

+ Quản lý việc trao đổi thông tin giữa Ban quản lý chợ và nông dân, công chúng.

+ Quản lý hoạt động khuyến trương và các quan hệ đối ngoại (tổ chức hội chợ, hoạt động văn hoá...).

Cách thức và phương pháp quản lý:

Thứ nhất, đặt ra quy tắc hoạt động của chợ. Những quy tắc này cần phải được tuân thủ khi tiến hành các hoạt động giao dịch hàng ngày trong chợ. Ví dụ vấn đề ra vào chợ, vấn đề xử phạt vi phạm, ...

Thứ hai, phải có kế hoạch kinh doanh. Trong đó, xác định xem chợ của mình có vai trò gì và phải làm như thế nào.

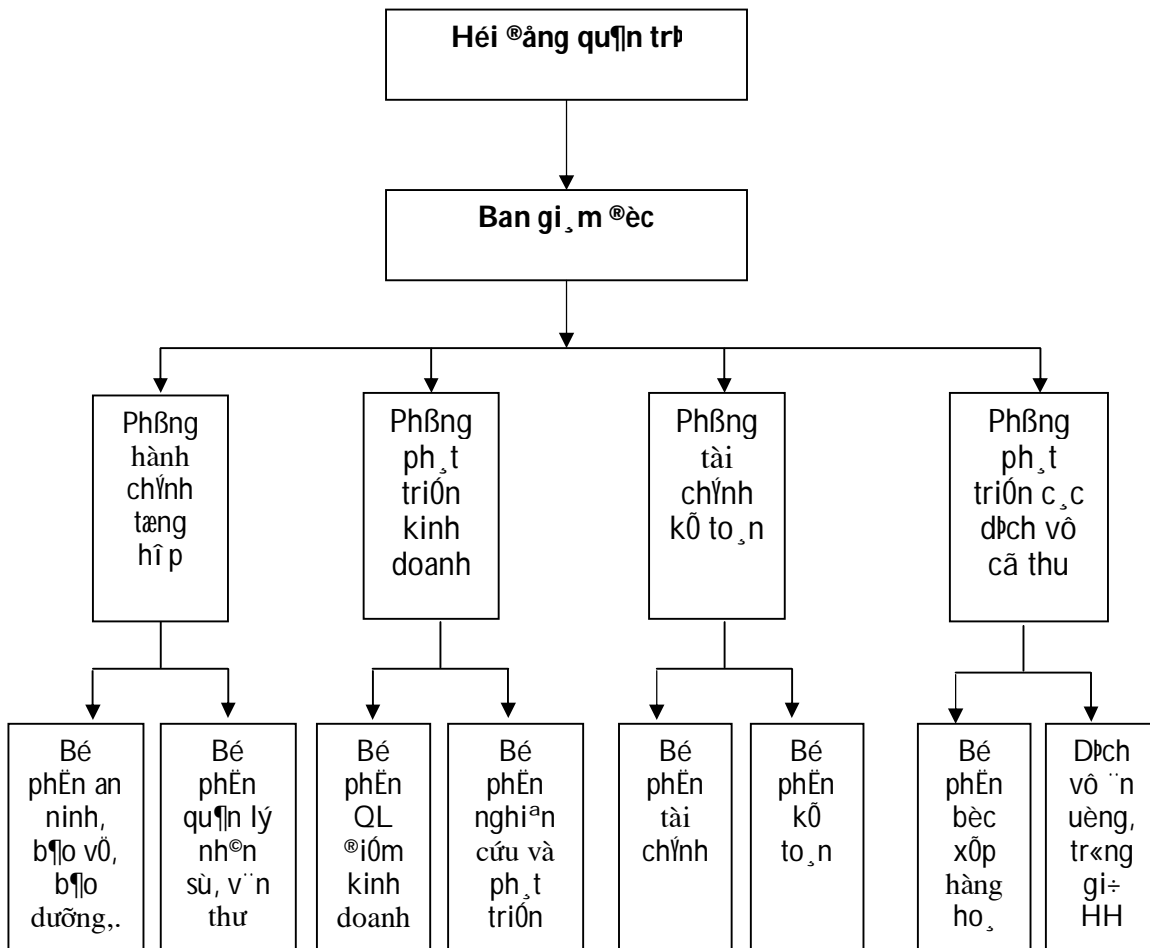
Hàng năm tất cả các phòng, ban phải đưa ra các kế hoạch hành động cho năm sau và phải nộp cho Ban giám đốc điều hành và Hội đồng quản trị để phê chuẩn.

Thứ ba, phải tạo nên một hệ thống kế toán để đảm bảo rằng các thu chi của công ty phải được đưa vào các sổ sách một cách nhanh nhất. Tất cả các khoản tiền thu được ở chợ phải nhanh chóng đưa vào sổ sách, nộp vào ngân quỹ của chợ.

Thứ tư, phải đảm bảo duy trì được đội ngũ làm việc mang tích chất ổn định lâu dài và đồng thời cũng phải đảm bảo tái tạo được nguồn vốn.

Vấn đề quản lý tài chính hàng năm sẽ do Hội đồng quản trị phê chuẩn, kế hoạch này phải được đệ trình trước năm tài khoá mới.

**Mô hình tổ chức công ty cổ phần (hợp tác xã)
kinh doanh chợ bán lẻ tổng hợp**



Nhìn chung, các công ty kinh doanh chợ (công ty cổ phần, công ty TNHH quản lý và kinh doanh chợ hoặc hợp tác xã quản lý và kinh doanh chợ) có thể quản lý, khai thác một hoặc nhiều chợ, ở mỗi chợ thành viên đều có những bộ phận quản lý riêng.

Trách nhiệm và quyền hạn của Công ty kinh doanh chợ bán lẻ:

Trước tiên Chợ bán lẻ phải có trách nhiệm cung cấp đầy đủ hàng thực phẩm và phi thực phẩm cho cộng đồng. Phải tìm kiếm được những nguồn hàng đảm bảo chất lượng trên khắp cả nước để phục vụ cho người tiêu dùng, đáp ứng được các nhu cầu và đảm bảo mức giá hợp lý nhất có thể cho cộng đồng.

+ Chợ phải được xây dựng đảm bảo các yêu cầu về hạ tầng cơ sở để phục vụ cho người mua và người bán như: điện, nước, vệ sinh, nơi để xe,...

+ Công ty quản lý chợ phải có đội ngũ nhân viên luôn túc trực ngay tại chợ để đảm bảo việc tư vấn hoặc giải quyết các vấn đề phát sinh trong những trường hợp cần thiết.

Công ty quản lý chợ có thẩm quyền được từ chối, không cho phép những mặt hàng không đạt chất lượng vào chợ.

Những nội dung quản lý chủ yếu của chợ bán lẻ:

Quản lý nhân viên:

- Các nhân viên của chợ phải hiểu rõ về trách nhiệm, thẩm quyền của mình trong việc điều hành các hoạt động của chợ hàng ngày.

- Tất cả nhân viên trong chợ đều có bản mô tả công việc, trong đó mô tả trách nhiệm, những chức năng mà một nhân viên cần phải làm cụ thể là gì?

- Thông qua bản mô tả công việc này, người nhân viên biết được nhiệm vụ của mình và phải làm như thế nào để hoàn thành tốt công việc đó. Cũng trên cơ sở bản mô tả công việc của từng nhân viên, những người làm công tác quản lý có thể biết được từng nhân viên có thực hiện tốt công việc được giao hay không. Trên cơ sở đó sẽ có sự thưởng, phạt xứng đáng.

Quản lý hàng hoá

Nội dung quản lý thứ hai là quản lý mặt hàng thực phẩm và phi thực phẩm được bày bán trong chợ; quản lý, theo dõi giá cả, số lượng, chất lượng.

Công ty quản lý và kinh doanh chợ có trách nhiệm là phải cung cấp cho người bán hàng biết được những thông tin về chợ và về thị trường nói chung.

Quản lý vệ sinh môi trường

Nội dung quản lý thứ ba là quản lý các vấn đề liên quan đến vệ sinh công cộng, bảo vệ môi trường như hệ thống thu gom rác thải, nước thải, cống rãnh,...

Quản lý những vấn đề phát sinh

Quản lý những vấn đề phát sinh ở trong và ngoài khu vực chợ: ở khu vực chợ thường hay xảy ra cãi cọ giữa người mua và người bán liên quan đến vấn đề cân, đong, đo, đếm. Trong những trường hợp xảy ra như vậy thì đội ngũ quản lý chợ phải có trách nhiệm đứng ra hoà giải theo một cách thức công bằng. Phải thành lập các đội điều tra, kiểm tra xem bên nào đúng, bên nào sai.

Tiếp theo phải kiểm soát, quản lý được những yếu tố có khả năng kiểm soát được (cãi cọ, tranh chấp giữa người bán và người mua hay giữa người mua và đội ngũ quản lý chợ) và những yếu tố không có khả năng kiểm soát (ngập lụt trong chợ,...) nhưng công ty cũng phải giải quyết một cách nhanh chóng.

Phương pháp và biện pháp quản lý chợ bán lẻ:

+ Thường xuyên giáo dục tuyên truyền để cho cộng đồng nhận thức được vấn đề an toàn thực phẩm. Bởi vì thực tế hiện nay vấn đề sức khoẻ luôn được mọi người quan tâm, mà muốn có sức khoẻ tốt thì phải đảm bảo vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm.

+ Thường xuyên giáo dục tuyên truyền để cho các nhân viên trong chợ hiểu được các vị trí vai trò của mình đối với chợ, đối với công chúng và đối với xã hội là như thế nào.

+ Các nhân viên trong chợ luôn luôn phải được giáo dục đào tạo về ý thức phục vụ đối với khách hàng, phải luôn luôn hướng tới việc đảm bảo lợi ích cho khách hàng đến giao dịch ở chợ.

+ Đồng thời, Công ty kinh doanh chợ cũng thường xuyên giáo dục tuyên truyền cho công chúng có một thái độ hợp tác với chợ nhằm đảm bảo lợi ích của cả hai bên.

+ Đối với mỗi quan hệ hợp tác, Công ty kinh doanh chợ cũng cần chú ý đến các mối quan hệ, hợp tác với công an, hay với Công ty vệ sinh để đảm bảo xử lý các tình huống liên quan đến an ninh, trật tự cũng như việc thu gom rác thải ở trong chợ được thực hiện một cách nhanh chóng.

+ Công ty kinh doanh chợ cũng phải thường xuyên tổ chức những khoá đào tạo cho cả những người bán hàng và người mua hàng, những khoá học nhằm cung cấp những kiến thức có ích cho cả hai phía. Ví dụ như những khoá đào tạo cho người bán hàng hiểu được rằng nếu các sản phẩm rau quả có sử dụng hoá chất độc hại thì nó sẽ tác động nguy hiểm thế nào đối với người tiêu dùng.

Để làm được điều này, Công ty kinh doanh chợ phải có sự hợp tác chặt chẽ với các cơ quan chính quyền.

+ Công ty kinh doanh chợ có trách nhiệm luôn thúc đẩy các mối quan hệ công cộng nhằm thực hiện một cách thành công sứ mệnh, nhiệm vụ của chợ. Giúp cho chợ có thể giữ được mối quan hệ thân thiết, đi vào lòng của công chúng. Có như vậy thì mới khuyến khích người dân đến chợ.

+ Thông thường sau khi thành lập, bao giờ các chợ cũng phải thực hiện một số hoạt động mang tính khuyến khích như khuyến mại, giảm giá, tặng quà,... Thông qua hình thức tuyên truyền, quảng cáo để thúc đẩy các mối quan hệ công cộng ở xung quanh khu vực đó, để người dân biết được là đã có một chợ ra đời, những tiện ích ở trong chợ đó như thế nào để thu hút khách hàng đến chợ.

+ Công ty kinh doanh chợ phải luôn duy trì thông tin hai chiều giữa chợ và người dân.

Việc chuyển đổi mô hình tổ chức quản lý chợ ở Khánh Hoà hiện nay có thể theo hướng lập các doanh nghiệp kinh doanh và khai thác chợ có thể thực hiện theo hai cách như sau:

Thứ nhất, UBND tỉnh có thể xem xét và thành lập mỗi huyện, thị, thành phố có 01 doanh nghiệp kinh doanh và quản lý chợ trên địa bàn của mình. Đối với mô hình này, ưu điểm của nó là mang lại sự phát triển bền vững với đội ngũ cán bộ quản lý chuyên nghiệp hơn và các loại dịch vụ cung ứng trên các chợ có chi phí thấp hơn do được tổ chức theo mạng dịch vụ cung ứng chuyên nghiệp.

Thứ hai, UBND tỉnh giao chính quyền các huyện, thị, thành phố rà soát về số lượng chợ, tình hình nhân sự các tổ chức trực tiếp quản lý chợ hiện nay trên địa bàn và thành lập mỗi chợ sẽ do 01 doanh nghiệp quản lý và khai thác, kinh

doanh. Với cách thức này, ưu điểm là dễ chuyển đổi, gọn nhẹ về cơ cấu. Tuy nhiên chỉ thuận lợi đối với các chợ có điều kiện phát triển, dễ thu hồi vốn.

Trong điều kiện hiện nay của Khánh Hoà, tùy theo điều kiện của từng địa bàn huyện, thị, thành phố có thể lựa chọn một trong hai mô hình tổ chức như trên.

1.2. Phân cấp quản lý chợ Khánh Hoà

Công tác tổ chức và quản lý chợ là một yêu cầu quan trọng của quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, do đó cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cấp theo hướng sau đây:

- Sở Du lịch - Thương mại là cơ quan tham mưu giúp UBND tỉnh thực hiện chức năng quản lý đối với mạng lưới chợ của tỉnh.

- UBND thành phố, huyện, thị xã quản lý các chợ thuộc địa bàn của huyện, thị, có nhiệm vụ lãnh đạo các phòng Kinh tế của huyện lập các kế hoạch xây dựng, cải tạo chợ tại địa phương mình.

- UBND xã chỉ đạo và phối hợp với bộ máy quản lý chợ hoạt động trên địa bàn xã để thực hiện chức năng quản lý Nhà nước của chính quyền cơ sở.

1.3. Tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước chợ

- Sau khi qui hoạch phát triển mạng lưới chợ được phê duyệt, Sở Du lịch – Thương mại Khánh Hoà cần đề xuất UBND tỉnh cho phép Sở xây dựng đề án chuyển đổi mô hình doanh nghiệp quản lý và kinh doanh chợ trên địa bàn tỉnh. Mặt khác UBND tỉnh giao Sở Du lịch – Thương mại Khánh Hoà phối hợp với các Sở Tài chính, Sở Kế hoạch và Đầu tư kịp thời xây dựng các chính sách ưu đãi cho các doanh nghiệp quản lý và kinh doanh chợ trên địa bàn.

- UBND tỉnh ra quyết định thành lập và quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Ban quản lý các chợ đầu mối, chợ hạng I, chợ chuyên doanh; quyết định giao hoặc tổ chức đấu thầu lựa chọn doanh nghiệp kinh doanh khai thác chợ.

- UBND thành phố, huyện, thị xã ra quyết định thành lập và quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của các chợ hạng II và hạng III.

- Bộ máy quản lý chợ có thể là Ban quản lý chợ theo hình thức là đơn vị sự nghiệp có thu hoặc nếu là doanh nghiệp đầu tư và khai thác chợ thì phải có bộ phận làm công tác quản lý chợ.

Các chợ đầu mối, chợ hạng I, chợ chuyên doanh, các chợ do Nhà nước đầu tư xây dựng hoặc hỗ trợ vốn đầu tư xây dựng (kể từ sau Nghị định số 02/2003/NĐ - CP) do các doanh nghiệp kinh doanh khai thác và quản lý. Các doanh nghiệp này có khả năng khai thác vốn từ nhiều nguồn khác nhau, kể cả vốn nước ngoài và tập hợp một đội ngũ cán bộ có đủ năng lực quản lý chợ. Một Ban quản lý chợ (hoặc doanh nghiệp kinh doanh chợ) có thể khai thác và quản lý nhiều chợ có quy mô nhỏ, gần nhau.

Ban quản lý chợ hoặc doanh nghiệp kinh doanh và khai thác chợ có trách nhiệm thực hiện theo các quy định tại Nghị định số 02/2003/NĐ - CP của Chính phủ và Thông tư số 06/2003/TM - BTM của Bộ Thương mại.

2. Đối với trung tâm thương mại, siêu thị

2.1. Một số định hướng về công tác tổ chức và quản lý

- Cần làm rõ quan hệ quản lý giữa các cơ quan quản lý Nhà nước với tổ chức hay cá nhân trực tiếp quản lý trung tâm thương mại, siêu thị, làm rõ mối quan hệ quản lý giữa chúng với các đối tượng tham gia kinh doanh.

- Cần thực hiện các tiêu chuẩn về trung tâm thương mại, siêu thị và phân hạng trung tâm thương mại, siêu thị.

- Xây dựng nội quy và thực hiện các định mức kinh tế - kỹ thuật, các tiêu chuẩn nghiệp vụ trong hoạt động kinh doanh tại trung tâm thương mại, siêu thị.

- Quản lý các hoạt động kinh doanh của trung tâm thương mại, siêu thị theo đúng pháp luật.

- Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ về quản trị kinh doanh cho đội ngũ thương nhân tham gia kinh doanh tại trung tâm thương mại, siêu thị.

- Kiểm tra hoạt động kinh doanh của các trung tâm thương mại, siêu thị và xử lý vi phạm theo quy định của pháp luật.

2.2. Mô hình tổ chức quản lý trung tâm thương mại, siêu thị

Theo Quy chế Siêu thị, Trung tâm thương mại ban hành kèm theo Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/9/2004 của Bộ trưởng Bộ Thương mại, trung tâm thương mại, siêu thị có thể là một doanh nghiệp độc lập hoặc là đơn vị trực thuộc của một doanh nghiệp có đăng ký kinh doanh hoạt động thương mại, do đó mô hình tổ chức quản lý một trung tâm thương mại, siêu thị sẽ giống như mô hình hoạt động của một doanh nghiệp, bao gồm Ban lãnh đạo và các phòng, ban chức năng như Phòng Tổ chức nhân sự, Phòng Tài chính kế toán, Phòng Kế hoạch nghiệp vụ... Việc tổ chức các phòng, ban chức năng phụ thuộc vào ý đồ và chiến lược kinh doanh của Ban lãnh đạo từng trung tâm thương mại, siêu thị cụ thể.

VI. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC QUẢN LÝ CHỢ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI, SIÊU THỊ

Trước hết cần khắc phục tình trạng quản lý chợ không đào tạo, chủ yếu là làm việc theo kinh nghiệm không có chuyên môn, nghiệp vụ về công tác quản lý và khai thác chợ như hiện nay. Để làm được việc này, từ nay đến năm 2020, cả cơ quan quản lý chuyên ngành của nhà nước tại địa phương và các ban quản lý, tổ quản lý chợ, sau này là các doanh nghiệp quản lý, kinh doanh và khai thác chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh cần có chiến lược đào tạo nguồn nhân lực để phục vụ lâu dài.

Chương trình đào tạo, bồi dưỡng được chia thành hai loại với nội dung phù hợp với hai nhóm đối tượng sau:

+ Nhóm 1: các cán bộ quản lý nhà nước về chợ của Sở Du lịch-Thương mại, Phòng Kinh tế tại các huyện, thị xã, thành phố thuộc tỉnh; Chủ tịch Ủy ban nhân dân các xã, phường, thị trấn.

+ Nhóm 2: cán bộ của các Ban Quản lý chợ, doanh nghiệp và hợp tác xã kinh doanh chợ, Tổ quản lý chợ và các nhân viên trực tiếp làm công tác quản lý chợ.

Theo đó, cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại mà cụ thể là Sở Du lịch-Thương mại Khánh Hoà, phối hợp tốt với các trường đào tạo cán bộ, Bộ thương mại để mở các lớp ngắn hạn, dài hạn, đào tạo các đối tượng quản lý chợ, trung tâm thương mại, siêu thị, cán bộ thương mại huyện, thị, thành phố, cán bộ chuyên trách của ngành. Thường xuyên tổ chức các hội thảo về phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị, tổ chức các đoàn thăm quan học hỏi ở các tỉnh bạn để không ngừng nâng cao nhận thức và nghiệp vụ trong lĩnh vực này.

- Nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ quản lý chợ bằng cách điều chỉnh đội ngũ cán bộ hiện có, bổ sung những cán bộ có phẩm chất đạo đức, có năng lực công tác.

- Thực hiện lựa chọn, bổ sung nhân lực thường xuyên để có đội ngũ cán bộ quản lý, kinh doanh, nhân viên tinh thông nghiệp vụ, đáp ứng yêu cầu cạnh tranh của thị trường.

- Có chính sách đãi ngộ thoả đáng nhằm thu hút nhân tài, đặc biệt thu hút các nhà quản lý giỏi.

- Cần tiêu chuẩn hoá cán bộ, nhân viên tổ chức và quản lý chợ, trong đó quy định rõ trình độ văn hoá, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, trình độ tin học, ngoại ngữ, độ tuổi. Đặc biệt, chú ý tiêu chuẩn chọn cán bộ, nhân viên vào làm việc trong các cơ quan quản lý Nhà nước về chợ để đáp ứng yêu cầu phát triển chợ thập kỷ tới.

VII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN QUI HOẠCH

- Qui hoạch phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020 sau khi được phê duyệt cần được phổ biến rộng rãi đến các ban ngành, đoàn thể, các đơn vị quản lý hành chính nhà nước cũng như toàn thể tầng lớp nhân dân trong tỉnh.

- Thành lập Ban chỉ đạo thực hiện Dự án Qui hoạch phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020 trong đó:

+ Sở Du lịch - Thương mại là cơ quan chủ trì thực hiện theo chức năng của Sở về xây dựng qui hoạch, kế hoạch và quản lý việc thực hiện.

+ Các cơ quan phối hợp là Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Xây dựng, Sở Tài chính, Sở Giao thông và các ban ngành khác.

+ Ban chỉ đạo có các nhiệm vụ như: huy động vốn địa phương; tìm kiếm nguồn hỗ trợ bên ngoài; lập chương trình khuyến cáo để thu hút các doanh nghiệp, các khách thương tham gia đầu tư xây dựng và tổ chức các hoạt động kinh doanh; giải quyết các vấn đề liên quan đến các cấp quản lý và các vấn đề liên ngành khác...

- Trên cơ sở Dự án Quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020, Sở Du lịch - Thương mại Khánh Hoà đề xuất với UBND tỉnh cho phép triển khai tiếp tục các đề án chi tiết, các dự án đầu tư cụ thể để đưa vào kế hoạch thực hiện.

Việc phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Khánh Hoà trong thời kỳ quy hoạch sẽ phụ thuộc vào sự phát triển của ngành sản xuất, các hoạt động đầu tư nói chung và phát triển cơ sở hạ tầng nói riêng. Mặt khác, những thay đổi về chính sách kinh tế các năm tiếp theo cũng sẽ gây tác động trực tiếp đến quá trình phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị thời kỳ quy hoạch. Vì vậy, dự án đề xuất một số kiến nghị chủ yếu đối với các cấp, các ngành có liên quan như sau:

1. Đối với Sở Kế hoạch - Đầu tư

- Trong kế hoạch phân bổ vốn đầu tư hàng năm cho các ngành cần có tỷ lệ phân bổ vốn đầu tư hợp lý cho nhu cầu xây dựng các công trình thương mại trên địa bàn tỉnh trong đó có đầu tư cho các công trình chợ, trung tâm thương mại, siêu thị. Thông báo cụ thể nguồn vốn của ngân sách nhà nước đầu tư phát triển các công trình này cho Sở Du lịch - Thương mại để theo dõi việc thực hiện.

- Trên cơ sở các chính sách khuyến khích và thu hút đầu tư vào địa phương theo các Quyết định của UBND tỉnh, Sở cần tiếp tục triển khai các hướng dẫn cụ thể và chi tiết đối với từng loại hình trên từng địa bàn cụ thể.

2. Đối với Sở Tài chính

Giúp UBND tỉnh ban hành các quy định khung về quản lý giá hay mức phí cho thuê hoặc bán diện tích kinh doanh trên chợ, trung tâm thương mại, siêu thị cũng như các quy định khác về tổ chức các dịch vụ có thu theo hướng tăng cường tính chủ động cho các tổ chức, cá nhân kinh doanh và góp phần phát triển hoạt động kinh doanh trên các loại hình này.

3. Đối với Sở Giao thông vận tải

Sớm lập kế hoạch khảo sát, thiết kế giao thông và đề xuất đầu tư đối với các trục giao thông nối liền các cụm thương mại với tuyến trục quốc lộ tạo điều kiện thuận lợi cho vận chuyển tiêu thụ các sản phẩm hàng hoá của địa phương. Đồng thời, tiến hành quy hoạch và khảo sát thiết kế các tuyến giao thông gắn với các chợ, trung tâm thương mại, siêu thị đảm bảo sự lưu thông thuận tiện cho người và hàng hoá.

4. Đối với Sở Tài nguyên - Môi trường

Trên cơ sở dự kiến quy hoạch trên đây, đề nghị Sở bố trí quỹ đất để xây dựng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị đồng thời xác định và cắm mốc địa giới cho các công trình này.

5. Đối với UBND các huyện thị

Cần phối hợp với Sở Du lịch - Thương mại tỉnh để xây dựng mô hình tổ chức quản lý các loại hình thương mại trên đây cũng như cơ chế phối hợp quản lý giữa UBND huyện thị với Sở Du lịch - Thương mại đối với các doanh nghiệp kinh doanh chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn.

6. Đối với UBND tỉnh

- Đề nghị UBND tỉnh xem xét, ban hành cơ chế đầu tư xây dựng chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trong đó cho phép đổi đất lấy công trình để tạo vốn xây dựng.

- Đề nghị UBND tỉnh xem xét thành lập Công ty Đầu tư và kinh doanh chợ theo hình thức DNNN hoạt động công ích để quản lý khai thác các chợ hạng I và nguồn vốn đầu tư từ ngân sách Nhà nước.

7. Đối với Bộ Thương mại

- Hỗ trợ nghiên cứu và xây dựng nghiệp vụ quản lý các hoạt động kinh doanh chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh.

- Giúp tỉnh Khánh Hoà xây dựng và áp dụng thí điểm mô hình tổ chức doanh nghiệp kinh doanh chợ.

- Mở các lớp tập huấn, đào tạo kiến thức về nghiệp vụ quản lý và kinh doanh chợ, trung tâm thương mại, siêu thị tại địa phương.

KẾT LUẬN

Trên cơ sở các kết quả khảo sát, nghiên cứu, Dự án đã đưa ra những nội dung quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị một cách toàn diện và cần thiết trong thời kỳ từ nay đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020. Đồng thời, dự án cũng đề cập đến những giải pháp, chính sách phát triển chợ, trung tâm thương mại, siêu thị nhằm đạt được những mục tiêu quy hoạch đề ra.

Quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị là công cụ quản lý hữu hiệu cho các cơ quan quản lý Nhà nước, là một trong những cơ sở quan trọng cho công tác đầu tư xây dựng mạng lưới hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh. Việc triển khai thực hiện quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị không chỉ góp phần làm phát triển mạnh mẽ và bền vững hơn các quan hệ kinh tế, thương mại trên cơ sở phát triển một hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại đồng bộ, có kế hoạch mà còn là bước cụ thể hoá Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Khánh Hoà đến năm 2020. Đồng thời nó cũng góp phần tăng cường năng lực công tác tổ chức quản lý, điều hành hoạt động thương mại theo hướng văn minh, hiện đại trong từng giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh.

Ban chủ nhiệm dự án xin chân thành cảm ơn sự chỉ đạo và giúp đỡ về mọi mặt của các đồng chí lãnh đạo tỉnh uỷ và UBND tỉnh, các cơ quan quản lý, các Sở, ngành, UBND các huyện thị và các ban quản lý chợ trong tỉnh cũng như sự hỗ trợ về chuyên môn của Vụ Chính sách thị trường trong nước, Viện Nghiên cứu Thương mại - Bộ Thương mại trong quá trình xây dựng dự án./.