

1. Thực trạng về hoạt động ngành hàng thương mại - dịch vụ những năm qua

Do chưa được quan tâm đúng mức nên trong thời kỳ 1991 - 1995, lĩnh vực dịch vụ tăng không đáng kể cụ thể: Năm 1991 chiếm 32,91% GDP, thì năm 1995 tăng lên 37% trong GDP. Từ năm 1996 đến - 2000 do có chính sách thông thoáng nên, hoạt động dịch vụ tăng trưởng khá về giá trị tạo ra, song tỷ trọng cơ cấu tổng sản phẩm trong GDP không tăng. Cụ thể năm 1997 là 37%, năm 1998 là 35,9% và năm 1999 là 37,5%. Trong dịch vụ thì thương mại chiếm 55% GDP. Giá trị các ngành thương mại dịch vụ tăng 6,1%/năm (mục tiêu đề ra 10%). Một số ngành dịch vụ tăng trưởng khá như bưu chính viễn thông, du lịch, vận tải và hoạt động thương mại.

ngạch xuất - nhập tăng lên năm 1991: 31.505.000 USD, 1995: 404.572.000 USD. Nhịp độ bình quân đạt 54,4% trong khi cả nước ở mức 30%/năm, trong đó: giai đoạn 1991-1995 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu tăng 54,4%/ năm cao hơn mức bình quân của cả nước (30%). Sang giai đoạn 1996- 1998, nên có xu hướng giảm (giảm bình quân là 32,6%/năm). Năm 1999, đến nay lại có xu hướng tăng lên, Trong đó:

* Xuất khẩu thời kỳ 1991 -1995: nhịp độ tăng trưởng bình quân 16,8%/năm. Năm 1991 xuất khẩu 16 triệu USD thì năm 1995 xuất khẩu được 157.907.000 USD, gấp 9,7 lần so với năm 1991. Xuất khẩu năm 1996 là 11.165.000 USD, năm 1997 là 76.567.000 USD (bao gồm cả xuất khẩu uỷ thác), năm 1998 là 48.

từ các tỉnh khác. Nguồn hàng địa phương chỉ chiếm 16,9 % (năm 1999). Điều này chứng tỏ chưa khai thác lợi thế so sánh của địa phương để tăng trưởng xuất khẩu, đặc biệt xuất khẩu hàng nông lâm thủy sản.

Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu giai đoạn 1991 - 1999 như sau: cà phê (13.288 tấn), tiêu hạt 4.299 tấn, hạt điều 1.243 tấn, hải sản đông lạnh, gỗ tinh chế, song mây tinh chế, bắp hạt, trà, cao su. Thị trường xuất khẩu của Phú Yên: Singapore, Hồng Kông, Trung Quốc, Nhật, Thái Lan, Đài Loan.... Châu Á chiếm 50%, châu Âu chiếm 35%, châu Mỹ chiếm 9,6%.

* Nhập khẩu giai đoạn 1991- 1995: kim ngạch nhập khẩu có sự phát triển đáng kể. Năm 1995 nhập: 246.665 ngàn USD gấp 16 lần năm 1991. Thời kỳ này nhập siêu cao 88.258 ngàn USD, 99% nhập khẩu trực tiếp do các doanh nghiệp thực hiện. Nhập khẩu uỷ thác chiếm tỷ trọng đáng kể. Nhập khẩu nguyên vật liệu chiếm dưới 70%. Nhập khẩu từ Châu Á chiếm 90% cơ cấu hàng xuất khẩu đã có sự chuyển dịch theo hướng khai thác nguồn hàng của tỉnh. Nông sản (cà phê, đậu, tiêu hạt), hàng hải sản và thủ công mỹ nghệ. Số doanh nghiệp xuất nhập khẩu trực tiếp tăng lên đáng kể, giữ được chữ tín trong quan hệ đàm phán với bạn hàng, giữ và phát triển thị trường.(1)

Tuy nhiên sang giai đoạn 1995- 1998 có xu hướng giảm, kim ngạch nhập khẩu 1995 xấp xỉ 246 triệu USD, năm 1996 là 206.523.000 USD, năm 1997 là 102. 749.000 USD, năm 1998 là 97,049 triệu USD và năm 1999 là 62.432.000 USD (giá thực tế). Mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là nguyên vật liệu, phân bón phục vụ

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGÀNH THƯƠNG MẠI - DỊCH VỤ TỈNH PHÚ YÊN ĐẾN 2010

TS. ĐÀO DUY HUÂN & Thạc sĩ PHẠM XUÂN LAN

a. Nội thương: Tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ tăng từ 514.948 triệu đồng (1991) lên 932.469 triệu đồng (1995). Năm 1996 tổng mức bán lẻ hàng hoá xã hội là : 1.041.276 triệu VND, 1997 là 1.138.975 triệu VND, 1998 là : 1.182.386 VND và năm 1999 là 1317.686 VND. Nhịp độ tăng bình quân tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ xã hội giai đoạn 1991 -1999 là hơn 10%. Trong tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ, tỷ trọng trong thương nghiệp tư nhân tăng dần từ 63,19% tăng lên 78,8% năm 1999, ngược lại tỷ trọng của thương nghiệp nhà nước giảm từ 33,29% năm 1991 còn 21,2% năm 1999.

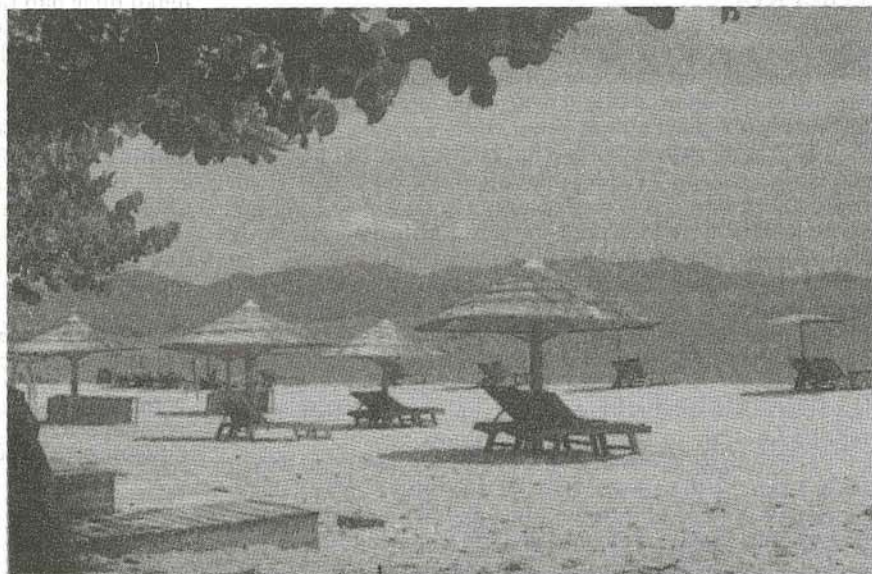
Trong thương nghiệp bán buôn thì thương nghiệp quốc doanh giữ vai trò chủ đạo, tuy nhiên xu hướng đang giảm (1997 là 76% đến năm 1998 còn 66%), những ngành hàng chủ yếu mà thương nghiệp quốc doanh chi phối là xăng, dầu, kim khí, phân bón, xi măng. Giá trị tuyệt đối mức bán lẻ bình quân trên đầu người tại Phú Yên có xu hướng tăng (1998 : 1.462 ngàn đồng /người/năm, tăng gấp 2 lần so với năm 1991).

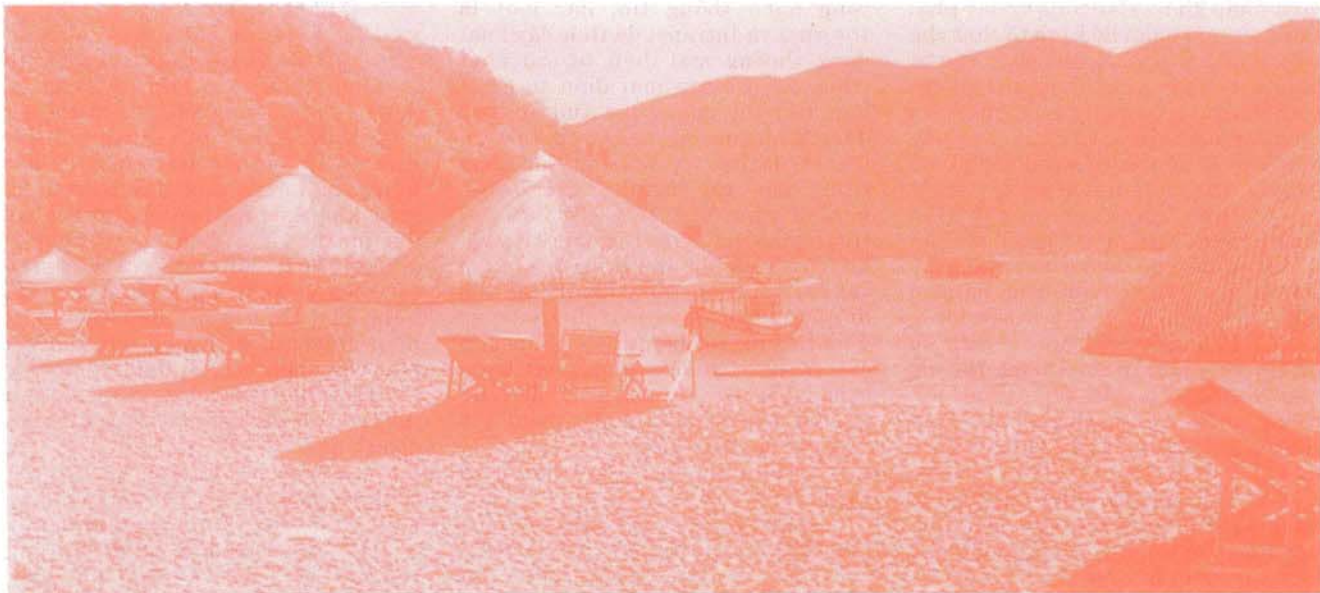
b. Ngoại thương

Kinh doanh xuất nhập khẩu được khuyến khích phát triển nên có tiến triển theo hướng tích cực. Kim

071.000 USD và năm 1999 là 56.415.000 USD. Xét cơ cấu kim ngạch xuất khẩu cho thấy, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trực tiếp chiếm tỷ trọng tới 95% còn lại là xuất khẩu uỷ thác. Điều này chứng tỏ khả năng mở rộng thị trường xuất khẩu của các doanh nghiệp Phú Yên khá tốt.

Nếu xét nguồn hàng xuất khẩu thì năm 1995 hơn 83 % có nguồn gốc





cho phát triển nông nghiệp (70%).(2)
c. Dịch vụ:

Các hoạt động dịch vụ rất đa dạng và có vai trò quan trọng trong việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế của địa phương cũng như thúc đẩy sự phát triển các ngành kinh tế. Một số các hoạt động dịch vụ quan trọng phát triển khá tốt trong thời gian qua, như:

* Dịch vụ ngân hàng và tài chính: Hệ thống ngân hàng thương mại Phú Yên đã phát triển, khai thác được các nguồn vốn dưới các hình thức để phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Năm 1997 tạo ra 52.733 triệu VND, năm 1998 tạo ra 37.737 triệu VND. Tuy nhiên nguồn vốn dài hạn còn hạn chế (chỉ chiếm khoảng 14%)(2).

* Dịch vụ bưu chính viễn thông: Ngành bưu chính viễn thông Phú Yên đã phát triển khá mạnh trong thời gian qua, mạng viễn thông cho các bưu cục đã hoàn chỉnh, đường dây điện thoại đã đến tất cả các xã, các thôn, vùng sâu, vùng xa. Kết quả doanh thu bưu điện tăng lên như sau: Năm 1996 : 16.081 triệu đồng, năm 1997 : 21.395 triệu đồng, 1998 : 28.496 triệu đồng và năm 1999 là 30.053 triệu đồng.

* Dịch vụ bảo hiểm: cũng đã phát triển, các loại hình chủ yếu là bảo hiểm tai nạn lao động, bảo hiểm tài sản hỏa hoạn, xe cơ giới, hàng hóa xuất nhập khẩu, vận chuyển nội địa, bảo hiểm tai nạn chó chủ xe, tàu thuyền.

* Dịch vụ hậu cần cho nông nghiệp và nông thôn đã hình thành và phát triển, chẳng hạn như: dịch vụ cây giống, con giống, dịch vụ thú y, bảo vệ thực vật và các dịch vụ cung cấp cho nghề ngư và nuôi trồng thủy sản.

Nhìn chung các hoạt động dịch vụ của Phú Yên bước đầu phát triển và có sự đóng góp đáng kể vào sự nghiệp phát triển kinh tế xã hội của địa phương trong thời gian qua như: hoạt động khoa học và công nghệ, hoạt động liên quan kinh doanh tài sản và dịch vụ tư vấn, y tế và cứu tế xã hội, hoạt động làm thuê công việc cho các gia đình, song các hoạt động dịch vụ tại Phú Yên chưa thực sự đa dạng, nhiều dịch vụ quan trọng hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong các quyết định kinh doanh như dịch vụ thông tin, nghiên cứu tiếp thị, tư vấn kinh doanh...v.v đã hình thành đang phát triển.

2. Chiến lược phát triển ngành thương mại & dịch vụ Phú Yên giai đoạn 2000-2010:

a. Phát triển thương mại & dịch vụ gắn với cơ cấu kinh tế công- nông- lâm- ngư nhằm tạo đà và phát triển một cách có hiệu quả cơ cấu kinh tế đó, cụ thể là:

Ngành thương mại Phú Yên phải tập trung nghiên cứu thị trường đầu ra cho các sản phẩm công- nông- lâm- ngư của tỉnh. Có chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp của tỉnh trong việc đẩy mạnh tiêu thụ các sản phẩm của địa phương, đặc biệt là có chính sách ưu tiên cho việc xuất khẩu các sản phẩm mũi nhọn của các ngành công- nông- lâm- thủy sản của địa phương. Tỉnh có thể thực hiện các chính sách ưu đãi về thuế hoặc thực hiện các hoạt động hỗ trợ về tín dụng, biện pháp bù lỗ hoặc hỗ trợ các hoạt động tiếp thị cho các doanh nghiệp đang tiến hành xuất khẩu các sản phẩm của địa phương. Tăng cường mối liên kết lâu dài giữa các doanh nghiệp thương mại và các cơ sở sản xuất, xây dựng và tăng cường khả năng kinh doanh

các đơn vị xuất nhập khẩu chuyên ngành.

b. Phát triển đa dạng các hoạt động dịch vụ gắn với từng ngành ở phía đầu vào cũng như ở phía đầu ra phù hợp với xu hướng chuyển dịch của cơ cấu kinh tế Phú Yên trong từng giai đoạn, cụ thể là:

* Phát triển mạnh các loại hình dịch vụ chung cho các ngành như dịch vụ tài chính, tín dụng, viễn thông, vận tải, kiểm định hàng hóa, dịch vụ giao nhận, kho bãi, dịch vụ tư vấn pháp lý, dịch vụ thông tin & khoa học kỹ thuật, dịch vụ cơ khí sửa chữa, dịch vụ tư vấn đầu tư, dịch vụ marketing..

* Tăng cường các hoạt động dịch vụ gắn với từng ngành công- nông- lâm- ngư như dịch vụ cung cấp cây giống, con giống, dịch vụ thú y, dịch vụ bảo vệ thực vật, dịch vụ hậu cần cung cấp ngư lưới cụ, cá giống... cho nghề cá, dịch vụ lắp ráp, chuyển giao công nghệ, dịch vụ bảo trì, bảo hành, bảo hiểm,...

c. Phát triển thương mại & dịch vụ Phú Yên phải trên cơ sở tăng cường khả năng cạnh tranh và khai thác tối đa các cơ hội thị trường tại chỗ và thị trường bên ngoài, cụ thể là:

Để tăng cường năng lực cạnh tranh của ngành thương mại & dịch vụ Phú Yên, cần chú trọng các hướng sau:

* Hình thành các công ty kinh doanh quy mô lớn làm nhiệm vụ xuất nhập khẩu và bán buôn là chính (Có thể sát nhập các công ty có cùng chức năng nhằm tăng cường tiềm lực về vốn và giảm chi phí quản lý). Các công ty này có thể là đại lý ủy thác cho các hãng trong và ngoài nước, đồng thời liên kết thực hiện các hợp đồng gia công, chế biến các mặt hàng

xuất nhập khẩu. Các công ty này phải tạo được mối quan hệ kinh tế chặt chẽ với các nhà sản xuất, nhà cung ứng và với các tổ chức xuất nhập khẩu ở các tỉnh để thu gom hàng hóa, chế biến phục vụ xuất khẩu, tổ chức cung ứng nguyên vật liệu và tiêu thụ sản phẩm cho các khu công nghiệp.

* Hình thành các công ty kinh doanh tổng hợp vừa bán buôn vừa bán lẻ, trong đó chú trọng xây dựng hệ thống cửa hàng, điểm bán hàng ở những vị trí kinh doanh thuận lợi.

* Phát triển mạnh các dịch vụ hỗ trợ và xúc tiến hoạt động thương mại (quảng cáo, hội chợ triển lãm, thông tin và tư vấn thương mại, vận chuyển, bảo hiểm, ngân hàng thương mại,...).

* Tập trung phát triển công nghiệp chế biến và hiện đại hóa công nghệ một số ngành công nghiệp chế biến các sản phẩm mũi nhọn của địa phương nhằm tăng cường khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường, giảm dần việc xuất khẩu các sản phẩm thô, trước hết ưu tiên cho các sản phẩm nông- lâm- thủy sản, sản phẩm may mặc, chế biến thực phẩm cao cấp, sản xuất nước khoáng, thức ăn gia súc.

* Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, đặc biệt là thị trường các nước trong khối AFTA, APEC, EU, thị trường Mỹ qua đó mà tăng cường mối quan hệ trực tiếp với khách hàng, nhà cung ứng, giảm dần việc mua bán qua trung gian.

d. Phát triển thương mại & dịch vụ Phú Yên trong giai đoạn sắp tới cần nghiên cứu để khai thác tối đa các cơ hội sau:

* Sự gia nhập các tổ chức thương mại quốc tế AFTA, APEC, WTO và Hiệp định thương mại Việt- Mỹ tạo cơ hội cho Phú Yên đẩy mạnh việc xuất khẩu sản phẩm may mặc, giày dép, thực phẩm chế biến, các mặt hàng nông- lâm- thủy sản, cơ khí nông nghiệp

* Sự phát triển của khu vực trọng điểm miền Trung và đặc biệt là các tỉnh Tây Nguyên tạo cơ hội cho Phú Yên đẩy mạnh quan hệ thương mại với các tỉnh Tây Nguyên cũng như qua đường biên giới với Lào và Thái Lan.

* Theo dự báo thu nhập GDP đầu người của Phú Yên đến năm 2010 sẽ là 617,14USD/năm và năm 2020 là 1.663,36 USD/năm tăng gấp 6,93 lần so với năm 2000 (ước 240 USD), với sự gia tăng này sẽ kéo theo sự gia tăng về nhu cầu tiêu dùng và sức mua của thị trường Phú Yên, đó là cơ hội để ngành thương mại & dịch vụ nâng cao doanh số và đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh dịch vụ, tăng luồng hàng vào địa phương.

* Sự phát triển mạnh mẽ của

công nghệ thông tin, đặc biệt là Internet và Intranet đã thúc đẩy hoạt động thương mại điện tử: Sự phát triển của thương mại điện tử (mua bán, tiếp thị, quảng cáo, thư tín, hợp đồng thông qua mạng Internet và Intranet) là một cơ hội hết sức quan trọng cho các ngành, các doanh nghiệp Phú Yên tiếp cận với thị trường thế giới, giao tiếp trực tiếp với khách hàng, các nhà cung ứng, giảm các chi phí trong khâu lưu thông, xóa đi những bất lợi về mặt địa lý trong giao thương với bên ngoài. Phú Yên cần mạnh dạn đầu tư và phát triển từng bước ngành thương mại điện tử. Những việc cần làm để tham gia thương mại điện tử là:

- Chọn giải pháp kết nối: có 2 cách.

Đăng ký địa chỉ Internet qua một ISP (Internet Service Provider)

Đầu tư hệ thống máy chủ (Server) và cho phép nhân viên truy nhập mạng Internet qua mạng cục bộ.

- Đăng ký tên miền (Địa chỉ cho Web site của mình).

- Xây dựng trang Web.

- Chọn giải pháp thanh toán trên mạng.

- Quảng cáo giới thiệu trang Web (đăng ký trang Web vào bộ danh mục tìm kiếm của các trang nổi tiếng như Yahoo, quảng cáo qua E. mail)

- Bảo vệ thông tin: chọn giải pháp an ninh thông tin cho doanh nghiệp mình và cho khách hàng (lựa chọn phần cứng và phần mềm phù hợp)

e. Phát triển thương mại và dịch vụ Phú Yên phải hướng đến mục tiêu góp phần nâng cao đời sống của nhân dân và làm tăng bộ mặt văn minh của xã hội. Điều này được hiểu cụ thể là:

* Thành lập các tổ chức bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, các tổ chức kiểm định chất lượng sản phẩm lưu hành trên thị trường, tăng cường công tác quản lý thị trường chống nạn hàng lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng.

* Quy hoạch và phát triển mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh với 1,49 chợ/xã (mỗi chợ phục vụ khoảng 7000 người). Xây dựng hoàn chỉnh các chợ trung tâm tỉnh lỵ, huyện lỵ thành chợ lớn có tỷ trọng bán buôn cao chi phối mạng lưới chợ toàn huyện, là hạt nhân của các trung tâm thương mại.

* Từng bước nghiên cứu và phát triển các loại hình siêu thị, các cửa hàng tự chọn, xây dựng các trung tâm thương mại. Trước mắt trong giai đoạn 2000- 2005 có thể nghiên cứu và tổ chức xây dựng một siêu thị tại khu vực thị xã Tuy Hòa. Từ 2010 trở đi sẽ phát triển mạnh loại hình cửa hàng tự chọn và siêu thị thay thế dần các chợ truyền thống ở khu vực đô thị.

f. Phát triển thương mại & dịch vụ Phú Yên với nhiều loại hình tổ chức, quy mô và các thành phần kinh tế khác nhau, đáp ứng nhu cầu đa dạng của đời sống xã hội, cụ thể là: giúp thương mại quốc doanh chiếm lĩnh thị trường bán buôn một số mặt hàng chủ lực và thúc đẩy hoạt động xuất khẩu các mặt hàng chủ lực của địa phương, các dịch vụ về chuyển giao kỹ thuật- công nghệ và thực hiện các dịch vụ xuất nhập khẩu các mặt hàng chủ lực của địa phương, thực hiện chính sách thương mại đối với khu vực miền núi, đi đầu trong việc hiện đại hóa hoạt động thương mại (phát triển thương mại điện tử, kinh doanh siêu thị,...)

Thương mại & dịch vụ tập thể cũng có một vai trò khá quan trọng, với quy mô vừa và nhỏ, loại hình này phát triển khá năng động đáp ứng yêu cầu cụ thể của từng địa bàn. Trong thời gian qua ở Phú Yên loại hình này phát triển khá mờ nhạt chỉ chiếm khoảng 0,62% trong thương nghiệp bán lẻ (năm 1998). Trong thời gian tới Phú Yên cần nghiên cứu và có hướng hỗ trợ và khuyến khích loại hình này phát triển.

Thương mại tư đang chi phối khoảng 70- 80% thương nghiệp bán buôn và bán lẻ, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ chiếm khoảng 0,01% trong thương nghiệp bán lẻ. Loại hình thương mại và dịch vụ tư nhân với đặc tính năng động, nhạy bén đã chiếm một thị phần lớn trong ngành thương mại và dịch vụ, góp phần thỏa mãn nhu cầu và thúc đẩy sản xuất hàng hóa của tỉnh phát triển. Tuy nhiên hiện tại loại hình này vẫn bộc lộ một số nhược điểm như tính tự phát, chú trọng đến mục tiêu lợi nhuận ngắn hạn, do vậy rất dễ thay đổi cơ cấu mặt hàng kinh doanh theo diễn biến thị trường trước mắt, điều này cũng tạo ra những biến động cho sản xuất. Trong thời gian tới cần có chính sách khuyến khích sự liên kết chặt chẽ, lâu dài giữa thương nghiệp tư nhân và các cơ sở sản xuất, đặc biệt là trong những sản phẩm xuất khẩu quan trọng của địa phương (Tỉnh sẽ có các chính sách miễn hoặc giảm thuế, ưu tiên tín dụng cho những đơn vị tư nhân nào có đóng góp trong việc tìm kiếm mở rộng thị trường tiêu thụ cho các sản phẩm của địa phương).

Tóm lại các chiến lược trên đây đưa ra trên cơ sở phân tích môi trường kinh doanh và dự báo các cơ hội sẽ đến trong kinh doanh thương mại - dịch vụ đối với tỉnh Phú Yên. Tuy nhiên các chiến lược này cần phải cụ thể hoá cho phù hợp với từng năm và cần triển khai tổ chức thực hiện hiệu quả ■