

BỘ CÔNG THƯƠNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: **9762** /QĐ-BCT

Hà Nội, ngày **20** tháng **12** năm 2013

QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt “Quy hoạch phát triển thương mại Vùng Đông Nam Bộ
đến năm 2020, định hướng đến năm 2030”**

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG

Căn cứ Nghị định số 95/2012/NĐ-CP ngày 12 tháng 11 năm 2012 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

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

Theo đề nghị của Vụ trưởng Vụ Thị trường trong nước,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1. Phê duyệt Đề án “Quy hoạch phát triển thương mại Vùng Đông Nam Bộ đến năm 2020, định hướng đến năm 2030” (sau đây gọi là Đề án Quy hoạch) với những nội dung chủ yếu như sau:

I. QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN

1. Phát triển thương mại Vùng Đông Nam Bộ (sau đây gọi là Vùng) phải đặt trong mối quan hệ chặt chẽ với phát triển kinh tế - xã hội của Vùng, phát triển thương mại của cả nước và phát triển của các ngành, lĩnh vực khác; xây dựng và phát triển thương mại Vùng trở thành động lực quan trọng thúc đẩy phát triển thương mại của đất nước.

2. Phát triển thương mại Vùng theo hướng nhanh và bền vững; tương xứng với tiềm năng và khai thác tối đa lợi thế so sánh của các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương (gọi chung là tỉnh) trong Vùng; trong đó, phát triển thương mại khu vực thành phố Hồ Chí Minh trở thành trung tâm thương mại

quy mô lớn, ngày càng hiện đại; giữ vai trò nòng cốt, có tác động tích cực đối với phát triển thương mại của cả Vùng, cả nước và có vị thế cao trong khu vực.

3. Phát triển thương mại Vùng theo hướng mở cửa, gắn phát triển mạnh thương mại trong nước với xuất nhập khẩu và từng bước tham gia vào mạng lưới phân phối và chuỗi giá trị toàn cầu. Đẩy mạnh xuất khẩu đi đôi với kiểm soát tốt nhập khẩu, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Vùng theo hướng nâng cao chất lượng, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp và các sản phẩm chủ lực của Vùng.

4. Phát triển thương mại Vùng theo hướng phát triển đa dạng các loại hình tổ chức phân phối (trong đó, chú trọng phát triển các loại hình tổ chức phân phối hiện đại, quy mô lớn) thuộc các thành phần kinh tế, gắn kết thương mại với sản xuất. Quan tâm phát triển thương mại nông thôn đi đôi với nâng cao chất lượng và văn minh thương mại ở đô thị; tăng cường xã hội hoá đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại.

5. Phát triển thương mại Vùng theo cơ chế thị trường, có sự quản lý của Nhà nước. Nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý của Nhà nước đối với thị trường và hoạt động thương mại nhằm ngăn chặn và xử lý kịp thời các hành vi kinh doanh trái phép, buôn lậu, kinh doanh hàng giả, hàng không bảo đảm chất lượng, trốn thuế và các hành vi gian lận thương mại khác.

II. MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN

1. Mục tiêu chung

Phát triển nhanh thương mại Vùng theo hướng hiện đại và bền vững. Khai thác có hiệu quả các tiềm năng và lợi thế của từng địa phương trong Vùng. Thương mại ngày càng có vị trí và vai trò quan trọng trong tái cơ cấu gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng kinh tế, thúc đẩy quá trình mở rộng và tăng cường các mối quan hệ thương mại giữa các tỉnh trong và cả Vùng với bên ngoài. Tạo bước chuyển biến nhanh thương mại của Vùng theo hướng văn minh, hiện đại, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, bảo vệ môi trường và bảo đảm an sinh xã hội.

2. Mục tiêu cụ thể

- Tốc độ tăng trưởng GDP ngành thương mại cao hơn tốc độ tăng trưởng GDP chung và của khu vực dịch vụ. Tốc độ tăng GDP ngành thương mại đạt bình quân 12,0%/năm trong giai đoạn 2011 – 2015; 13,0%/năm giai đoạn 2016 – 2020; 12,5% - 13%/năm giai đoạn 2021 - 2030.

- Tập trung phát triển thị trường xuất khẩu cho các sản phẩm chủ lực của Vùng (sản phẩm điện, điện tử, cao su, gạo, hạt tiêu, dệt may, giày dép và các sản phẩm nông sản, thủy sản chế biến) với việc phát triển xuất khẩu bằng nhiều phương thức, hình thức khác nhau; đẩy mạnh xuất khẩu ra các thị trường có khả năng thu được giá trị gia tăng cao; duy trì xuất siêu để góp phần thặng dư vào cán cân thương mại của cả nước. Phần đầu đạt tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu 13%/năm trong giai đoạn 2011 – 2015; 12%/năm giai đoạn 2016 – 2020 và 11,5 - 12%/năm giai đoạn 2021 - 2030.

- Phát triển nhanh thương mại nội địa đáp ứng tốt nhu cầu sản xuất, tiêu dùng của các tầng lớp dân cư trên các địa bàn, phục vụ tốt nhu cầu của khách du lịch. Phần đầu đạt tốc độ tăng của tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trên địa bàn Vùng 15,5%/năm giai đoạn 2011 - 2015 và 14-15%/năm giai đoạn 2016-2020 và 13,5% - 14%/năm giai đoạn 2021 – 2030.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

1. Ưu tiên phát triển các loại hình thương mại hiện đại gắn liền với việc nâng cao chất lượng và hiệu quả kinh doanh của các loại hình thương mại truyền thống. Hiện đại hoá kết cấu hạ tầng thương mại, tiếp tục đầu tư phát triển trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, siêu thị, trung tâm logistics, chợ đầu mối bán buôn. Trong đó, chú trọng và tập trung nguồn lực để phát triển các công trình có quy mô lớn (cấp vùng và cấp quốc gia), có tác động tích cực đến phát triển thương mại của cả Vùng và có sức lan tỏa đối với các địa phương khác ngoài Vùng. Tiếp tục củng cố và phát triển mạng lưới bán buôn, bán lẻ hiện có trên địa bàn. Phát triển mạng lưới trung tâm thông tin thương mại.

2. Đổi mới và nâng cao hiệu quả công tác tìm kiếm và phát triển thị trường xuất khẩu mới. Tập trung thực hiện các chương trình sản xuất hàng xuất khẩu; thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào sản xuất hàng xuất khẩu bằng việc tạo môi trường đầu tư thông thoáng, chính sách phù hợp, hấp dẫn. Đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu hàng nhập khẩu theo hướng gia tăng nhập khẩu công nghệ mới, máy móc thiết bị hiện đại và nguyên vật liệu phát triển sản xuất.

3. Phát triển mạnh thương mại biên giới thông qua hoạt động của các khu kinh tế cửa khẩu, các chợ trong khu kinh tế cửa khẩu và chợ biên giới.

4. Phát triển hình thức mua, bán, tiêu thụ sản phẩm hàng hoá thông qua phương thức mua bán theo hợp đồng giao ngay hoặc giao sau. Phát triển nhanh hệ thống phân phối các sản phẩm có lợi thế của Vùng để chủ động tham gia vào mạng phân phối toàn cầu.

5. Chú trọng phát triển mạng lưới thương mại ở nông thôn, khu dân cư tại các khu công nghiệp trên cơ sở phát triển các chợ, các khu thương mại - dịch vụ tại thị trấn, thị tứ và các đô thị mới. Tổ chức tốt thị trường nông thôn đảm bảo cho nông dân bán nông sản, mua vật tư cho sản xuất và hàng hóa tiêu dùng một cách thuận lợi, giá cả phù hợp.

IV. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CÁC HỆ THỐNG THỊ TRƯỜNG ĐẾN NĂM 2020 VÀ TẦM NHÌN ĐẾN 2030

1. Thị trường hàng công nghiệp tiêu dùng

a) Ở khu vực thành thị:

Hình thành cấu trúc cân đối, hợp lý giữa các khu thương mại - dịch vụ ở trung tâm các tỉnh và các thành phố, thị xã trực thuộc tỉnh, ở các khu dân cư, thị trấn và các quận, huyện để hình thành mạng lưới các khu thương mại - dịch vụ của từng tỉnh với hạt nhân là các trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, siêu thị, chợ.

Khuyến khích phát triển các loại hình bán lẻ hiện đại như trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, siêu thị tổng hợp và siêu thị chuyên doanh (hàng công nghệ phẩm, điện máy, sách, văn phòng phẩm...) và siêu thị dạng kho hàng; có chính sách, biện pháp khuyến khích đầu tư vào những loại hình này. Đồng thời, từng bước phát triển mạng lưới cửa hàng tiện lợi gần kề ở các khu dân cư; khuyến khích, giúp đỡ các hộ kinh doanh thành lập những liên minh kinh doanh, thống nhất trong mua, bán hàng hóa, dịch vụ với giá cả phù hợp, chất lượng bảo đảm và tiện lợi cho tiêu dùng của dân cư.

Sắp xếp lại các cơ sở kinh doanh thương mại trên đường phố để cùng với chợ truyền thống trở thành hạt nhân ở các khu thương mại - dịch vụ tổng hợp, đảm bảo các yêu cầu hiện đại nhưng vẫn giữ nguyên bản sắc văn hoá kinh doanh truyền thống.

Phát triển mạng lưới kinh doanh hàng vật liệu xây dựng, đồ dùng gia đình, đồ điện gia dụng theo hướng hình thành và nhân rộng các mô hình kinh doanh hiệu quả, quy mô vừa và có nhiều dịch vụ tiện ích.

Phát triển các trung tâm logistics để cung cấp đồng bộ các dịch vụ hậu cần phân phối tại khu vực ngoại vi của trung tâm các tỉnh trong Vùng.

Đa dạng các phương thức kinh doanh thương mại; trong đó, chú trọng phát triển các phương thức hiện đại và đẩy mạnh áp dụng thương mại điện tử. Khuyến khích phát triển các doanh nghiệp kinh doanh theo chuỗi để tạo nên sự liên kết, hỗ trợ lẫn nhau; trong đó, chú trọng phát triển các chuỗi liên kết theo phương

thức nhượng quyền kinh doanh và các chuỗi liên kết tự nguyện của các siêu thị nhỏ, các cửa hàng chuyên doanh để nâng cao năng lực cạnh tranh; qua đó nâng cao khả năng của doanh nghiệp trong quá trình phát triển mạng lưới phân phối hiện đại.

Điều chỉnh, sắp xếp và nâng cấp mạng lưới thương mại truyền thống thông qua việc khống chế quy mô và số lượng của loại hình này ở từng khu vực; khuyến khích các cửa hàng tạp hoá có điều kiện chuyển đổi thành các siêu thị chuyên doanh.

b) Ở khu vực nông thôn

Phát triển các loại hình thương mại phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội từng địa phương nhằm đáp ứng đầy đủ và kịp thời nhu cầu tiêu dùng, vật tư phục vụ sản xuất cho nhân dân; đồng thời, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm cho nông dân theo hướng bảo đảm lợi ích của người sản xuất. Từng bước xây dựng và phát triển kinh tế nông thôn theo hướng sản xuất hàng hoá, hình thành và củng cố các vùng sản xuất chuyên canh.

Khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã thương mại, hộ kinh doanh phát triển hệ thống cửa hàng để trở thành kênh phân phối chủ yếu hàng công nghiệp tiêu dùng ở thị trường nông thôn.

Nâng cấp mạng lưới chợ bán lẻ ở địa bàn các xã và các khu dân cư tập trung, lấy chợ làm hạt nhân để phát triển các cửa hàng chuyên doanh, tổng hợp xung quanh khu vực chợ, hình thành khu thương mại - dịch vụ tổng hợp.

Phát triển thị trường nông thôn gắn với việc tổ chức tốt mạng lưới thu mua hàng nông sản, cung ứng vật tư nông nghiệp và hàng tiêu dùng cho dân cư kết hợp giữa tổ chức hội chợ với thực hiện có hiệu quả chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, vùng sâu, vùng xa và các khu công nghiệp.

2. Thị trường hàng tư liệu sản xuất

Phát triển hệ thống thị trường hàng tư liệu sản xuất như: thị trường giao dịch kỳ hạn, các trung tâm bán buôn, các doanh nghiệp bán buôn lớn, cung ứng trực tiếp từ sản xuất đến tiêu dùng cuối cùng.

Phát triển đa dạng các hình thức bán buôn theo hướng khuyến khích đầu thầu mua sắm các sản phẩm chủ yếu, khối lượng lớn và cung ứng hàng hoá trực tiếp để giảm chi phí.

Khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển các dịch vụ logistics, phát triển mạnh các chuỗi cung ứng trong Vùng và mở rộng ra các vùng khác trong cả nước.

Tổ chức tốt hệ thống tổng đại lý, đại lý nhằm cung ứng hàng vật tư nông nghiệp đến các xã, ấp cho nông dân với giá cả hợp lý và chất lượng đảm bảo; khuyến khích và hỗ trợ cho doanh nghiệp ứng trước vật tư nông nghiệp cho nông dân.

3. Thị trường hàng nông sản

Khuyến khích và hỗ trợ các trung tâm mua sắm, siêu thị, chuỗi cửa hàng thực phẩm ở thành thị mua hàng trực tiếp từ các trang trại, hợp tác xã, hộ sản xuất hoặc cơ sở chế biến nông sản ở nông thôn và khuyến khích, hỗ trợ các nhà sản xuất, nhà cung ứng bán nông sản vào hệ thống các siêu thị, cửa hàng.

Khuyến khích phát triển mua bán hàng nông sản thông qua hợp đồng giữa các doanh nghiệp, hợp tác xã thương mại – dịch vụ, hộ kinh doanh với các trang trại, cơ sở chế biến và hộ nông dân.

Tập trung phát triển, hoàn thiện mạng lưới các chợ bán buôn nông sản hiện đại tại thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh trong Vùng theo hướng mua - bán chuyên nghiệp, gắn kết theo hướng bền vững doanh nghiệp kinh doanh, quản lý chợ với các nhà sản xuất và chế biến nông sản.

Hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại, các nhà sản xuất tham gia thị trường giao dịch kỳ hạn thông qua các sở giao dịch hàng hóa.

Xây dựng và phát triển hệ thống phân phối hàng chuyên dụng được trang bị hiện đại và phân bố hợp lý để bảo quản, có khả năng cung ứng hàng nông sản với chất lượng và giá trị gia tăng cao.

4. Phát triển các loại hình thị trường khác như: hội chợ - triển lãm, triển lãm- bán hàng, chợ thời vụ, khu trưng bày hàng mẫu và đặt hàng,...

V. PHƯƠNG ÁN QUY HOẠCH HỆ THỐNG KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI CHỦ YẾU

1. Mạng lưới chợ đầu mối nông sản, chợ hạng I và chợ biên giới, chợ cửa khẩu

a) Đến năm 2020, có 11 chợ đầu mối nông sản trên địa bàn Vùng; trong đó, có 08 chợ đầu mối nông sản tổng hợp, 01 chợ đầu mối rau quả và 02 chợ đầu mối thủy sản.

b) Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng có 39 chợ bán buôn, bán lẻ tổng hợp hạng I.

c) Đến năm 2020, tổng số chợ biên giới, chợ cửa khẩu trên địa bàn là 32 chợ; trong đó, có 07 chợ cửa khẩu và 25 chợ biên giới.

d) Đến năm 2030, tiếp tục hoàn thiện hệ thống chợ đầu mối nông sản theo hướng hiện đại hóa các dịch vụ tại chợ.

2. Mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị

a) Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng sẽ có 85 trung tâm thương mại; trong đó, có 18 trung tâm thương mại hạng I, 25 trung tâm thương mại hạng II và 42 trung tâm thương mại hạng III.

b) Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng sẽ có 22 siêu thị hạng I.

c) Đến năm 2030, đẩy mạnh thu hút đầu tư vào mạng lưới kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại theo hướng chuyển hóa dần các chợ tại khu vực đô thị sang loại hình thương mại hiện đại.

3. Mạng lưới trung tâm hội chợ triển lãm

Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng sẽ có 6 trung tâm hội chợ triển lãm; trong đó, 01 trung tâm hội chợ triển lãm cấp quốc tế tại thành phố Hồ Chí Minh và 5 trung tâm hội chợ triển lãm cấp tỉnh.

4. Mạng lưới trung tâm logistics

a) Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng sẽ có 10 trung tâm logistics, trong đó có 03 trung tâm logistics quy mô cấp Vùng (02 trung tâm logistics tại thành phố Hồ Chí Minh, 01 trung tâm logistics tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu) và 7 trung tâm logistics cấp tỉnh.

b) Đến năm 2030, tiếp tục hoàn thiện các trung tâm logistics theo hướng hiện đại hóa trang thiết bị phục vụ việc lưu trữ, bảo quản và phân loại hàng hóa.

5. Mạng lưới trung tâm thông tin thương mại

Đến năm 2020, hình thành trung tâm thông tin thương mại của Vùng tại thành phố Hồ Chí Minh và 5 chi nhánh tại 5 tỉnh: Bà Rịa – Vũng Tàu, Bình Dương, Bình Phước, Đồng Nai và Tây Ninh.

6. Trung tâm phân phối linh kiện điện tử và nguyên phụ liệu

Đến năm 2020, trung tâm phân phối linh kiện điện tử và nguyên phụ liệu cấp quốc gia tại thành phố Hồ Chí Minh.

VI. NHU CẦU SỬ DỤNG ĐẤT

Nhu cầu sử dụng đất phục vụ cho việc phát triển kết cấu hạ tầng thương mại chủ yếu Vùng đến năm 2020 là 13.268.752 m², trong đó:

1. Nhu cầu đối với mạng lưới chợ là 1.953.220 m², bằng 14,72% tổng nhu cầu sử dụng đất;

2. Nhu cầu đối với mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị là 9.952.232 m², bằng 75,0% tổng nhu cầu sử dụng đất;

3. Nhu cầu đối với các trung tâm hội chợ triển lãm, trung tâm logistics, trung tâm thông tin thương mại và trung tâm phân phối linh kiện điện tử và nguyên phụ liệu là 1.363.300m², bằng 10,28% tổng nhu cầu sử dụng đất.

VII. DANH MỤC DỰ ÁN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ƯU TIÊN ĐẦU TƯ ĐẾN NĂM 2015 (chi tiết tại Phụ lục kèm theo)

VIII. GIẢI PHÁP VÀ CHÍNH SÁCH VỀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG

- Các dự án đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại phải thực hiện đầy đủ các quy định của pháp luật về môi trường.

- Các doanh nghiệp và các địa phương dành đủ nguồn lực để đầu tư xây dựng hệ thống thu gom, phân loại, vận chuyển và xử lý chất thải phát sinh do hoạt động của các cơ sở thương mại.

- Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra việc thực hiện các quy định pháp luật về bảo vệ môi trường của các cơ sở kinh doanh thương mại trong Vùng để ngăn chặn và xử lý kịp thời những tổ chức, cá nhân vi phạm nhằm phát triển thương mại trong Vùng theo hướng bền vững.

IX. GIẢI PHÁP VÀ CHÍNH SÁCH CHỦ YẾU

1. Giải pháp, chính sách về vốn đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại:

Vốn để phát triển kết cấu hạ tầng thương mại được huy động từ nhiều nguồn, bao gồm vốn từ ngân sách nhà nước, vốn của doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế, hợp tác xã, hộ kinh doanh; trong đó nguồn vốn của doanh nghiệp là chủ yếu.

a) Chính sách hỗ trợ vốn đầu tư chợ từ ngân sách nhà nước

Thực hiện có hiệu quả Nghị định số 114/2009/NĐ-CP ngày 23/12/2009 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ, Quyết định số 482/QĐ-TTg ngày 14 tháng 4 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ ban hành cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển kinh tế đối ngoại vùng biên giới Việt Nam - Lào và Việt Nam - Campuchia và Quyết định số 60/QĐ-TTg ngày 30 tháng 9 năm 2010 về việc ban hành các nguyên tắc, tiêu chí và định mức phân bổ vốn đầu tư phát triển bằng nguồn ngân sách nhà nước giai đoạn 2011 - 2015; theo đó, ngân sách nhà nước ưu tiên hỗ trợ đầu tư các chợ sau:

Cơ sở hạ tầng của chợ đầu mối chuyên doanh hoặc tổng hợp bán buôn hàng nông sản, thực phẩm để tiêu thụ hàng hoá ở các vùng sản xuất tập trung về nông sản, lâm sản, thủy sản; nhất là, các chợ quy mô lớn, có khả năng tiêu thụ nông sản cho nhiều tỉnh, hoặc cho toàn Vùng.

Các chợ biên giới, chợ dân sinh ở vùng sâu, vùng xa, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn.

Trong tổng số nguồn ngân sách Trung ương hỗ trợ các địa phương hàng năm, các tỉnh cần dành một phần để hỗ trợ đầu tư phát triển chợ trên địa bàn.

b) Nguồn vốn phát triển mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị, trung tâm thông tin thương mại, trung tâm hội chợ triển lãm, trung tâm phân phối linh kiện điện tử và nguyên phụ liệu... huy động từ các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế.

2. Giải pháp, chính sách khuyến khích, ưu đãi để thu hút các nhà đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại

a) Bộ, ngành liên quan và Ủy ban nhân dân các tỉnh cụ thể hóa các cơ chế, chính sách phát triển kết cấu hạ tầng thương mại qui định tại Nghị định số 108/2006/NĐ-CP ngày 22 tháng 9 năm 2006 của Chính phủ Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đầu tư; Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 04 tháng 6 năm 2010 của Chính phủ về Chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn; Quyết định số 23/QĐ-TTg ngày 06 tháng 01 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010 – 2015 và định hướng đến năm 2020”... nhằm huy động tối đa nguồn lực trong nước và ngoài nước (trong đó chú ý khai thác nguồn vốn của Việt kiều đầu tư vào các địa phương trong Vùng) để phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại; khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế tham gia đầu tư xây dựng và quản lý khai thác các công trình thuộc kết cấu hạ tầng thương mại bằng nhiều hình thức theo qui định của pháp luật.

b) Trên cơ sở rà soát lại quy hoạch sử dụng đất đai, quy hoạch xây dựng cơ sở hạ tầng và các qui hoạch liên quan khác để tạo quỹ đất cho thương mại. Đối với vị trí có lợi thế cho thương mại nhưng đang là trụ sở của cơ quan hành chính hoặc do các doanh nghiệp nhà nước thuộc ngành khác đang sử dụng không hiệu quả, các tỉnh cần có kế hoạch, phương án bố trí lại một cách hợp lý, dành đất cho đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại theo hướng hiệu quả, thiết thực.

c) Đối với các dự án đang triển khai, cần giải quyết kịp thời các khó khăn, vướng mắc về đất đai, giải phóng mặt bằng để đẩy nhanh tiến độ thực hiện dự án.

d) Tiếp tục cải cách thủ tục hành chính, đơn giản hoặc bãi bỏ những thủ tục không cần thiết nhằm giảm phiền hà và chi phí (tài chính, thời gian) cho các doanh nghiệp đầu tư phát triển kinh tế- xã hội của các tỉnh trong Vùng nói chung, phát triển kết cấu hạ tầng thương mại nói riêng.

3. Giải pháp phát triển thương mại để thúc đẩy sản xuất, cung ứng hàng hoá cho sản xuất và tiêu dùng trong nước

a) Các tỉnh trong Vùng quan tâm chỉ đạo, khuyến khích các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh cải tiến công nghệ, phương thức quản lý, tiết kiệm chi phí sản xuất, hạ giá thành và nâng cao chất lượng sản phẩm.

b) Việc phát triển kinh tế - xã hội nói chung và thương mại nói riêng của các tỉnh trong Vùng cần được thực hiện trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh của Vùng so với các địa phương khác về thị trường, nguồn lực của doanh nghiệp, hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại, lao động có tính chuyên nghiệp...

c) Tập trung ưu tiên cho việc thiết lập và củng cố các mối liên kết kinh tế giữa thương mại nội Vùng với thương mại các tỉnh, thành phố và các vùng kinh tế khác trong cả nước; phát huy vai trò đầu tàu của Vùng về phát triển kinh tế và dịch vụ đối với cả khu vực phía Nam và cả nước. Trong đó, thành phố Hồ Chí Minh luôn là hạt nhân và giữ vai trò tiên phong trong phát triển thương mại Vùng. Để mở rộng quan hệ liên kết thương mại với các vùng, các địa phương khác, cần thực hiện một số biện pháp sau:

- Nghiên cứu lựa chọn một số dự án kết cấu hạ tầng thương mại như trung tâm thương mại hạng I, trung tâm bán buôn hàng tư liệu sản xuất – hàng công nghiệp tiêu dùng, các chợ đầu mối nông, thủy sản qui mô lớn, có vai trò nòng cốt trong phát triển thương mại bán buôn của Vùng để tập trung nguồn lực ưu tiên đầu tư.

- Đẩy mạnh hơn nữa việc trao đổi, ký kết các thoả thuận cấp Vùng với các vùng hoặc địa phương khác để phát triển thương mại. Hỗ trợ và tạo điều kiện, môi trường thuận lợi nhất để các doanh nghiệp của Vùng đầu tư ra các tỉnh, thành phố khác trên cả nước. Bên cạnh đó, triển khai trên diện rộng mô hình liên kết theo chuỗi giữa những nhà sản xuất, nhất là sản xuất hàng nông sản thực phẩm với các doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm; đồng thời, chủ động và tích cực thực hiện chương trình đưa hàng Việt về nông thôn và các khu công nghiệp.

- Nâng cao hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước để mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm và tạo nguồn hàng nông, thủy sản ổn định cho các đô thị lớn và các khu công nghiệp trong Vùng; trong đó, chú trọng các Vùng kinh tế trọng điểm trên phạm vi cả nước, nhất là Vùng kinh tế trọng điểm các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long.

4. Giải pháp, chính sách phát triển xuất khẩu

a) Trên cơ sở Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của Vùng, quy hoạch sử dụng đất, quy hoạch phát triển ngành và quy hoạch phát triển công nghiệp Vùng, các tỉnh cần rà soát, xây dựng chương trình hành động và triển khai thực hiện tốt các nội dung định hướng, giải pháp và chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 – 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (theo Quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28 tháng 12 năm 2011 của Thủ tướng chính phủ).

b) Tổ chức thực hiện có hiệu quả các quy hoạch, chương trình, dự án phát triển vùng sản xuất hàng xuất khẩu tập trung, các mặt hàng xuất khẩu với sản lượng lớn, mặt hàng xuất khẩu có tiềm năng, thế mạnh và có hàm lượng công nghệ cao của Vùng như: điện tử, công nghệ phần mềm, thực phẩm chế biến, may mặc, da giày...

c) Tiếp tục triển khai, thực hiện có hiệu quả Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15 tháng 11 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện chương trình xúc tiến thương mại quốc gia nhằm tạo cơ hội kinh doanh cho các doanh nghiệp, tư vấn cho các doanh nghiệp (nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ) về thị trường; tổ chức các đoàn doanh nghiệp tiếp xúc với bạn hàng nước ngoài và ngược lại thông qua các cuộc gặp mặt, toa đàm...; tổ chức hướng dẫn doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm thương mại, giới thiệu, quảng cáo hàng hoá, tìm kiếm bạn hàng và thị trường tiêu thụ; tổ chức thực nghiệm và giới thiệu các phương thức kinh doanh như: thương mại điện tử, đặt hàng qua bưu điện, kinh doanh kỳ hạn qua sở giao dịch hàng hoá.

d) Xây dựng hệ thống thông tin thị trường cấp Vùng để giới thiệu, phổ biến và liên tục cập nhật để cung cấp thường xuyên cho các doanh nghiệp, nhất là thông tin về thị trường hàng hóa xuất khẩu của Vùng, đưa ra những dự báo sớm về nhu cầu và giá cả hàng hóa xuất khẩu chủ lực của Vùng để định hướng sản xuất.

5. Phát triển thương mại nông thôn nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ hàng tiêu dùng, vật tư nông nghiệp và tạo nguồn hàng nông sản, thực phẩm cho khu vực thành thị

a) Tập trung đầu tư nâng cấp mạng lưới thương mại nông thôn, đặc biệt là ở vùng sâu, vùng xa và vùng có điều kiện kinh tế khó khăn bằng các chính sách hỗ trợ như kinh phí đầu tư xây dựng hạ tầng; chính sách ưu đãi nhằm thu hút đầu tư kết cấu hạ tầng thương mại; gắn phát triển thương mại với thực hiện chương trình xây dựng nông thôn mới, thu hẹp khoảng cách thu nhập giữa thành thị và nông thôn.

b) Khuyến khích thành lập các hợp tác xã thương mại, dịch vụ hoặc hợp tác xã đa chức năng (trong đó có hoạt động thương mại) ở khu vực nông thôn để mở rộng mạng lưới đại lý cung ứng hàng vật tư nông nghiệp, hàng tiêu dùng thiết yếu và đại lý tiêu thụ hàng nông sản.

c) Các tỉnh có chính sách hỗ trợ kinh phí để tổ chức các chuyến hàng lưu động đưa hàng hóa thiết yếu phục vụ đồng bào ở vùng sâu, vùng xa tại các tỉnh như Tây Ninh, Bình Phước; đồng thời, đẩy mạnh chương trình đưa hàng Việt về nông thôn và phục vụ công nhân trong các khu công nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai...để thực hiện cuộc vận động của Bộ Chính trị “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

6. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực cho phát triển thương mại

a) Tổ chức triển khai thực hiện Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực ngành Công Thương đáp ứng yêu cầu phát triển thương mại của Vùng và từng tỉnh.

b) Tập trung đào tạo đủ nguồn nhân lực cho ngành thương mại để đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp, thúc đẩy nâng cao trình độ công nghệ kinh doanh; đủ khả năng nắm bắt và sử dụng thành thạo các phương tiện kỹ thuật và công nghệ hiện đại. Tổ chức đào tạo lại đội ngũ cán bộ kỹ thuật và quản lý, nâng chất lượng đào tạo lên ngang tầm các nước trong khu vực và thế giới.

c) Khuyến khích, tạo điều kiện cho các nhà quản trị doanh nghiệp được tham quan, học tập kinh nghiệm ở các cơ sở trong nước và nước ngoài...

d) Thực hiện xã hội hóa công tác đào tạo nghề. Cùng cố và đầu tư phát triển các trường dạy nghề của các địa phương trong Vùng.

đ) Có các chính sách khuyến khích doanh nghiệp và các địa phương tổ chức đào tạo nguồn nhân lực bằng các hình thức đào tạo theo địa chỉ, đào tạo tại chỗ, tổ chức dạy nghề cho cán bộ, nhân viên tại doanh nghiệp kinh doanh thương mại.

e) Thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao: các doanh nghiệp thương mại có quy mô lớn cần mở rộng tìm kiếm nguồn nhân lực quản trị cấp cao thông qua cơ chế đãi ngộ phù hợp.

7. Giải pháp phát triển khoa học công nghệ hỗ trợ quản lý và kinh doanh thương mại

a) Hoàn thiện cơ chế khuyến khích doanh nghiệp đổi mới công nghệ và áp dụng công nghệ thông tin trong quản lý kinh doanh hiện đại nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

b) Hình thành một số trung tâm nghiên cứu đủ khả năng cung cấp thông tin, tư vấn chuyển giao công nghệ tiên tiến nhằm kiểm soát chất lượng sản phẩm hàng hóa cho các doanh nghiệp thương mại trong Vùng.

c) Đổi mới công tác quản lý khoa học công nghệ; đẩy mạnh công tác nghiên cứu khoa học công nghệ trong các trường đại học kỹ thuật trong Vùng nhằm đào tạo nguồn nhân lực về khoa học công nghệ cho các doanh nghiệp trong tương lai và gắn kết đào tạo với yêu cầu thực tiễn.

d) Thực thi có hiệu quả các chính sách của Nhà nước về hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới khoa học công nghệ.

8. Nâng cao hiệu quả phối hợp trong hoạt động quản lý nhà nước về thương mại giữa các địa phương trong vùng

a) Đẩy mạnh sự phân công và hợp tác giữa các địa phương trong Vùng thông qua đổi mới, hoàn thiện cơ chế, tổ chức bộ máy điều phối phát triển kinh tế xã hội Vùng theo hướng tập trung, hiệu quả. Đưa lĩnh vực phát triển thương mại vào nội dung điều phối.

b) Thành phố Hồ Chí Minh là hạt nhân gắn kết các địa phương với nhau và trở thành đầu tàu năng động, thu hút và lan tỏa nguồn vốn, khoa học công nghệ, đào tạo nhân lực chất lượng cao, quản lý trong vùng.

c) Vùng Đông Nam Bộ cần mở rộng liên kết với các vùng khác, đặc biệt là Vùng đồng bằng sông Cửu Long, Tây Nguyên và Duyên hải miền Trung để hỗ trợ nhau cùng phát triển.

d) Làm tốt công tác xây dựng tiêu chuẩn, quy chuẩn và thực hiện nghiêm các quy định về tiêu chuẩn, quy chuẩn của Nhà nước.

đ) Xây dựng, tổng hợp, xử lý và dự báo tốt các thông tin thị trường để tạo điều kiện thuận lợi cho thương nhân trong hoạt động thương mại.

e) Nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác quản lý thị trường, chống buôn lậu và gian lận thương mại; thực hiện nghiêm quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

g) Hàng năm, các tỉnh trong Vùng bố trí ngân sách bảo đảm việc nâng cấp cơ sở vật chất - kỹ thuật, xây dựng đội ngũ giáo viên và nội dung, chương trình đào tạo, bồi dưỡng về phát triển và quản lý hoạt động thương mại cho đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước tại các địa phương.

9. Giải pháp ứng phó với tình trạng biến đổi khí hậu toàn cầu ảnh hưởng đến phát triển thương mại

a) Các tỉnh trong Vùng thực hiện việc rà soát, cập nhật, điều chỉnh, bổ sung các chiến lược, chương trình, quy hoạch, kế hoạch phát triển liên quan đến lĩnh vực kinh tế và thương mại có xét đến yếu tố biến đổi khí hậu, nước biển dâng.

b) Có kế hoạch từng bước nâng cấp hệ thống đê biển, đê sông, trồng cây chắn sóng, trồng rừng ngập mặn ngoài đê để hạn chế tác động của bão, lũ và nước dâng ảnh hưởng đến sản xuất, kinh doanh và đời sống của dân.

c) Các tỉnh có biển khi xây dựng các công trình thương mại, cần chú ý đến cao độ của khu vực xây dựng (độ cao của nền đất so với mặt nước biển) để tránh các trường hợp ngập lụt khi nước biển dâng.

Điều 2. Tổ chức thực hiện

1. Trách nhiệm của các bộ, ngành

1.1. Bộ Công Thương có trách nhiệm chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành liên quan công bố, thực hiện quy hoạch này, trong đó tập trung vào những công việc chủ yếu sau đây:

a) Chỉ đạo, hướng dẫn các tỉnh rà soát, điều chỉnh, bổ sung hoặc xây dựng mới quy hoạch phát triển thương mại phù hợp với Quy hoạch này và các quy hoạch có liên quan.

b) Chỉ đạo, hướng dẫn các tỉnh triển khai thực hiện quy hoạch, trong đó có các dự án kết cấu hạ tầng thương mại thuộc danh mục ưu tiên đầu tư đến năm 2015.

c) Rà soát cơ chế, chính sách và pháp luật có liên quan đến phát triển, quản lý hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại để sửa đổi, bổ sung và ban hành theo thẩm quyền hoặc thống nhất với các bộ, ngành liên quan trình cấp có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung.

d) Phối hợp với các tỉnh tổ chức phổ biến, tuyên truyền về cơ chế, chính sách, pháp luật về phát triển thương mại cho các cán bộ quản lý nhà nước và thương nhân trên địa bàn.

1.2. Các Bộ: Kế hoạch và Đầu tư, Tài chính, Khoa học và Công nghệ, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Tài nguyên và Môi trường, Giao thông vận tải, Lao động, Thương binh và Xã hội, Giáo dục và Đào tạo, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và các bộ, ngành liên quan khác theo chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Bộ Công Thương triển khai thực hiện các giải pháp, chính sách trong quy hoạch này.

2. Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân các tỉnh

Chỉ đạo Sở Công Thương phối hợp với các cơ quan có liên quan thực hiện các nhiệm vụ chủ yếu sau đây:

a) Đối với các địa phương đã có quy hoạch phát triển thương mại trước thời điểm Quyết định này có hiệu lực thi hành, tiến hành rà soát, nếu chưa phù hợp với quy định của Quyết định này phải tiến hành điều chỉnh quy hoạch phát triển thương mại trên địa bàn, trình Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.

b) Đối với các địa phương chưa có quy hoạch phát triển thương mại cần khẩn trương xây dựng quy hoạch phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và quy hoạch này.

c) Trong quá trình tổ chức thực hiện quy hoạch phát triển thương mại Vùng, các địa phương căn cứ vào mục tiêu, định hướng, phương án quy hoạch quy định tại Quyết định này và danh mục các dự án kết cấu hạ tầng thương mại ưu tiên đầu tư đến năm 2015 tại Phụ lục kèm theo để lập kế hoạch triển khai (có thứ tự ưu tiên và lộ trình thực hiện) phù hợp với sự phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn từng tỉnh. Danh mục dự án kết cấu hạ tầng thương mại ưu tiên đầu tư đến năm 2015 có thể được điều chỉnh để phù hợp với sự phát triển kinh tế - xã hội và sự phát triển thương mại của từng địa phương; tuy vậy, trước khi quyết định điều chỉnh, Ủy ban nhân dân tỉnh trao đổi và thống nhất với Bộ Công Thương.

d) Chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan tham mưu cho ủy ban nhân dân các tỉnh trong việc xây dựng, thẩm định và hướng dẫn thực hiện các dự án đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn theo quy hoạch và kế hoạch được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

đ) Xây dựng, trình Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành các giải pháp nhằm huy động, khai thác các nguồn lực của địa phương (nhất là nguồn lực của các

doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế) và các tổ chức, cá nhân khác để phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn.

e) Định kỳ hàng năm, báo cáo Bộ Công Thương và Ủy ban nhân dân tỉnh tình hình và kết quả thực hiện Quyết định này.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 4. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trong Vùng và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng (để b/c);
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ (để b/c);
- Văn phòng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- UBND các tỉnh: Bình Dương, Bình Phước, Tây Ninh, Đồng Nai, Bà Rịa-Vũng Tàu và thành phố Hồ Chí Minh;
- Bộ Công Thương: các Thứ trưởng và Vụ, Cục, Tổng cục thuộc Bộ;
- Viện Nghiên cứu Thương mại;
- Website Bộ Công Thương;
- Lưu: VT, TTTN (4).



BỘ TRƯỞNG

Vũ Huy Hoàng

Phụ lục:**DANH MỤC DỰ ÁN ƯU TIÊN ĐẦU TƯ ĐẾN NĂM 2015**

(Kèm theo Quyết định số **9762/QĐ-BCT** ngày **20** tháng **12** năm 2013
của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

TT	Danh mục đầu tư	Tỉnh/thành phố	Diện tích (ha)
1.	08 chợ đầu mối nông sản tổng hợp	Thành phố Hồ Chí Minh, Bà Rịa – Vũng Tàu, Bình Dương, Bình Phước, Đồng Nai, Tây Ninh	992
2.	01 chợ đầu mối rau quả	Thành phố Hồ Chí Minh	200
3.	02 chợ đầu mối thủy sản	Tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu	40
4.	38 chợ hạng I	Thành phố Hồ Chí Minh, Bà Rịa – Vũng Tàu, Bình Dương, Bình Phước, Đồng Nai, Tây Ninh	660,72
5.	4 chợ cửa khẩu	Bình Phước, Tây Ninh	12
6.	Trung tâm Logistics cấp Vùng	Thành phố Hồ Chí Minh, Bà Rịa Vũng Tàu	150
7.	Trung tâm thông tin thương mại	Thành phố Hồ Chí Minh	0,1
8.	Trung tâm phân phối linh kiện điện tử và nguyên phụ liệu	Thành phố Hồ Chí Minh	25
Tổng số			2.079,82

