

Số: **272** /QĐ-BCT

Hà Nội, ngày **12** tháng **01** năm 2015

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Đề án “Quy hoạch phát triển thương mại vùng đồng bằng sông Hồng đến năm 2020, tầm nhìn 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 và Nghị định số 04/2008/NĐ-CP ngày 11 tháng 01 năm 2008 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 92/2006/NĐ-CP ngày 07 tháng 9 năm 2006 của Chính phủ về lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội;

Căn cứ Quyết định số 27/2007/QĐ-TTg ngày 15 tháng 02 năm 2007 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án phát triển thương mại trong nước đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020;

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 Đồng bằng sông Hồng đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” (sau đây gọi là Đề án Quy hoạch) với những nội dung chủ yếu sau đây:

I. QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN

Phát triển thương mại vùng đồng bằng sông Hồng (sau đây gọi là Vùng) gắn liền với quy mô, trình độ phát triển sản xuất thời kỳ thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá và dựa trên cơ sở khai thác và phát huy lợi thế so sánh của Vùng để phát triển nhanh và bền vững, tạo bước đột phá và làm nòng cốt thúc đẩy sự phát triển thương mại của toàn Vùng.

Phát triển thương mại của Vùng với sự phát triển đa dạng về loại hình tổ chức và phương thức kinh doanh. Thúc đẩy phát triển nhanh một số doanh nghiệp thương mại lớn có hệ thống phân phối hiện đại, làm nòng cốt trong việc tổ chức thị trường, gắn kết chặt chẽ giữa sản xuất với tiêu dùng.

Phát triển thương mại của Vùng trên cơ sở huy động tối đa mọi nguồn lực của xã hội, trước hết và chủ yếu là thông qua chính sách khuyến khích, tập trung

nguồn lực của doanh nghiệp để đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, mở rộng mạng lưới kinh doanh. Kết hợp hài hòa với bảo vệ môi trường và phát triển bền vững, giữ vững ổn định chính trị và bảo đảm an sinh xã hội.

Phát triển mạnh mẽ lực lượng doanh nghiệp phân phối thuộc mọi thành phần kinh tế, kết hợp giữa yêu cầu phát triển các doanh nghiệp phân phối trong nước có quy mô lớn với yêu cầu tạo điều kiện thuận lợi cho các hộ kinh doanh nhỏ tham gia thị trường. Đẩy mạnh liên kết thương mại giữa các địa phương trong Vùng và với các địa phương khác trong cả nước, tạo điều kiện ổn định thị trường, nâng cao hiệu quả hoạt động thương mại.

II. MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN

1. Mục tiêu chung:

Phấn đấu đạt tốc độ tăng trưởng thương mại ở mức độ cao trên cơ sở khai thác có hiệu quả các tiềm năng và lợi thế của từng địa phương trong Vùng phù hợp với yêu cầu thị trường trong và ngoài nước, thúc đẩy quá trình mở rộng và tăng cường các mối liên kết thương mại giữa Vùng với các vùng khác.

2. Mục tiêu cụ thể:

Tốc độ tăng trưởng GDP ngành thương mại Vùng đạt bình quân 16,0%/năm giai đoạn 2015 - 2020 và 13,5% giai đoạn 2021 - 2030.

Đẩy mạnh phát triển thị trường xuất khẩu các sản phẩm chủ lực. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu 12,0%/năm giai đoạn 2015 - 2020; và 10,5% giai đoạn 2021 - 2030.

Phát triển thương mại nội địa đáp ứng tốt nhu cầu của sản xuất, tiêu dùng và khách du lịch. Tốc độ tăng của tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trên địa bàn Vùng là 16,0%/năm giai đoạn 2015 - 2020; và 14,5% trong giai đoạn 2021 - 2030. Nâng tỷ trọng bán lẻ hàng hóa qua các loại hình thương mại hiện đại đạt 35 - 40% giai đoạn 2015 - 2020 và 45 - 50% giai đoạn 2021 - 2030.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

1. Định hướng chung phát triển thương mại

Hiện đại hoá kết cấu hạ tầng thương mại, đầu tư phát triển các loại hình thương mại hiện đại, tiếp tục củng cố, đầu tư phát triển mạng lưới bán buôn, bán lẻ hiện có trên địa bàn.

Đổi mới và nâng cao hiệu quả công tác tìm kiếm và phát triển thị trường xuất khẩu mới. Thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước tham gia 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 các nhóm hàng công nghệ mới, máy móc thiết bị hiện đại phục vụ phát triển công nghiệp.

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

Phát triển mạng lưới thương mại ở nông thôn, trên cơ sở phát triển các chợ và các khu thương mại - dịch vụ tại thị trấn, thị tứ. 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.

2. Định hướng phát triển các hệ thống thị trường

a) Thị trường hàng công nghiệp tiêu dùng

Ở khu vực đô thị: Hình thành cấu trúc cân đối, hợp lý giữa các khu thương mại - dịch vụ ở trung tâm các tỉnh, thành phố với các quận, huyện để hình thành mạng lưới các khu thương mại - dịch vụ của từng tỉnh, thành phố có hạt nhân là các loại hình thương mại như: trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, siêu thị, chợ.

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. Từng bước xây dựng và phát triển kinh tế nông thôn theo hướng sản xuất hàng hóa, hình thành và củng cố các Vùng sản xuất chuyên canh.

b) Thị trường hàng tư liệu sản xuất

Phát triển hệ thống thị trường hàng tư liệu sản xuất gồm 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 đấu thầu mua sắm các sản phẩm chủ yếu, khối lượng lớn và cung ứng hàng hóa trực tiếp để giảm chi phí. Khuyến khích và hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp bán buôn quy mô lớn.

c) 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 nông thôn và khuyến khích, hỗ trợ các nhà sản xuất, nhà cung ứng bán nông sản cho các siêu thị, cửa hàng.

Phát triển mạng lưới các chợ bán buôn nông sản hiện đại (trong đó có các kho nông sản) theo hướng mua bán chuyên nghiệp và đấu giá, gắn kết doanh nghiệp kinh doanh trong chợ với các nhà sản xuất nông sản.

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

3. Định hướng phát triển xuất nhập khẩu

Phát triển xuất khẩu các mặt hàng nông sản được sản xuất trên cơ sở ứng dụng công nghệ cao, thân thiện với môi trường. Chuyên dịch cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng hạn chế tình trạng xuất thô, tăng tỷ trọng sản phẩm chế biến và sản phẩm có giá trị gia tăng cao. Tập trung đầu tư phát triển một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Vùng có kim ngạch xuất khẩu lớn với chủng loại, quy cách sản phẩm phong phú, đa dạng.

Lựa chọn phương thức, hình thức nhập khẩu phù hợp với điều kiện và năng lực của Vùng, đáp ứng được yêu cầu về chất lượng, thời hạn giao hàng và giảm tối đa chi phí nhập khẩu. Kết hợp chặt chẽ giữa nhập khẩu máy móc, thiết bị và hợp đồng lắp đặt, chuyển giao công nghệ.

4. Định hướng phát triển các thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại

a) Định hướng phát triển doanh nghiệp thương mại có vốn của Nhà nước:

Thực hiện vai trò nòng cốt trong một số kênh, một số hệ thống phân phối của một số ngành hàng thuộc diện quan trọng và đặc thù, tập trung vào những hoạt động hoặc những địa bàn mà các thành phần kinh tế khác chưa có điều kiện kinh doanh.

b) Định hướng phát triển các thành phần thương mại khác:

Hợp tác xã thương mại: Khuyến khích phát triển các loại hình hợp tác xã thương mại; đặc biệt là các Hợp tác xã cung - tiêu hay hợp tác xã thương mại - dịch vụ.

Thương mại tư nhân: Phát triển thành phần thương mại tư nhân tại các trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, chợ đầu mối, đường phố thương mại, và hệ thống thu mua của những người buôn chuyên.

Thương mại có vốn đầu tư nước ngoài: Thu hút đầu tư nước ngoài vào phát triển thương mại Vùng, tập trung vào các doanh nghiệp nước ngoài có kinh nghiệm trong lĩnh vực phân phối bán buôn, bán lẻ trên thế giới nhằm hiện đại hoá ngành với tốc độ nhanh hơn; khuyến khích và ưu đãi đối với đầu tư nước ngoài vào những loại hình dịch vụ phân phối chất lượng cao, hiện đại, quy mô lớn.

5. Định hướng phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại

a) Định hướng quy hoạch hệ thống kết cấu hạ tầng xuất – nhập khẩu

Định hướng phân bố không gian: Các kết cấu hạ tầng xuất – nhập khẩu sẽ được phân bố tập trung tại các khu vực cảng biển, nhất là các cảng biển có lưu lượng hàng hóa xuất – nhập khẩu lớn, các khu kinh tế và các khu vực cửa khẩu biên giới đất liền; phát triển theo các tuyến hành lang kinh tế và các đường giao thông kết nối giữa các vùng sản xuất tập trung với các tuyến giao thông huyết mạch đến các cảng biển và cửa khẩu biên giới.

Định hướng phát triển các loại hình: Đẩy nhanh tiến độ đầu tư vào các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại đã được xác định trong các qui hoạch khu kinh tế và khu kinh tế cửa khẩu; hình thành các cảng cạn, trung tâm logistic.

b) Định hướng phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng bán buôn:

Định hướng phân bố không gian: Tại trung tâm các vùng sản xuất nông nghiệp có quy mô sản lượng lớn; tại các khu vực thị trường tiêu thụ lớn; tại các khu vực đang có tốc độ công nghiệp hoá nhanh.

Định hướng phát triển các loại hình: Chợ bán buôn (chợ hạng I, chợ đầu mối); sở giao dịch hàng hóa; trung tâm bán buôn; trung tâm phân phối; kho hàng công; tổng kho đầu mối; hội chợ bán buôn theo mùa.

c) Định hướng phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng bán lẻ:

Định hướng phân bố không gian: Gắn với sự hình thành và phát triển của các đô thị, các điểm, cụm và tuyến dân cư trên địa bàn toàn Vùng.

Định hướng phát triển các loại hình: Các loại hình bán lẻ truyền thống (chợ, cửa hàng, cửa hiệu, quầy hàng, sạp hàng của các hộ kinh doanh); các loại hình bán lẻ hiện đại (siêu thị, trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm,...) sẽ phát triển đa dạng với nhiều cấp độ quy mô khác nhau, trong đó chú trọng phát triển các loại quy mô vừa và nhỏ.

d) Định hướng phát triển trung tâm hội chợ triển lãm thương mại:

Định hướng phân bố không gian: Tại các trung tâm kinh tế lớn của Vùng, tiếp đến là trung tâm các tiểu vùng.

Định hướng phát triển theo chức năng và loại hình: Phát triển các trung tâm hội chợ triển lãm thương mại có quy mô lớn, tầm khu vực và quốc tế; phát triển các trung tâm hội chợ triển lãm thương mại có quy mô vừa, cấp vùng và liên vùng.

IV. QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN

1. Phân bố theo không gian

1.1. Quy hoạch mạng lưới chợ đầu mối

Phát triển hệ thống chợ đầu mối bán buôn tại các vùng sản xuất nông sản thực phẩm tập trung, có tính chuyên canh, quy mô lớn và ổn định hoặc tại vùng ngoại vi các thành phố, thị xã (đô thị hạng III trở lên) để cung ứng phát luồng hàng hóa cho mạng lưới bán lẻ (chủ yếu ở chợ dân sinh) ở nội đô.

Đến năm 2020, số lượng chợ đầu mối toàn Vùng là 15 chợ, trong đó giữ nguyên 01 chợ; nâng cấp, mở rộng 05 chợ và quy hoạch mới 09 chợ. Đến năm 2030, tổng số chợ đầu mối toàn vùng là 32 chợ, trong đó giữ nguyên 03 chợ; nâng cấp cải tạo, mở rộng 10 chợ và xây mới 19 chợ.

1.2. Quy hoạch mạng lưới siêu thị và trung tâm thương mại

Địa điểm và quy mô siêu thị và trung tâm thương mại được xác định theo tiêu chí xác định quy hoạch tại Quyết định số 6184/QĐ-BCT ngày 19 tháng 10 năm 2012 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt “Quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại cả nước đến 2020 và tầm nhìn đến 2030”.

Tổng số siêu thị trên địa bàn Vùng đến năm 2020 là 179 siêu thị, trong đó nâng cấp cải tạo 24 siêu thị và quy hoạch mới 08 siêu thị; đến năm 2030 là 184 siêu thị, trong đó giữ nguyên 135 siêu thị; nâng cấp, mở rộng 36 siêu thị và quy hoạch mới 13 siêu thị.

Tổng số trung tâm thương mại đến năm 2020 trong Vùng là 45, nâng cấp cải tạo 07 trung tâm thương mại và quy hoạch mới 12 trung tâm thương mại.

Đến năm 2030, số lượng trung tâm thương mại toàn Vùng là 58 trung tâm thương mại, trong đó giữ nguyên 22 trung tâm thương mại; nâng cấp mở rộng 11 trung tâm thương mại và quy hoạch mới 25 trung tâm thương mại.

1.3. Quy hoạch hệ thống các loại cửa hàng

Các cửa hàng truyền thống, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng nhượng quyền thương mại sẽ phát triển tại tất cả các đô thị, cụm dân cư trên địa bàn các tỉnh, thành phố trong Vùng.

1.4. Quy hoạch trung tâm mua sắm

Địa điểm và quy mô trung tâm mua sắm được xác định theo tiêu chí xác định quy hoạch tại Quyết định số 6184/QĐ-BCT ngày 19 tháng 10 năm 2012 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt “Quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại cả nước đến 2020 và tầm nhìn đến 2030”.

Quy hoạch 01 trung tâm mua sắm hạng đặc biệt tại Hà Nội có diện tích khoảng 150 - 200 ha, là nơi có điều kiện giao thông gắn với các hành lang kinh tế Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng và Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng.

1.5. Quy hoạch mạng lưới chợ hạng I và hạng II

Phát triển hệ thống chợ quy mô hạng I và II, bán buôn, bán lẻ tổng hợp hàng tiêu dùng, có phạm vi ảnh hưởng tối thiểu là trong địa bàn quận, huyện, thị xã,... tại trung tâm các quận, thị xã, thành phố (đô thị loại IV trở lên) để vừa đáp ứng nhu cầu về hàng tiêu dùng thông thường của người dân và khách vãng lai và làm hạt nhân chi phối, chủ đạo đối với mạng lưới chợ dân sinh bán lẻ xung quanh trên địa bàn.

Quy hoạch đến năm 2020, toàn Vùng sẽ có 29 chợ hạng I (nâng cấp cải tạo 17 chợ và quy hoạch mới 12 chợ) và 18 chợ hạng II (nâng cấp cải tạo 09 chợ và quy hoạch mới 09 chợ).

Đến năm 2030, toàn Vùng quy hoạch 59 chợ hạng I và 84 chợ hạng II. Đối với chợ hạng I, giữ nguyên 15 chợ, nâng cấp cải tạo 29 chợ và quy hoạch mới 15 chợ; chợ hạng II: giữ nguyên 32 chợ, nâng cấp cải tạo 22 chợ và quy hoạch mới 20 chợ.

1.6. Quy hoạch kho hàng

Quy hoạch các kho hàng hóa tại các khu công nghiệp hoặc các vùng sản xuất nông sản tập trung, nơi có điều kiện thuận lợi về giao thông nhằm cung cấp dịch vụ lưu giữ, bảo quản, xếp dỡ, giao nhận hàng hóa. Số lượng kho hàng hóa tại các tỉnh, thành phố trong Vùng được quy hoạch đến năm 2020 là 15 kho và đến năm 2030 là 21 kho.

1.7. Quy hoạch trung tâm logistics

Quy hoạch trung tâm logistics chủ yếu nhằm thu gom, phân loại, sơ chế, đóng gói, bảo quản và vận chuyển hàng đến cảng xuất khẩu, đến các cơ sở bán buôn và các điểm bán lẻ quy mô lớn. Việc xây dựng các trung tâm logistics trên địa bàn các tỉnh, thành trong Vùng không chỉ phục vụ cho hoạt động xuất nhập khẩu, mà còn cho các hoạt động thương mại bán buôn trên các địa bàn. Vị trí

xây dựng các trung tâm logistics phải được quy hoạch tại các khu vực đầu mối giao thông, ở khu vực ngoại vi của các khu đô thị lớn.

Số lượng các trung tâm logistics quy hoạch tại các tỉnh, thành phố trong Vùng đến năm 2020 là 05 trung tâm và đến năm 2030 là 11 trung tâm.

1.8. Quy hoạch trung tâm thông tin thương mại

Thông tin thương mại có vị trí đặc biệt quan trọng trong nền kinh tế thị trường. Hoạt động thông tin nói chung và hoạt động thông tin thương mại nói riêng là hoạt động không thể tiến hành một cách đơn lẻ, đòi hỏi phải có sự phối hợp, liên kết, hỗ trợ lẫn nhau để cùng làm giàu nguồn thông tin. Việc phối hợp, tổ chức thống nhất, chuẩn hoá trong thu thập, xử lý, lưu trữ trình bày và cung cấp thông tin có ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển nguồn thông tin, thúc đẩy hoạt động thông tin thương mại của toàn Vùng, tạo điều kiện để nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa của Vùng trên thị trường phân phối. Hoạt động cung cấp thông tin thương mại cần được tổ chức thành một hệ thống xuyên suốt trong cả Vùng từ đó kết nối với các Vùng khác và cả nước.

Quy hoạch đến năm 2020, toàn Vùng có 02 trung tâm thông tin thương mại tại Hà Nội và Hải Phòng. Đến năm 2030, sẽ phát triển thêm 02 trung tâm tại Nam Định và Quảng Ninh.

2. Lựa chọn các dự án ưu tiên đầu tư

Các dự án ưu tiên đầu tư và thứ tự ưu tiên trong giai đoạn 2015 - 2020 sẽ tập trung vào một số dự án sau đây:

- Xây dựng và hoàn thiện mạng lưới chợ đầu mối nông sản.
- Xây dựng các loại hình thương mại hiện đại như trung tâm thương mại, siêu thị,...
- Xây dựng trung tâm logistics cấp Vùng.
- Xây dựng trung tâm cung cấp thông tin thương mại cấp Vùng và các trung tâm hội chợ triển lãm cấp tỉnh.
- Xây dựng hệ thống kho hàng công tại các tỉnh, thành phố trong Vùng.

Danh mục các dự án ưu tiên đầu tư tại Phụ lục đính kèm.

V. GIẢI PHÁP, CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CHỦ YẾU

1. Giải pháp, chính sách thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm

Nghiên cứu thị trường, nâng cao chất lượng, đổi mới và hạ giá bán sản phẩm: 1) Dự báo nhu cầu và tình hình thị trường; 2) Các doanh nghiệp cần tăng cường đầu tư cho nghiên cứu sản phẩm mới, tùy theo điều kiện và khả năng của doanh nghiệp có thể thành lập bộ phận nghiên cứu sản phẩm mới hoặc thuê khoán các nhà thiết kế, các nhà nghiên cứu để có phương án đưa sản phẩm mới ra thị trường; 3) Nâng cấp trang thiết bị và đổi mới công nghệ sản xuất hàng hóa, mạnh dạn đầu tư những thiết bị và công nghệ hiện đại để tiết kiệm chi phí và đạt hiệu quả cao.

Các địa phương cần hỗ trợ doanh nghiệp trong việc đào tạo nguồn nhân lực, cung cấp thông tin xúc tiến thương mại, dự báo thị trường để nâng cao năng lực tiếp cận thị trường xuất khẩu cho các doanh nghiệp và khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp và hàng hóa xuất khẩu.

Phát huy vai trò của các hiệp hội ngành hàng và hiệp hội doanh nghiệp: Với chức năng và nhiệm vụ của mình, các hiệp hội cần tuyên truyền, hướng dẫn các doanh nghiệp vận dụng và thực hiện tốt các cơ chế, chính sách, pháp luật hiện hành; đồng thời vận động các doanh nghiệp liên doanh liên kết trong sản xuất kinh doanh hàng hóa. Cung cấp thông tin thị trường trong và ngoài nước cho các thành viên một cách nhanh chóng, kịp thời. Tham gia phối hợp với các cơ quan chức năng trong việc thống nhất các tiêu chuẩn sản phẩm và tăng cường khả năng kiểm tra đối với thành viên để giữ uy tín cho sản phẩm hàng hóa.

2. Giải pháp, chính sách phát triển xuất khẩu

Trên cơ sở các hiệp định cấp quốc gia, các văn bản thoả thuận từ các cuộc đàm phán cấp Chính phủ giữa Việt Nam với các nước trong khu vực và trên thế giới, các địa phương cần triển khai nghiên cứu các điều khoản chi tiết để vận dụng phù hợp với điều kiện của từng địa phương trong Vùng, từ đó, tìm cách tiếp cận nhanh nhất với thị trường nước ngoài một cách trực tiếp hoặc thông qua các cơ quan Nhà nước để tiến hành các giao dịch thương mại.

Nghiên cứu để lựa chọn thị trường xuất khẩu, nhập khẩu phù hợp với khả năng và lợi thế của từng địa phương trong Vùng.

Bằng nhiều hình thức khác nhau như liên doanh, liên kết, sáp nhập hoặc thành lập mới nhằm hình thành các doanh nghiệp xuất nhập khẩu lớn làm nòng cốt cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu chuyên ngành, tạo môi trường thuận lợi trong kinh doanh và tiền đề cho việc phát triển lĩnh vực xuất nhập khẩu.

3. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực phục vụ phát triển thương mại

Hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại đào tạo nghiệp vụ kinh doanh thương mại nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển của doanh nghiệp và hội nhập kinh tế quốc tế.

Chú trọng đào tạo nghề để có đội ngũ cán bộ, công nhân kỹ thuật, nhân viên nghiệp vụ lành nghề đủ khả năng nắm bắt và sử dụng thành thạo các phương tiện kỹ thuật và công nghệ hiện đại tại các chợ đầu mối, siêu thị, trung tâm thương mại.

Tranh thủ các nguồn vốn trong và ngoài nước để hỗ trợ đào tạo cho các doanh nghiệp, trong đó phân bổ hợp lý và sử dụng có hiệu quả nguồn kinh phí từ ngân sách nhà nước.

4. Giải pháp, chính sách phát triển khoa học công nghệ hỗ trợ quản lý và kinh doanh thương mại

Củng cố và hình thành một số trung tâm nghiên cứu về thương mại phát triển mạnh, có đủ khả năng tiếp cận và khai thác thông tin nhanh nhạy và chính

xác. Đồng thời có chính sách hỗ trợ một phần kinh phí để đổi mới, chuyển giao công nghệ hoặc mua thiết kế, đào tạo nhân lực.

Các tỉnh, thành phố trong Vùng dành một phần ngân sách địa phương hàng năm để hỗ trợ cho nghiên cứu triển khai áp dụng các chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học, áp dụng các giải pháp hữu ích để phát triển kết cấu hạ tầng thương mại. Ứng dụng rộng rãi các công nghệ và phương thức kinh doanh thương mại tiên tiến, hiện đại.

Thiết lập mạng lưới thanh toán bằng thẻ điện tử nhằm tạo điều kiện cho hoạt động mua bán, giao dịch hiện đại phát triển. Thực thi tốt các chính sách có liên quan của Nhà nước về hỗ trợ các doanh nghiệp đổi mới khoa học công nghệ.

5. Giải pháp tăng cường năng lực quản lý nhà nước đối với thương mại

Tập trung xây dựng và vận hành quy trình tác nghiệp thống nhất trong tổ chức, đồng thời với tăng cường trang bị máy móc và thiết bị công nghệ hiện đại; thực hiện phân công và phân cấp trách nhiệm, quyền hạn rõ ràng cho từng cấp quản lý.

Đẩy mạnh việc thực hiện cải cách thủ tục hành chính, nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh, thành phố; thực hiện tốt việc phân cấp quản lý thương mại đi đôi với công tác kiểm tra, thanh tra, giám sát đối với các doanh nghiệp theo quy định của pháp luật.

6. Giải pháp phát triển thương mại trên cơ sở bảo đảm tính liên kết giữa các địa phương trong và ngoài Vùng

Tập trung phát triển các công trình hạ tầng thương mại có ảnh hưởng trên phạm vi rộng và có tính liên vùng.

Các địa phương trong Vùng cần đẩy mạnh tổ chức cũng như hỗ trợ doanh nghiệp tham dự các hội chợ, chương trình xúc tiến thương mại, giao thương giữa các địa phương trong và ngoài Vùng.

Tăng cường tổ chức hoặc tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp xúc, trao đổi, ký kết hợp đồng mua bán, cung ứng hàng hóa hai chiều với các doanh nghiệp trong và ngoài Vùng.

Nghiên cứu hình thành các vùng nguyên liệu tập trung; liên kết tạo nguồn hàng phục vụ nhu cầu tiêu dùng của nhân dân và xuất khẩu. Đồng thời, tăng cường liên kết, phối hợp giữa các tỉnh, thành phố trong việc triển khai đồng bộ các biện pháp tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, thúc đẩy phát triển thương mại nội địa, xuất nhập khẩu, phát triển kinh tế - xã hội

Chú trọng công tác phối hợp của lực lượng quản lý thị trường các tỉnh, thành phố trong Vùng, qua đó giúp nâng cao hiệu quả trong việc thực thi công vụ, kiểm tra, kiểm soát thị trường, nhất là các tuyến quốc lộ, địa bàn giáp ranh... nhằm ngăn chặn có hiệu quả các hành vi buôn lậu, gian lận thương mại.

7. Giải pháp phát triển hệ thống thông tin hỗ trợ doanh nghiệp thương mại trong và ngoài Vùng

Các địa phương trong Vùng cần phối hợp chặt chẽ trong việc nâng cao năng lực cung cấp thông tin, dự báo thị trường cho các doanh nghiệp trong tỉnh, trong Vùng, trong đó đặc biệt chú trọng đến cung cấp thông tin về pháp luật, thông tin về cơ hội hợp tác kinh doanh; các thông tin dự báo thị trường của các cơ quan dự báo có uy tín trong nước và quốc tế,...

Cung cấp thông tin về hoạt động xúc tiến thương mại cho các doanh nghiệp trên địa bàn nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động xúc tiến thương mại trong phát triển thị trường mục tiêu, thị trường trọng điểm và thị trường cho ngành hàng quan trọng của Vùng.

Phát triển hạ tầng công nghệ thông tin phục vụ cho việc cung cấp thông tin, phát triển thương mại điện tử; hỗ trợ doanh nghiệp trên địa bàn ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử để nâng cao hiệu quả điều hành, phát triển sản xuất kinh doanh.

8. Một số giải pháp, chính sách phát triển kết cấu hạ tầng thương mại

a) Giải pháp, chính sách thu hút vốn đầu tư

Thực hiện có hiệu quả các cơ chế chính sách nhằm thu hút và sử dụng có hiệu quả nguồn vốn đầu tư phục vụ phát triển kinh tế - thương mại của Vùng. Trong đó, đặc biệt lưu ý các cơ chế chính sách được quy định tại Nghị định số 114/2009/NĐ-CP ngày 23 tháng 12 năm 2009 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14 tháng 01 năm 2013 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ; Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19 tháng 12 năm 2013 của Chính phủ về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn; 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 108/2009/NĐ-CP ngày 27 tháng 11 năm 2009 của Chính phủ về đầu tư theo hình thức Hợp đồng xây dựng – Kinh doanh – Chuyển giao, Hợp đồng xây dựng – Chuyển giao – Kinh doanh, Hợp đồng xây dựng – Chuyển giao và 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”.

Trên cơ sở các cơ chế, chính sách hiện hành, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố sớm ban hành cơ chế đặc thù nhằm khuyến khích các tổ chức, cá nhân thuộc các thành phần kinh tế đầu tư hoặc góp vốn cùng Nhà nước đầu tư xây dựng các loại chợ, trung tâm thương mại và siêu thị trên địa bàn.

Bảo đảm minh bạch hóa, đơn giản hóa thủ tục hành chính. Có chính sách ưu đãi, thông thoáng và tổ chức xúc tiến đầu tư của địa phương để thu hút nguồn vốn đầu tư vào ngành thương mại. Công bố rộng rãi các thông tin cụ thể về hệ số sử dụng đất, mật độ xây dựng, chỉ tiêu về quy hoạch, hình thức đầu tư để phục vụ cho các nhà đầu tư; giải quyết các vấn đề về cơ sở hạ tầng tạo điều kiện tốt nhất cho các nhà đầu tư.

Ngoài sự đầu tư hỗ trợ của Nhà nước theo quy định hiện hành, cần vận dụng các hình thức, biện pháp kêu gọi tham gia đầu tư của các doanh nghiệp và cá nhân trong và ngoài nước vào xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại như: hình thức huy động là phát hành cổ phiếu của doanh nghiệp kinh doanh bất động sản; cho thuê diện tích sử dụng; đầu tư trực tiếp của ngân hàng và các quỹ tín dụng; xây dựng quỹ đầu tư của ngành thương mại,...

b) Chính sách về đất đai

Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố dành quỹ đất hợp lý cho đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, nhằm vừa bảo đảm nhu cầu hiện tại, vừa phù hợp với sự gia tăng của các dự án đầu tư và mở rộng quy mô hoạt động của các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại trong tương lai. Đồng thời, có giải pháp và chính sách tích cực, đồng bộ trong việc giải phóng mặt bằng nhằm tạo thuận lợi cho các nhà đầu tư khi xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn.

Nhà đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại sẽ được xem xét miễn, giảm tiền thuê đất trong thời gian xây dựng cơ bản và những năm kế tiếp theo quy định của Luật Đất đai và chính sách khuyến khích đầu tư tại thời điểm thực hiện dự án và tùy theo từng điều kiện cụ thể. Các tỉnh, thành phố xem xét áp dụng chính sách ưu đãi về đất đai theo đúng Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19 tháng 12 năm 2013 của Chính phủ về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn đối với các kết cấu hạ tầng thương mại thuộc danh mục ưu đãi đầu tư ở khu vực nông thôn.

c) Chính sách tín dụng:

Hệ thống các ngân hàng và các tổ chức tín dụng xem xét, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp có dự án xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại được tiếp cận các nguồn tài chính một cách thuận lợi, nhanh chóng để đảm bảo nguồn vốn tiến hành dự án đầu tư được cấp phép như những doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh khác.

d) Chính sách thuế và lệ phí:

Các tỉnh, thành phố và các doanh nghiệp kinh doanh trong Vùng cần vận dụng tốt các chính sách ưu đãi, miễn, giảm thuế xuất nhập khẩu đối với các lĩnh vực hoặc địa bàn được ưu đãi được quy định tại Nghị định số 87/2010/NĐ-CP ngày 13 tháng 8 năm 2010 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu.

Đối với các doanh nghiệp phát triển kết cấu hạ tầng thương mại áp dụng phương thức kinh doanh hiện đại, ứng dụng công nghệ cao trong quản lý tiên tiến, bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu được hưởng chính sách ưu đãi về thuế thu nhập để hỗ trợ doanh nghiệp tích tụ vốn phục vụ cho quá trình phát triển theo quy định của Chính phủ tại Nghị định số 218/2013/NĐ-CP ngày 26 tháng 12 năm 2013 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật thuế Thu nhập doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp kinh doanh và quản lý các công trình kết cấu hạ tầng thương mại (chợ, trung tâm thương mại, trung tâm hội chợ - triển lãm, trung tâm

logistics) 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.

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 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 2020.

b) 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.

c) 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 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 ưu tiên đầu tư đến năm 2020 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 các dự án ưu tiên đầu tư đến năm 2020 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 ban hành.

Điều 4. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố thuộc vùng đồng bằng sông Hồng chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 4;
- Ban Bí thư Trung ương Đảng (đề b/c);
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ (đề b/c);
- Văn phòng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- UBND, Sở Công Thương các tỉnh, thành phố: Hà Nội, Hải Phòng, Hải Dương, Bắc Ninh, Vĩnh Phúc, Hưng Yên, Thái Bình, Nam Định, Hà Nam, Ninh Bình và Quảng Ninh;
- Bộ Công Thương: các Thứ trưởng, Cổng thông tin điện tử, các Vụ, Cục, Tổng cục, đơn vị trực thuộc;
- Lưu: VT, TTTN (6b).



Vũ Huy Hoàng

Phụ lục:**DANH MỤC DỰ ÁN ƯU TIÊN ĐẦU TƯ ĐẾN NĂM 2020**

(Kèm theo Quyết định số 272 /QĐ-BCT ngày 12 tháng 01 năm 2015
của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

TT	Danh mục đầu tư	Tỉnh/thành phố	Diện tích (ha)
1.	09 chợ đầu mối nông sản tổng hợp	Hà Nội, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Hải Phòng, Hưng Yên, Nam Định, Quảng Ninh	124,7
2.	02 chợ đầu mối lúa gạo	Thái Bình, Nam Định	6
3.	03 chợ đầu mối rau quả	Hải Dương, Hà Nam, Ninh Bình	7,5
4.	03 chợ đầu mối thủy sản	Hải Phòng, Nam Định, Quảng Ninh	5
4.	29 chợ hạng I	Hà Nội, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Hải Dương, Hải Phòng, Hưng Yên, Thái Bình, Hà Nam, Nam Định, Ninh Bình, Quảng Ninh	56,98
5.	Trung tâm hội chợ triển lãm cấp vùng	Hà Nội, Nam Định	80
6.	06 Trung tâm Logistics cấp vùng	Hưng Yên, Hà Nội, Quảng Ninh, Nam Định, Hải Phòng, Vĩnh Phúc	230
7.	09 trung tâm phân phối hàng công nghiệp tiêu dùng	Hà Nội, Hải Phòng, Hưng Yên, Nam Định, Thái Bình, Quảng Ninh	17-24
8	02 Trung tâm thông tin thương mại cấp vùng	Hà Nội, Hải Phòng	0,15
Tổng số			527,18-534,18