

BỘ CÔNG THƯƠNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: **1022** /QĐ-BCT

Hà Nội, ngày *24* tháng 3 năm 2017

QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt Đề án “Quy hoạch phát triển thương mại
Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035”**

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 lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội;

Căn cứ 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;

Xét 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 kinh tế trọng điểm phía Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035” với những nội dung chủ yếu sau đây:

1. Quan điểm phát triển

Phát triển thương mại Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam (sau đây gọi tắt là Vùng) trên cơ sở phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của Vùng; bảo đảm tính thống nhất và đồng bộ với quy hoạch tổng thể phát triển thương mại cả nước và quy hoạch phát triển các ngành, lĩnh vực có liên quan.

Phát triển thương mại Vùng nhanh, bền vững và hiệu quả trên cơ sở phát huy vai trò là hạt nhân, động lực phát triển kinh tế của các tỉnh phía Nam và cả nước, bảo đảm gắn kết chặt chẽ với các Vùng kinh tế, đặc biệt là các Vùng kinh tế trọng điểm trên cả nước.

Phát triển thương mại Vùng phải bảo đảm yêu cầu trở thành đòn bẩy để phát triển các ngành sản xuất và dịch vụ khác, tăng cường xuất khẩu đi đôi với kiểm soát tốt nhập khẩu, góp phần tạo chuyên dịch cơ cấu kinh tế của Vùng theo



hướng nâng cao chất lượng, nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp và các sản phẩm chủ lực của Vùng.

Phát triển thương mại Vùng trên cơ sở khai thác và phát huy tối đa hệ thống hạ tầng thương mại sẵn có và các lợi thế so sánh của Vùng; với sự chuyển biến cơ bản về phương thức kinh doanh, hệ thống phân phối và hệ thống hạ tầng thương mại theo hướng hiện đại hóa và văn minh thương mại; có sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế, với lực lượng kinh doanh có trình độ, có khả năng huy động và sử dụng tốt các nguồn lực.

Phát triển thương mại Vùng theo cơ chế thị trường, có sự quản lý của Nhà nước, tăng cường xã hội hoá đầu tư vào phát triển cơ sở hạ tầng thương mại. Nâng cao vai trò quản lý của Nhà nước đối với thị trường, tích cực phòng chống các hành vi kinh doanh trái phép, buôn lậu, trốn thuế và gian lận thương mại; gắn phát triển thương mại với bảo vệ môi trường sinh thái và giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc; kết hợp chặt chẽ giữa phát triển thương mại với an ninh và quốc phòng.

2. Mục tiêu phát triển

2.1. Mục tiêu tổng quát

Phát triển ngành thương mại đa dạng, hiện đại, bền vững, đáp ứng tốt những yêu cầu, đòi hỏi của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế; trên cơ sở duy trì tốc độ tăng trưởng nhanh, nâng cao đóng góp của ngành vào tăng trưởng GDP chung của Vùng, thực hiện tốt chức năng cung ứng, tiêu thụ và trung chuyển hàng hóa, đáp ứng nhu cầu của sản xuất, xuất khẩu và của hoạt động du lịch cũng như nhu cầu tiêu dùng của người dân.

2.2. Mục tiêu cụ thể

Đến năm 2025:

Tăng tỷ lệ đóng góp của ngành thương mại vào GDP chung của Vùng, phần đầu trong giai đoạn 2017 - 2020, giá trị tăng thêm ngành thương mại tăng bình quân 13,5%/năm và giai đoạn 2021 - 2025 tăng bình quân 14%/năm.

Tập trung nâng cao hiệu quả của thương mại nội địa, đáp ứng tốt nhu cầu cho sản xuất, nhu cầu tiêu dùng của nhân dân trong Vùng và khách du lịch. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ của Vùng tăng bình quân 14 - 15%/năm trong giai đoạn 2017 - 2020 và trên 13%/năm trong giai đoạn 2021 - 2025.

Đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng chủ lực của Vùng thông qua nhiều hình thức, đặc biệt là xuất khẩu ra các thị trường có khả năng tạo giá trị gia tăng cao; duy trì xuất siêu, đóng góp giá trị thặng dư thương mại vào cán cân xuất nhập khẩu của cả nước. Phần đầu kim ngạch xuất khẩu của Vùng tăng bình quân khoảng 15,5%/năm trong giai đoạn 2017 - 2020 và 14%/năm trong giai đoạn 2021 - 2025; kim ngạch nhập khẩu tăng bình quân 12%/năm giai đoạn 2017 - 2020 và 13%/năm trong giai đoạn 2021 - 2025.

Đến năm 2035: Tiếp tục là vùng kinh tế phát triển năng động với chất lượng tăng trưởng cao và điển hình về phát triển bền vững, đi đầu trong phát triển kinh tế tri thức; là vùng kinh tế động lực đầu tàu của cả nước, trung tâm thương mại, tài chính, dịch vụ mang tầm quốc tế...

Hình thành một nền thương mại vững mạnh, hiện đại và văn minh với cơ cấu ngành cân đối, hợp lý; ngành thương mại có đóng góp cao trong GDP chung của Vùng. Hệ thống phân phối phát triển đồng bộ, chuyên nghiệp với các kênh phân phối mạnh, vừa mở rộng về quy mô và phạm vi, vừa tham gia có chiều sâu vào phát triển sản xuất và phát triển tiêu dùng, đồng thời có khả năng kết nối với các tập đoàn phân phối và thị trường nước ngoài.

Hệ thống hạ tầng thương mại được tiêu chuẩn hóa; hình thành các khu thương mại - dịch vụ tập trung phát triển đan xen loại hình hiện đại và truyền thống, tạo thành các không gian mua sắm thuận tiện và văn minh tại đô thị trung tâm và các khu dân cư, khu đô thị, khu du lịch... Tỷ trọng bán lẻ hàng hoá thông qua các loại hình thương mại hiện đại đạt trên 50% vào năm 2035.

Hình thức bán buôn phát triển mạnh thông qua chợ đầu mối nông sản, trung tâm bán buôn hàng xuất nhập khẩu, trung tâm giao dịch vật tư, nguyên liệu... áp dụng phổ biến các phương thức giao dịch tiên tiến, sử dụng thương mại điện tử, sàn giao dịch hàng hóa...

3. Định hướng phát triển

3.1. Định hướng phát triển xuất nhập khẩu

a) Định hướng phát triển xuất khẩu

Về mặt hàng xuất khẩu:

Hạn chế và cắt giảm dần việc xuất khẩu các loại tài nguyên, nhiên liệu thô, các sản phẩm sơ chế... gắn với từng bước nâng cao và thay thế bằng việc xuất khẩu các mặt hàng đã qua chế biến, các mặt hàng có giá trị gia tăng cao, phù hợp với xu hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại.

Tăng cường ứng dụng công nghệ, đầu tư trang thiết bị kỹ thuật, hiện đại hóa dây chuyền sản xuất và chế biến nhằm tạo ra những sản phẩm chế biến có chất lượng, thân thiện với môi trường. Từ đó đẩy mạnh tìm kiếm và mở rộng các thị trường tiềm năng, bao gồm cả những thị trường khó tính như Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU...

Về thị trường xuất khẩu:

Duy trì và giữ vững các thị trường truyền thống, ổn định như Trung Quốc, EU, Nhật Bản, ASEAN... đồng thời, phát triển các thị trường mới với nhiều phân đoạn thị trường, chú trọng các thị trường có triển vọng đối với hàng hoá xuất khẩu mới của Vùng để thông qua nhập khẩu tìm kiếm cơ hội cho xuất khẩu.

Thông qua liên doanh, liên kết với các tập đoàn sản xuất quốc tế lớn để tiếp cận thị trường bản địa. Chú trọng các thị trường đã ký FTA với Việt Nam và

lộ trình cắt giảm thuế quan với các cơ hội mở cửa thị trường nước ngoài để tìm kiếm mở rộng thị trường cho hàng hóa xuất khẩu của Vùng.

Tiếp tục tăng cường và mở rộng mối quan hệ thương mại với các thị trường trung gian để tìm kiếm cơ hội phát triển xuất khẩu, nhất là phát triển sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm mới sang các thị trường khác. Trong xu thế phát triển mạng sản xuất kinh doanh mang tính toàn cầu và điều kiện cạnh tranh gay gắt trên thị trường quốc tế hiện nay, thị trường trung gian còn có vai trò cung cấp thông tin thị trường, tư vấn chuyên giao công nghệ chế biến, liên kết các nhà sản xuất trong chuỗi giá trị và cung cấp các nguồn nguyên liệu bổ sung.

Về hình thức xuất khẩu:

Trong giai đoạn trước mắt, tiếp tục kết hợp chặt chẽ giữa xuất khẩu trực tiếp và xuất khẩu uỷ thác qua các đầu mối xuất khẩu lớn (thông qua các cảng biển và cửa khẩu đường bộ qua biên giới), nhất là các đầu mối xuất khẩu tại thành phố Hồ Chí Minh. Về lâu dài, từng bước phát triển quan hệ với các đối tác thương mại tại các nước nhập khẩu để chuyển từ xuất khẩu uỷ thác sang xuất khẩu trực tiếp là chính.

Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất, từng bước tạo lập cơ sở hạ tầng, trong đó hoàn thiện và chuyên nghiệp hóa hệ thống trung tâm logistics; thực hiện giao dịch điện tử, ký kết hợp đồng xuất khẩu thông qua thương mại điện tử với các doanh nghiệp ở nước ngoài.

Khai thác tối đa lợi thế xuất khẩu tại chỗ trên cơ sở đa dạng hóa và nâng cao chất lượng cung ứng hàng hóa, phục vụ nhu cầu tiêu dùng của khách nước ngoài, trong đó chủ yếu là nhu cầu ăn, uống và hàng công nghiệp phục vụ cá nhân tại các khách sạn, nhà hàng. Đồng thời, phát triển các hình thức dịch vụ, các cửa hàng thương mại bán các đặc sản của ngành trồng trọt, thủy sản, thủ công mỹ nghệ tại các khu, tuyến du lịch có nhiều khách nước ngoài, từ đó tạo cơ hội tăng chi tiêu mua sắm của khách du lịch.

b) Định hướng phát triển nhập khẩu

Ưu tiên nhập khẩu nguyên vật liệu, đặc biệt là thiết bị và công nghệ, chú trọng phục vụ cho nhu cầu xây dựng và hình thành các khu công nghiệp trên địa bàn theo hướng: có công nghệ và quy trình sản xuất - kinh doanh tiên tiến, đáp ứng được yêu cầu của thị trường về tính năng, chất lượng sản phẩm và phù hợp về giá cả; có khả năng thu hồi vốn nhanh, đồng thời đảm bảo các tiêu chuẩn thân thiện môi trường và tiết kiệm năng lượng.

Giảm dần nhập khẩu các mặt hàng có thể sản xuất được ở trong nước, kiểm soát chặt chẽ, tiến tới hạn chế nhập khẩu các mặt hàng không khuyến khích nhập khẩu.

3.2. Định hướng phát triển mô hình tổ chức lưu thông thị trường

a) Thị trường hàng công nghiệp tiêu dùng

Đối với lưu thông hàng tiêu dùng nhập khẩu: Phát huy tối đa hiệu quả của các công trình thương mại hiện có, đặc biệt là hệ thống trung tâm logistics, đồng

thời chú trọng phát triển các điều kiện cơ sở hạ tầng và dịch vụ thương mại ở các khu vực cửa khẩu, bến cảng phục vụ hoạt động tập kết và lưu chuyển hàng hóa quy mô lớn vào thị trường nội địa.

Đối với lưu thông hàng tiêu dùng được sản xuất trong Vùng: Hầu hết hàng tiêu dùng được cung ứng từ hệ thống phân phối của các nhà sản xuất trong Vùng. Do đó, tổ chức hệ thống đại lý rộng khắp thông qua các doanh nghiệp (gồm cả doanh nghiệp sản xuất và doanh nghiệp phân phối), các hộ kinh doanh đến người tiêu dùng trên địa bàn, bao gồm cả khu vực thành thị, nông thôn, biên giới và các điểm du lịch.

Hình thành và phát triển các kênh phân phối hàng hóa (cả bán buôn và bán lẻ) đa dạng. Khuyến khích phát triển các doanh nghiệp phân phối hàng tiêu dùng chuyên nghiệp, có tiềm lực và kỹ năng kinh doanh, từng bước áp dụng quy trình và công nghệ kinh doanh tiên tiến, hiện đại, mà trước hết là ở đô thị lớn trong Vùng.

Phát triển mạng lưới cung ứng của các thương nhân tới vùng nông thôn, trong đó ưu tiên các hộ kinh doanh có kinh nghiệm để hình thành mạng lưới phân phối chủ yếu hàng công nghiệp tiêu dùng ở khu vực thị trường này; hỗ trợ các hộ dân vùng biên giới, hải đảo và khu vực còn khó khăn tự mở cửa hàng kinh doanh theo phương thức thanh toán trả sau; bên cạnh phương thức kinh doanh truyền thống, áp dụng bổ sung các hình thức giao dịch mới, hiện đại...

b) Thị trường hàng nông, lâm, thủy sản

Hình thành các trung tâm phân phối bán buôn chuyên nghiệp hàng nông, lâm, thủy sản để tập kết hàng hóa nông sản từ các tỉnh, thành phố trong Vùng nhằm cung ứng cho bán lẻ và cho các đối tượng tiêu dùng lớn. Chú trọng các khu vực tiêu thụ tập trung: phát triển các chợ đầu mối, chợ chuyên doanh nông sản tại ngoại vi thành phố Hồ Chí Minh (gắn với các địa phương có vùng sản xuất tập trung, quy mô lớn); hình thành các khu bán buôn nông sản riêng biệt tại trung tâm các tỉnh còn lại trong Vùng.

Khuyến khích phát triển các nhà phân phối bán buôn nông sản chuyên nghiệp với các nhà phân phối lớn làm nòng cốt, có kinh nghiệm và tiềm lực về tài chính, có quan hệ bạn hàng ổn định, có phương thức kinh doanh và lực lượng lao động đáp ứng được yêu cầu.

Tổ chức tiêu thụ mặt hàng thủy hải sản nuôi trồng và đánh bắt tại chỗ của ngư dân, hình thành các chợ chuyên doanh thủy sản, chợ cá gắn với các cảng cá. Tổ chức tốt khâu vận chuyển tới các nhà máy chế biến, tới các khách sạn, nhà hàng và tới các chợ bán lẻ. Chú trọng các vùng nuôi trồng, đánh bắt thủy hải sản tập trung tại Bà Rịa - Vũng Tàu và Tiền Giang.

Thu hút doanh nghiệp đầu tư cho sản xuất và tiêu thụ: Gắn kết doanh nghiệp và nông dân trong chuỗi sản xuất và tiêu thụ các mặt hàng nông, lâm, thủy sản (cung cấp gia súc, gia cầm làm nguyên liệu đầu vào cho nhà máy chế

biến thực phẩm); cung ứng nông sản từ sản xuất tới các khách sạn, nhà hàng, các siêu thị, chuỗi cửa hàng thực phẩm.

Hình thành cơ chế phối hợp tiêu thụ hàng nông sản là nguyên liệu của sản xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp giữa các tỉnh, thành phố có cùng cơ cấu cây trồng vật nuôi. Đặc biệt là hợp tác để cung ứng nguyên liệu cho hàng hóa đã có thương hiệu để tận dụng công suất chế biến, tăng khối lượng sản phẩm ra thị trường.

Ngoài hệ thống chợ truyền thống vẫn chuyên trách đảm nhận cung ứng hàng nông sản, cần phát triển thêm các loại hình cửa hàng thực phẩm chất lượng cao như cửa hàng thực phẩm sạch, rau an toàn; các điểm bán hàng Việt... Bên cạnh đó, cần hiện đại hoá khu chợ bán hàng nông, thủy sản tại đô thị; nâng cấp, cải tạo các khu chợ chuyên doanh nông sản ở nông thôn, đặc biệt quan tâm đến khu mua bán thủy sản tươi sống, đảm bảo các tiêu chuẩn về vệ sinh môi trường và an toàn thực phẩm.

Giám sát chất lượng nông sản thực phẩm vào hệ thống khách sạn, nhà hàng, trước hết là tại các điểm phân phối tập trung như chợ bán buôn, (hoặc thông qua việc nhân rộng hệ thống chợ an toàn thực phẩm)... cung cấp thức ăn tươi sống, an toàn để tạo uy tín và hấp dẫn khách du lịch.

c) Thị trường hàng tư liệu sản xuất

Củng cố, phát triển hệ thống đại lý, cơ sở kinh doanh của các chủ thể sản xuất kinh doanh để tiêu thụ hàng tư liệu sản xuất trên địa bàn các tỉnh, thành phố trong Vùng.

Phát triển đa dạng các hình thức bán buôn theo hướng đấu thầu mua sắm khối lượng lớn và cung ứng hàng hoá trực tiếp.

Phát triển các trung tâm giao dịch bán buôn nguyên vật liệu cho các ngành sản xuất, củng cố mạng lưới điểm mua bán hàng hóa tư liệu sản xuất, các cơ sở hạ tầng phục vụ lưu thông loại hàng hóa đặc thù như hệ thống kho, bãi, bến cảng... trên địa bàn các tỉnh, thành phố trong Vùng.

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

a) Về tính chất kinh doanh

Doanh nghiệp bán buôn: Loại hình doanh nghiệp này vừa liên kết với các nhà sản xuất, tổ chức khai thác nguồn hàng ngoài tỉnh, tổ chức nhập khẩu để tạo nguồn hàng ổn định, vừa tham gia các hoạt động xuất khẩu, cung ứng hàng hóa cho các doanh nghiệp, hộ kinh doanh để bán lẻ và phát luồng hàng hóa ra ngoài tỉnh.

Doanh nghiệp bán lẻ: Loại hình doanh nghiệp bán lẻ có mạng lưới bán lẻ theo các loại hình như trung tâm mua sắm, chuỗi siêu thị, các chuỗi cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng tổng hợp, cửa hàng tiện lợi ở khu vực các phường, thị

trần, thành phố. Phát triển các chuỗi cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng tổng hợp, cửa hàng tiện lợi ở khu vực nông thôn.

Các cửa hàng bán buôn, bán lẻ của hộ kinh doanh: Thông qua các hình thức đại lý, các hộ kinh doanh tham gia vào hệ thống kinh doanh theo chuỗi (thông qua hình thức liên kết, liên doanh, nhượng quyền thương mại...) để kết nối các cửa hàng độc lập với các doanh nghiệp sản xuất, phân phối và xuất, nhập khẩu hàng hóa.

Công ty kinh doanh dịch vụ logistics: Là loại hình công ty tổ chức các dịch vụ logistics một cách chuyên nghiệp, hiện đại với những khách hàng quy mô lớn, ổn định.

Tổ chức quản lý, kinh doanh khai thác chợ: Ban quản lý chợ ở các địa phương, đặc biệt là khu vực đô thị sẽ tiếp tục đẩy nhanh quá trình chuyển đổi sang loại hình doanh nghiệp kinh doanh khai thác chợ.

Hợp tác xã thương mại và dịch vụ nông thôn hoặc hợp tác xã kinh doanh tổng hợp: Loại hình này sẽ tập trung đảm nhận các dịch vụ cung ứng “đầu vào” cho sản xuất nông nghiệp và tổ chức “đầu ra” cho các hộ nông dân. Từng bước chuyển đổi các Ban quản lý, tổ quản lý chợ tại các xã hoạt động theo mô hình hợp tác xã. Đồng thời thành lập các hợp tác xã mới để quản lý chợ được đầu tư xây dựng mới hoặc các chợ đang giao khoán cho tổ chức, cá nhân theo đúng quy định hiện hành.

b) Về quy mô doanh nghiệp

Coi trọng phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các hộ kinh doanh, đồng thời, khuyến khích và thúc đẩy quá trình hình thành các doanh nghiệp lớn thông qua quá trình tích tụ và tập trung, xác lập sự liên kết giữa doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp nhỏ trong việc tổ chức thị trường, tạo sức mạnh để hợp tác và cạnh tranh có hiệu quả với các tập đoàn nước ngoài. Trên cơ sở đó, phát huy vai trò và vị trí của thương mại trong nước trong việc định hướng và thúc đẩy sản xuất phát triển, định hướng và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng phong phú, đa dạng của người dân, tạo mối quan hệ chặt chẽ với thị trường thế giới thông qua xuất khẩu và nhập khẩu, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tăng trưởng GDP, tạo tiền đề để chủ động hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế một cách sâu rộng và thành công.

c) Về hình thức sở hữu

Giai đoạn từ nay đến năm 2025, tiếp tục lấy doanh nghiệp có vốn nhà nước làm nòng cốt trong việc phát triển sản xuất và kinh doanh các nhóm hàng cơ khí, luyện kim, hóa chất, dệt may, bia - rượu - nước giải khát; tận dụng thu hút các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong việc phát triển sản xuất và kinh doanh các nhóm hàng điện, điện tử, từng bước nâng cao tỷ lệ nội địa hóa và giá trị gia tăng trong chuỗi sản xuất kinh doanh các sản phẩm này.

Bên cạnh đó, tạo điều kiện thuận lợi, tập trung phát triển các doanh nghiệp tư nhân, thu hút khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đầu tư vào hoạt

động sản xuất, thu mua, chế biến, bảo quản và tổ chức hệ thống tiêu thụ các sản phẩm nông, lâm, thủy sản, nâng cao một bước trình độ chuyên môn hóa, chất lượng sản phẩm và tính bền vững của thị trường tiêu thụ.

3.4. Định hướng phát triển các dịch vụ phụ trợ của ngành thương mại

a) Dịch vụ logistics

Sự phát triển của hoạt động lưu chuyển hàng hóa giữa Vùng với thị trường quốc tế sẽ kéo theo sự gia tăng nhu cầu các dịch vụ logistics. Tùy theo tính chất (quy mô, phạm vi) của dòng hàng hóa cũng như yêu cầu của khách hàng để từ đó tổ chức cung ứng các dịch vụ này một cách phù hợp, trong đó, chú trọng kết nối vận chuyển hai đầu giữa cảng biển với các cửa khẩu.

Những nhiệm vụ chủ yếu để phát triển các dịch vụ logistics trên địa bàn Vùng bao gồm:

Tăng cường tiềm lực và cơ hội kinh doanh cho các doanh nghiệp đầu tư và kinh doanh dịch vụ logistics hiện đang hoạt động trên địa bàn: cho phép huy động vốn theo hình thức đối tác công tư; minh bạch hóa các quy định về đầu tư, tiêu chí cấp phép...; áp dụng đồng bộ hình thức thông quan điện tử; hỗ trợ đào tạo, nâng cao trình độ nhân lực ngành logistics và ứng dụng công nghệ quản lý chuỗi cung ứng hiện đại; ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics có uy tín...

Thu hút các doanh nghiệp kinh doanh logistics chuyên nghiệp cả trong và ngoài nước trong việc xây dựng hạ tầng và cung ứng dịch vụ, từ đại lý giao nhận truyền thống đến đại lý giao nhận với vai trò là nhà vận tải đa phương thức hay nhà cung cấp dịch vụ logistics trọn gói.

Khuyến khích phát triển các dịch vụ logistics thuê ngoài, tích hợp trọn gói và đồng bộ, tổ chức hoạt động theo mô hình logistics bên thứ ba (3PL) để tối thiểu hóa chi phí và bổ sung giá trị gia tăng cho hàng hóa và dịch vụ. Từng bước triển khai mô hình logistics bên thứ tư (4PL) và logistics bên thứ 5 (5PL) trên cơ sở phát triển thương mại điện tử và quản trị chuỗi cung ứng hiện đại, chuyên nghiệp và hiệu quả.

Tạo điều kiện về quỹ đất, vốn đầu tư, hạ tầng kỹ thuật và xã hội để hình thành một số cơ sở cung ứng dịch vụ logistics tập trung, nhất là ở Khu kinh tế cửa khẩu và các cảng biển. Hỗ trợ kinh doanh dịch vụ logistics theo hướng đơn giản hóa các thủ tục hành chính có liên quan đến đầu tư xây dựng, đặc biệt là cải thiện thủ tục hải quan nhằm khuyến khích xây dựng cơ sở hạ tầng và tiện lợi hóa thông quan hơn nữa tại các cửa khẩu, cảng biển.

b) Dịch vụ tài chính, ngân hàng

Tăng cường thực hiện chức năng, nhiệm vụ của Kho bạc và các Ngân hàng thương mại về tài chính, tín dụng trong các giao dịch thương mại quy mô lớn và trong thanh toán xuất nhập khẩu qua biên giới.

Đảm bảo các thương nhân, cơ sở kinh doanh vừa và nhỏ được tiếp cận với

nguồn vốn kịp thời, dễ dàng... theo đúng quy định hiện hành về hạn mức vay, lãi suất; hoặc nới lỏng hạn mức cho vay đối với các giao dịch hàng hóa khuyến khích sản xuất và xuất khẩu.

Tiếp tục thiết lập và tăng cường mối quan hệ đa phương giữa các ngân hàng trong và ngoài nước nhằm mở rộng diện thanh toán cũng như bổ sung hình thức thanh toán hiện đại, đáp ứng nhu cầu mở rộng quy mô và cường độ lưu thông hàng hóa qua biên giới.

c) Dịch vụ xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin

Đẩy mạnh và tổ chức hiệu quả, thiết thực các hoạt động xúc tiến thương mại giữa các địa phương trong Vùng, trước mắt là với các doanh nghiệp Trung Quốc và ASEAN để tìm kiếm bạn hàng, giới thiệu sản phẩm mua và bán.

Xây dựng cơ sở chuyên nghiệp để tổ chức hoạt động xúc tiến thương mại, trọng tâm là các trung tâm hội chợ triển lãm, trung tâm giới thiệu sản phẩm, hàng hóa đặc trưng của Vùng, nơi thường xuyên tổ chức các hội chợ triển lãm thương mại cấp quốc gia và cấp Vùng.

Nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ thông tin: Hỗ trợ thông tin thương mại thông qua xây dựng năng lực và kết nối mạng lưới internet; cung cấp trực tuyến thông tin về thị trường trong và ngoài nước cho doanh nghiệp. Thu hút các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ thông tin vào tổ chức hoạt động trên địa bàn.

Mở thêm các kênh thông tin để phổ biến kiến thức thương mại - thị trường cho các hộ kinh doanh nhỏ lẻ, đặc biệt là tại vùng nông thôn, nhằm hỗ trợ phát triển mở rộng quy mô kinh doanh, thay đổi tập quán kinh doanh hoặc thay đổi mô hình kinh doanh phù hợp với xu hướng thị trường.

3.5. Định hướng phát triển thương mại điện tử

Ứng dụng thương mại điện tử trên địa bàn các tỉnh, thành phố trong Vùng phải được thực hiện cả giữa doanh nghiệp - doanh nghiệp và doanh nghiệp - người tiêu dùng, chủ yếu ở các khâu như:

Giao dịch mua bán trực tuyến; sử dụng chứng từ, thanh toán điện tử; sử dụng phần mềm chuyên dụng trong quản lý kinh doanh, quan hệ khách hàng...; trao đổi thông tin, quảng cáo qua các website...

Ứng dụng thương mại điện tử trong hoạt động logistics (e-logistics) và quản trị dây chuyền cung ứng an toàn và thân thiện (sử dụng phần mềm quản lý kho...).

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

a) Kết cấu hạ tầng bán buôn

Phục vụ hàng nông sản: Tiếp tục định hình và hoàn thiện kênh phân phối bán buôn hàng nông sản, trong đó xác định nòng cốt là các chợ đầu mối bán buôn nông sản (chủ yếu được tập kết và phát luồng tại một số chợ đầu mối tại

thành phố Hồ Chí Minh) và một số chợ hạng I ở các thành phố, thị xã khác trong Vùng.

Phục vụ hàng tiêu dùng nhập khẩu: Các hoạt động bán buôn hàng tiêu dùng nhập khẩu chủ yếu tập trung vào các chợ bán buôn, trung tâm bán buôn hàng tiêu dùng... do đó, khuyến khích việc hình thành khu bán buôn tập trung để thuận lợi cho việc tổ chức các dịch vụ chuyên nghiệp, nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ phục vụ cho lưu thông bán buôn hàng hóa tại khu trung tâm bán buôn này.

Căn cứ vào nhu cầu và khả năng thực tế ở những thời điểm thích hợp, bố trí trong chợ đầu mối bán buôn, trung tâm bán buôn có sàn đấu giá hoặc sàn giao dịch hàng hóa.

b) Kết cấu hạ tầng bán lẻ

Tại địa bàn đô thị: Thành phố Hồ Chí Minh và các đô thị trung tâm của các tỉnh trong Vùng sẽ phát triển đa dạng hệ thống hạ tầng thương mại bán lẻ, từ loại hình đến quy mô và với mật độ cao. Tuy nhiên, chú trọng phát triển các loại hình bán lẻ hiện đại, có phương thức kinh doanh tiên tiến. Tập trung phát triển theo chiều sâu theo hướng chuyên nghiệp hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ cung ứng hàng hóa, hình thành hệ thống hạ tầng thương mại văn minh.

Tại địa bàn nông thôn: Chú trọng phát triển loại hình bán lẻ truyền thống là chủ yếu bao gồm: chợ dân sinh ở các xã, cụm xã; các điểm bán, cửa hàng truyền thống tại các cụm dân cư nông thôn, bên cạnh các chợ xã hoặc ở trung tâm xã. Giai đoạn sau năm 2025 sẽ phát triển thay thế dần và phát triển mới các cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng tiện lợi, tự chọn.

Tại các khu công nghiệp: Phát triển hạ tầng thương mại bán lẻ phục vụ công nhân tại các khu công nghiệp có khu nhà ở của công nhân. Các loại hình thương mại chủ yếu bao gồm: chợ, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng truyền thống kết hợp với các cơ sở dịch vụ chăm sóc cá nhân khác để tạo thành khu thương mại - dịch vụ tổng hợp trong các khu công nghiệp. Hình thành các hoạt động thương mại bán lẻ nội khu hoặc ngoại khu ở các dự án xây dựng các khu đô thị, khu công nghiệp.

Tại các khu du lịch: Phát triển các loại hình hạ tầng thương mại đặc trưng phục vụ nhu cầu mua sắm của khách du lịch như khu ẩm thực, khu mua bán hàng ban đêm, cửa hàng lưu niệm, cửa hàng trưng bày và giới thiệu đặc sản, cửa hàng truyền thống (kết hợp giữa văn minh thương mại và bản sắc văn hoá dân tộc),... gắn với các điểm, tuyến, khu du lịch đã được quy hoạch trong Vùng.

c) Kết cấu hạ tầng xuất nhập khẩu

Vùng có nhiều tiềm năng, lợi thế về thương mại quốc tế cả trên biển và trên bộ (qua biên giới). Quy hoạch xây dựng kết cấu hạ tầng xuất nhập khẩu cần đạt được mục tiêu kết nối, lưu thông hàng hóa giữa các cảng, cửa khẩu biên giới với nội địa và ngược lại. Các loại hình hạ tầng xuất nhập khẩu chủ yếu sẽ bao gồm: hệ thống kho, bãi hàng hoá; trung tâm logistics, chợ biên giới...

Hệ thống hạ tầng thương mại phục vụ xuất - nhập khẩu được phân bố tập trung tại khu vực cảng, các khu kinh tế cửa khẩu và cửa khẩu biên giới của các tỉnh, thành phố trong Vùng. Loại hình hạ tầng phục vụ cho xuất nhập khẩu phù hợp ở khu vực cảng là trung tâm logistics và hệ thống kho bãi...

d) Kết cấu hạ tầng thương mại nông thôn

Xây dựng và hình thành hệ thống hạ tầng thương mại nông thôn với số lượng, loại hình, cơ cấu, quy mô... phù hợp với định hướng phát triển không gian kinh tế - xã hội, với trình độ phát triển thị trường khu vực nông thôn, với sự phát triển của các hoạt động thương mại bán buôn, bán lẻ trên từng địa bàn, kết hợp chặt chẽ với quá trình xây dựng nông thôn mới của các địa phương trong Vùng.

Phát triển hệ thống hạ tầng thương mại nông thôn theo hướng mở, tạo ra khả năng gắn kết và ảnh hưởng lan toả của các loại hình hạ tầng thương mại trong khu vực nông thôn, giữa nông thôn với đô thị, tăng cường tính liên kết phát triển giữa các tỉnh, thành phố trong Vùng và giữa Vùng với các vùng kinh tế khác trong cả nước.

Từng bước phát triển một số loại hình hạ tầng thương mại hiện đại, kết hợp với kế thừa, cải tạo các loại hình truyền thống trên địa bàn nông thôn, tăng cường điều kiện cơ sở vật chất - kỹ thuật, đảm bảo văn minh thương mại và giữ gìn bản sắc văn hóa, tập quán từng địa phương.

Áp dụng bổ sung các phương thức kinh doanh tiên tiến trong các loại hình hạ tầng truyền thống, nâng cao trình độ và phương thức giao dịch tại các chợ bán buôn và chợ tổng hợp bán buôn bán lẻ quy mô lớn ở khu vực nông thôn.

Hoàn thiện mô hình tổ chức quản lý trong các loại hình hạ tầng thương mại nông thôn đồng thời với việc nâng cao trình độ và tính chuyên nghiệp cho đội ngũ lao động quản lý và kinh doanh.

Phát triển chủ yếu các công trình thương mại quy mô vừa và nhỏ, kinh doanh tổng hợp, trong đó chợ truyền thống và cửa hàng thương mại (truyền thống, hiện đại) sẽ là các loại hình phổ biến.

4. Quy hoạch phát triển

4.1. Phân bố theo không gian

a) Mạng lưới chợ đầu mối và chợ hạng I

Phát triển hệ thống chợ đầu mối bán buôn, chợ hạng I 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 2025, số lượng chợ đầu mối và chợ hạng I toàn Vùng là 58 chợ, trong đó giữ nguyên 12 chợ; nâng cấp, mở rộng 19 chợ; xây mới trên nền chợ cũ 13 chợ; di dời xây mới 03 chợ và quy hoạch mới 11 chợ. Sau năm 2025, xem xét

đầu tư xây dựng thêm một số chợ đầu mối và chợ hạng I trên địa bàn các tỉnh, thành phố có nhu cầu.

b) Mạng lưới siêu thị và trung tâm thương mại

Số lượng siêu thị phát triển mới (cả hạng I, hạng II và hạng III) trên địa bàn các tỉnh, thành phố trong Vùng đến năm 2025 là 101 siêu thị, trong đó giai đoạn 2017 - 2020 là 69 siêu thị và giai đoạn 2021 - 2025 phát triển mới 32 siêu thị.

Tổng số trung tâm thương mại phát triển mới trên địa bàn các tỉnh, thành phố trong Vùng đến năm 2025 là 89 trung tâm, trong đó giai đoạn 2017 - 2020 là 65 trung tâm; giai đoạn 2021 - 2025 phát triển mới 25 trung tâm và xóa bỏ 01 trung tâm. Giai đoạn sau năm 2025, xem xét bổ sung thêm khoảng 5 - 7 trung tâm thương mại tại các đô thị trung tâm của một số tỉnh, thành trong Vùng có nhu cầu.

c) Mạng lưới trung tâm logistics

Quy hoạch mạng lưới trung tâm logistics cấp quốc gia và cấp vùng có lợi thế về vị trí địa lý, gần nguồn cung cấp hàng hóa như khu công nghiệp, hệ thống cảng, cửa khẩu... hoặc gần thị trường, gần khách hàng tiêu thụ. Trong đó, ưu tiên lựa chọn xác định các trung tâm logistics có lợi thế gần thị trường, gần địa bàn tiêu dùng tập trung, có sức tiêu thụ lớn và ổn định, gần các đô thị đông dân cư, thương mại phát triển, hoạt động mua bán sôi động, có mạng lưới phân phối rộng lớn và được phân bố với mật độ cao.

Đến năm 2025, đầu tư xây dựng mới 05 trung tâm logistics quy mô cấp quốc gia và cấp vùng, trong đó lấy thành phố Hồ Chí Minh làm trung tâm và phát triển lan tỏa ra các khu vực lân cận, phục vụ nhu cầu của thị trường.

d) Mạng lưới trung tâm hội chợ triển lãm

Phát triển các trung tâm hội chợ triển lãm cấp quốc tế, cấp vùng một cách hợp lý, nhằm đáp ứng nhu cầu tổ chức hội chợ, xúc tiến thương mại của các doanh nghiệp trên địa bàn. Theo đó, trong giai đoạn từ nay đến năm 2025, phát triển 06 trung tâm hội chợ triển lãm trên cơ sở nâng cấp, mở rộng 01 trung tâm và đầu tư xây dựng mới 05 trung tâm.

e) Mạng lưới kho, bãi hàng hóa

Giai đoạn 2017 - 2020: Tập trung củng cố, cải tạo (mở rộng, nâng cấp), di dời hoặc điều chỉnh công năng và mục đích sử dụng các kho bãi hiện hữu, đồng thời, xây dựng mới một số kho bãi gắn với các khu công nghiệp, bến cảng, cửa khẩu nhằm phát huy vai trò, đáp ứng kịp thời và thường xuyên nhu cầu về dịch vụ kho bãi phục vụ lưu thông hàng hóa và hoạt động xuất nhập khẩu.

Giai đoạn 2021 - 2025: Tiếp tục thực hiện di dời và xây dựng mới các kho bãi, chú trọng bổ sung các kho bãi cho đồng bộ về loại hình theo công năng và mục đích sử dụng, nhất là các kho bãi chuyên dụng, có yêu cầu riêng về kỹ thuật và công nghệ trong lưu giữ và bảo quản hàng hóa. Đồng thời, triển khai trong

thực tế quá trình tập trung hóa, hiện đại hóa và chuyên nghiệp hóa mạng lưới kho bãi tại các khu, cụm công nghiệp, hệ thống bến cảng và cửa khẩu trên địa bàn, từ đó hoàn thiện tổng thể hệ thống kho bãi, tương thích với nhu cầu của quá trình bảo quản, lưu thông hàng hóa.

f) Mạng lưới trung tâm thông tin thương mại

Xây dựng 01 Trung tâm thông tin thương mại cấp Vùng tại thành phố Hồ Chí Minh, đồng thời đầu tư phát triển các chi nhánh tại một số tỉnh, thành phố trong Vùng nhằm cung cấp những thông tin về thương mại, giá cả thị trường trong nước và quốc tế, phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp trên địa bàn. Các trung tâm này nằm trong 1 hệ thống liên kết trực tiếp, chia sẻ thông tin và sử dụng chung cơ sở dữ liệu với nhau.

4.2. Lựa chọn các dự án ưu tiên đầu tư

Danh mục các công trình thương mại trọng điểm, ưu tiên đầu tư trong giai đoạn từ nay đến năm 2020 sẽ tập trung vào các dự án có quy mô lớn, có tính lan tỏa và có ảnh hưởng quan trọng đến diện mạo phát triển thương mại của các tỉnh, thành phố trong Vùng và của cả Vùng, bao gồm:

Nâng cấp và xây dựng mới 03 chợ đầu mối và 03 chợ hạng I

Nâng cấp, hoàn thiện và xây dựng 05 trung tâm logistics cấp vùng.

Nâng cấp, hoàn thiện và xây dựng mới 06 trung tâm hội chợ triển lãm và 01 trung tâm thông tin thương mại.

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

5. Giải pháp thực hiện

5.1. Giải pháp chung

a) Giải pháp thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa của Vùng trên thị trường nội địa

- Nghiên cứu và ứng dụng các thành tựu khoa học công nghệ vào sản xuất, nhằm nâng cao chất lượng, đổi mới và hạ giá thành sản phẩm phù hợp hơn. Đây là giải pháp đầu tiên và quan trọng nhất góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp và sản phẩm hàng hoá trong Vùng, thông qua các nội dung:

+ Tăng cường đầu tư trang thiết bị, công nghệ hiện đại, nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, cải tiến mẫu mã, tùy theo điều kiện và khả năng của mình doanh nghiệp có thể thành lập bộ phận nghiên cứu sản phẩm mới hoặc thuê ngoài để luôn có phương án đưa sản phẩm mới ra thị trường.

+ Chú trọng công tác dự báo trước nhu cầu và những biến động của thị trường. Việc nghiên cứu cải tiến, nâng cấp sản phẩm cần phải đi trước một bước.

+ Chủ động về nguồn cung cấp nguyên, nhiên liệu, đặc biệt là đối với các nguyên liệu đầu vào, có thể thông qua các hệ thống đại lý cung ứng, các doanh

nghiệp vệ tinh và thông qua liên kết các nhà mua hàng để giảm chi phí đầu vào của sản xuất. Bên cạnh đó, có chính sách thu hút và đãi ngộ nguồn lao động có chất lượng cao.

- Phát triển (đầu tư) một hoặc một vài dự án hạ tầng thương mại, có quy mô lớn, cơ sở vật chất hiện đại, có sức lan tỏa rộng đảm nhiệm vai trò nòng cốt trong phát triển thương mại bán buôn, từ đó đưa ra các điều kiện ưu đãi để thu hút đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi nhất để cho các địa phương, các vùng có mối quan hệ liên kết thương mại với Vùng.

- Đầu tư thích đáng vào việc xây dựng và áp dụng các hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn trong nước và quốc tế, bảo đảm nâng cao một bước tỷ lệ hàng hóa sản xuất được công nhận đạt tiêu chuẩn quốc gia và quốc tế về chất lượng sản phẩm. Coi đây là yêu cầu bắt buộc cần có để thúc đẩy sản xuất và thương mại của Vùng phát triển nhanh và bền vững trong những năm tới.

- 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.

- Tổ chức nghiên cứu thị trường và hoạt động xúc tiến thương mại với các thị trường trọng điểm trên cả nước, như thị trường Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, Vùng kinh tế trọng điểm đồng bằng sông Cửu Long, Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung để xác định lợi thế so sánh và khả năng trao đổi hàng hóa để có hướng điều chỉnh phù hợp cơ cấu sản xuất và thương mại của Vùng.

- Phát huy tối đa vai trò của các hiệp hội ngành nghề trong liên kết sản xuất và tổ chức tiêu thụ sản phẩm hàng hóa của Vùng. Bên cạnh việc liên kết, điều tiết cung cầu của một mặt hàng cụ thể, các hiệp hội cần tập trung đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại một cách hệ thống và có quy mô nhằm quảng bá cho sản phẩm của hiệp hội; tổ chức các cuộc hội chợ, triển lãm, quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng.

b) Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Vùng

Tổ chức thực hiện tốt, 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, các 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... từ đó có hướng đầu tư phù hợp cả trong việc thúc đẩy sản xuất và tìm kiếm thị trường cho các sản phẩm, hàng hóa thuộc lĩnh vực này. Ngoài ra, cùng với việc quy hoạch các vùng sản xuất tập trung, sẽ tạo điều kiện, khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư theo chuỗi cả về vốn và công nghệ, có sự gắn kết chặt chẽ từ khâu sản xuất, thu hoạch, chế biến, bảo quản và phân phối, bảo đảm đáp

ứng các tiêu chuẩn về chất lượng và mẫu mã, phù hợp với nhu cầu của thị trường.

Có các chương trình xúc tiến thương mại tổng thể, nhất là các chương trình hỗ trợ xuất khẩu những sản phẩm có thế mạnh trong Vùng tới những thị trường có sức tiêu thụ lớn trong và ngoài nước.

Xây dựng hệ thống thông tin thị trường cấp Vùng để cung cấp cho các doanh nghiệp: Giới thiệu, phổ biến và liên tục cập nhật thông tin thị trường, đặc biệt là những thị trường truyền thống, có tính ổn định, về những cảnh báo sớm đối với một số hàng hóa nhằm phù hợp với yêu cầu của thị trường, từ đó doanh nghiệp có đủ thời gian chuẩn bị với những thay đổi hay biến động của thị trường nhập khẩu.

Tạo điều kiện hỗ trợ, giúp đỡ các doanh nghiệp trong Vùng trong các lĩnh vực như: hỗ trợ cung cấp thông tin xúc tiến thương mại, cảnh báo sớm, dự báo thị trường nhằm nâng cao năng lực tiếp cận thị trường xuất khẩu cho các doanh nghiệp; tạo điều kiện giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng tiếp cận các nguồn vốn nhằm hỗ trợ nâng cao năng lực sản xuất và xuất khẩu cho các doanh nghiệp xuất khẩu trên địa bàn.

c) Giải pháp phát triển nguồn nhân lực ngành thương mại

Thường xuyên phối hợp, liên kết với các trường đại học, cao đẳng tham gia bồi dưỡng, đào tạo, đào tạo lại đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước và các doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại, sắp xếp lại và nâng cao tiêu chuẩn tuyển chọn cán bộ quản lý Nhà nước.

Khuyến khích hoạt động của các cơ sở dạy nghề, mở rộng dạy nghề bằng nhiều hình thức thích hợp; có chính sách đào tạo nghề cho lực lượng lao động thương mại chuyển đổi từ lao động nông nghiệp; tổ chức tốt các hình thức xúc tiến, hỗ trợ và giới thiệu việc làm.

Phân loại và có kế hoạch đào tạo, đào tạo lại đội ngũ nhân lực trong ngành phù hợp với trình độ, năng lực và độ tuổi của người lao động. Khuyến khích và tạo điều kiện cho các nhà quản lý được tham quan, học tập kinh nghiệm ở các cơ sở thương mại trong nước và nước ngoài...

d) Giải pháp phát triển khoa học công nghệ

Phát huy vai trò của khoa học công nghệ vào quá trình hỗ trợ, cung cấp thông tin công nghệ cho doanh nghiệp trước khi quyết định đầu tư; làm cầu nối giữa doanh nghiệp với các cơ sở nghiên cứu như: trường đại học, viện nghiên cứu, trung tâm nghiên cứu... để triển khai ứng dụng khoa học kỹ thuật và đáp ứng nhu cầu đổi mới công nghệ cho các doanh nghiệp.

Khuyến khích các cơ sở khoa học công nghệ, các doanh nghiệp đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu, ứng dụng, đổi mới và chuyển giao công nghệ, tranh thủ tối đa việc tiếp nhận công nghệ hiện đại; tăng cường đầu tư cho nghiên cứu và ứng dụng các hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, các tiêu chuẩn kinh tế - kỹ

thuật trong sản xuất các mặt hàng có thế mạnh của Vùng, nhằm phục vụ tốt cho nhu cầu tiêu dùng và xuất khẩu... xem đây là nhân tố quan trọng, yếu tố then chốt góp phần làm tăng năng suất và hiệu quả lao động. Khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư trang thiết bị, cơ sở vật chất phục vụ hoạt động bảo quản, kiểm định chất lượng hàng hóa, đảm bảo yêu cầu, tiếp cận trình độ công nghệ thiết bị trong khu vực và quốc tế.

Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát hoạt động kinh doanh, tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng để có sản phẩm tốt đáp ứng cho người tiêu dùng. Thiết lập mạng lưới thanh toán bằng thẻ, tạo điều kiện cho thanh toán điện tử được phổ biến tại các cơ sở thương mại, đặc biệt là các cơ sở thương mại hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại...

Mở các lớp đào tạo cán bộ quản lý doanh nghiệp để nâng cao trình độ quản lý doanh nghiệp, đáp ứng yêu cầu hội nhập và cạnh tranh. Hỗ trợ tối đa cho các doanh nghiệp trong việc ứng dụng và triển khai các thành tựu khoa học công nghệ, đổi mới khoa học công nghệ trong sản xuất, kinh doanh.

e) Giải pháp phát triển hệ thống thông tin hỗ trợ hoạt động thương mại

Phát triển công nghệ thông tin chung của 8 tỉnh, thành phố trong Vùng: Xây dựng và khai thác hiệu quả công nghệ thông tin chung, bao gồm các thông tin xúc tiến thương mại, đầu tư, hội chợ triển lãm... của Vùng, trên cơ sở cập nhật và liên kết với thông tin của các địa phương trong Vùng, có cơ chế phối hợp để cung cấp thông tin một cách hiệu quả, tạo điều kiện cho doanh nghiệp và người dân có thể tìm kiếm, tra cứu một cách thuận tiện nhất, với những thông tin chính thống và đa dạng.

Các tỉnh, thành phố trong Vùng dành một phần kinh phí trong ngân sách để đầu tư cho lĩnh vực thông tin thương mại phục vụ cho việc tổ chức các hội chợ triển lãm, xúc tiến thương mại, giúp các doanh nghiệp trong Vùng có thể tiếp cận được thị trường khác trong và ngoài nước, cung cấp thông tin và các dịch vụ tư vấn về thị trường, chất lượng và giá cả các sản phẩm đối với các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh...

Đầu tư phát triển một (hoặc một vài) công trình hạ tầng thông tin thương mại hiện đại, chuyên nghiệp, tầm quốc tế. Đồng thời, có chính sách ưu đãi, tạo điều kiện thuận lợi để thu hút các doanh nghiệp trong và ngoài Vùng, các nhà cung cấp dịch vụ thông tin vào hoạt động trên địa bàn, qua đó nâng cao hiệu quả xã hội hóa hoạt động thông tin phục vụ phát triển kinh tế tại các tỉnh, thành phố trong Vùng.

f) Giải pháp tăng cường năng lực quản lý nhà nước trong lĩnh vực thương mại

Đẩy mạnh việc thực hiện cải cách hành chính, từng bước tách dần chức năng quản lý hành chính với chức năng cung cấp dịch vụ công, giảm thiểu thời gian, chi phí tiếp cận các dịch vụ công của doanh nghiệp; phấn đấu Vùng trở thành Vùng dẫn đầu về chỉ số cải cách hành chính.

Phân định và làm rõ các quy chế phối hợp giữa các Sở, ban, ngành cấp tỉnh, đảm bảo tính thống nhất theo mục tiêu phát triển ngành thương mại của Vùng và của từng địa phương; thực hiện tốt việc phân cấp quản lý thương mại và giao quyền chủ động cho chính quyền các xã, phường, thị trấn đi đôi với công tác kiểm tra, thanh tra, giám sát, hậu kiểm đối với các doanh nghiệp theo quy định của pháp luật.

Tăng cường công tác quản lý thị trường, đảm bảo môi trường cạnh tranh bình đẳng; hạn chế và tiến tới xóa bỏ nạn hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng hóa không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

Đổi mới hệ thống tổ chức, mô hình quản lý và cơ chế chính sách để nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về thương mại; tổ chức mạng lưới thông tin và công tác dự báo thị trường là biện pháp quan trọng để giúp hoạt động thương mại có hiệu quả; từng bước hiện đại hoá lĩnh vực kinh doanh; không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của đội ngũ lao động thương mại.

Thực hiện một cách thường xuyên, liên tục kế hoạch đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý trong lĩnh vực thương mại ở các Sở, ngành, cơ quan quản lý ở các địa phương trong Vùng.

Bên cạnh đó, cần nâng cao hiệu quả công tác phối hợp trong hoạt động quản lý giữa các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại của từng địa phương và giữa các địa phương trong Vùng với nhau; tăng cường đầu tư cơ sở hạ tầng, trang thiết bị máy móc và công nghệ hiện đại; thực hiện phân công và phân cấp trách nhiệm, quyền hạn rõ ràng cho từng cấp quản lý...

g) Giải pháp liên kết phát triển thương mại giữa các tỉnh, thành phố trong Vùng và các vùng khác trong cả nước

- Liên kết phát triển thương mại giữa các tỉnh, thành phố trong Vùng

+ Các địa phương có thể liên kết trong việc cung cấp, chia sẻ thông tin thương mại, các chương trình xúc tiến thương mại, khuyến khích đầu tư, ưu đãi đầu tư,... cho các doanh nghiệp trên địa bàn. Tạo điều kiện để các doanh nghiệp cả trong Vùng có được những thông tin cần thiết trước và trong quá trình đầu tư.

+ Tập trung phát triển các công trình hạ tầng thương mại có ảnh hưởng trên phạm vi rộng, lan tỏa, có tính liên vùng như chợ đầu mối, các trung tâm logistics, trung tâm phân phối hàng tiêu dùng... Các công trình thương mại này sẽ góp phần mang hàng hóa, sản phẩm hay nguyên liệu của địa phương này sang tiêu thụ hoặc chế biến ở địa phương khác.

+ Các địa phương trong Vùng tăng cường tổ chức cũng như hỗ trợ doanh nghiệp tham dự các hội chợ, chương trình xúc tiến thương mại, giao thương giữa các tỉnh, thành phố trong vùng.

+ Tổ chức cũng như 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 Vùng. Phối hợp chặt chẽ với các địa phương khác trong việc quản lý hoạt

động vận chuyển, kinh doanh gia súc gia cầm; đào tạo lao động nghề thủ công, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế khu vực nông thôn...

+ Chú trọng công tác liên kết với lực lượng quản lý thị trường các tỉnh, thành phố trong và ngoài Vùng. Các thông tin, vướng mắc phát sinh, biến động giá cả trên thị trường thường xuyên được lực lượng quản lý thị trường trao đổi, học hỏi lẫn nhau, qua đó giúp phối hợp chặt chẽ trong việc thực thi công vụ, kiểm tra, kiểm soát thị trường, nhất là các tuyến quốc lộ, địa bàn giáp ranh... ngăn chặn có hiệu quả các hành vi buôn lậu, gian lận thương mại.

- Liên kết với các vùng khác trong cả nước

+ Trong mối quan hệ thương mại giữa các tỉnh, thành phố trong Vùng với các địa phương khác, trước hết tập trung vào việc cung ứng các hàng hoá là những sản phẩm đặc thù và có lợi thế phát triển của từng địa phương. Việc phát huy tốt lợi thế này sẽ góp phần thúc đẩy sản xuất và nâng cao tính cạnh tranh của Vùng.

+ Phát triển các liên kết giữa các thương nhân trong Vùng với các doanh nghiệp sản xuất bên ngoài theo từng ngành hàng, từng loại sản phẩm, phát triển các liên kết theo chiều ngang giữa các doanh nghiệp thương mại trong và ngoài Vùng, nhằm đẩy mạnh quá trình tập trung hoá nguồn lực và mạng lưới kinh doanh hình thành các chuỗi cung ứng, hệ thống phân phối chuyên nghiệp, hiện đại.

+ Tổ chức nghiên cứu thị trường và hoạt động xúc tiến thương mại với các thị trường trọng điểm để xác định lợi thế so sánh và khả năng giao lưu thương mại để có hướng điều chỉnh phù hợp cơ cấu sản xuất và thương mại của Vùng. Tạo điều kiện để các doanh nghiệp trong Vùng có thể tiếp cận được thị trường trong và ngoài nước, cung cấp thông tin và các dịch vụ về thị trường, chất lượng và giá cả các sản phẩm đối với các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh trên địa bàn.

+ Khuyến khích các địa phương trong Vùng chủ động trong việc tiến hành trao đổi, ký kết các thoả thuận cấp tỉnh với các địa phương khác về mua bán sản phẩm hàng hoá, có thể là cung ứng hàng hoá và nhận tiêu thụ lại một phần sản phẩm hoặc những cam kết xây dựng quan hệ bạn hàng ổn định, lâu dài và đảm bảo chữ tín trong kinh doanh. Giai đoạn trước mắt, cần đẩy mạnh mối liên kết này trong việc đẩy mạnh cung ứng hàng nông sản, rau quả với số lượng lớn.

5.2. Giải pháp về phát triển kết cấu hạ tầng thương mại của Vùng

a) Giải pháp về đất đai

Các tỉnh, thành phố trong Vùng dành quỹ đất hợp lý cho đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, công bố kịp thời và công khai khung giá thuê đất cho từng khu vực tạo điều kiện cho các nhà đầu tư lựa chọn.

Các tỉnh, thành phố lập quy hoạch sử dụng đất một cách thống nhất và cụ thể cho từng loại hình kết cấu hạ tầng thương mại, cũng như hỗ trợ các nhà đầu

tư trong việc tiếp cận với các địa điểm mặt bằng đã được quy hoạch để phát triển kết cấu hạ tầng thương mại.

Đầu tư phát triển hạ tầng về giao thông, hạ tầng xử lý chất thải, cấp thoát nước... theo quy hoạch nhằm thu hút và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp có năng lực tham gia đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn.

Xem xét áp dụng chính sách ưu đãi về đất theo 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. Trong đó, đặc biệt chú ý đối với các kết cấu hạ tầng thương mại thuộc danh mục ưu đãi đầu tư ở khu vực nông thôn.

b) Giải pháp về vốn

- *Giải pháp huy động vốn đầu tư từ ngân sách:*

+ Nguồn vốn từ ngân sách Trung ương: Theo quy định tại Nghị định số 114/2009/NĐ-CP ngày 23 tháng 12 năm 2009 của Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14 tháng 01 năm 2003, ngân sách trung ương sẽ hỗ trợ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng (mức hỗ trợ tùy theo quy mô của từng dự án) đối với các chợ đầu mối, chợ trung tâm huyện và hỗ trợ đầu tư xây dựng các chợ biên giới, chợ dân sinh trên địa bàn các huyện có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn và đặc biệt khó khăn trong Danh mục được nêu tại Phụ lục II ban hành kèm theo Nghị định số 108/2006/NĐ-CP ngày 22 tháng 9 năm 2006 của Chính phủ (nay được thay thế bằng Nghị định số 118/2015/NĐ-CP ngày 12 tháng 11 năm 2015 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đầu tư).

+ Nguồn vốn từ ngân sách địa phương: Hỗ trợ đầu tư xây dựng chợ đầu mối nông sản, chợ hạng I và hạng III ở khu vực nông thôn (theo Nghị định số 114/2009/NĐ-CP nêu trên). Đồng thời, Ủy ban nhân dân các tỉnh xem xét bố trí vốn cho đầu tư xây dựng mới, nâng cấp cải tạo chợ nông thôn từ nguồn vốn xây dựng nông thôn mới đã được quy định tại Quyết định số 1600/QĐ-TTg ngày 16 tháng 8 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016 - 2020.

- *Giải pháp huy động vốn đầu tư từ nguồn xã hội hóa:*

+ Đối với các doanh nghiệp trong nước: Đây là nguồn vốn chủ yếu để phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn Vùng trong thời gian tới, bao gồm vốn của doanh nghiệp nhà nước (gồm cả doanh nghiệp đã cổ phần hóa), các doanh nghiệp thành lập theo Luật Doanh nghiệp; các Liên hiệp hợp tác xã, hợp tác xã thành lập theo Luật Hợp tác xã; các hộ kinh doanh... Nguồn vốn của các doanh nghiệp quy mô lớn, các hợp tác xã tập trung phát triển hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại, chợ đầu mối, chợ hạng I, trung tâm bán buôn... Nguồn vốn của các hợp tác xã và doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa, hộ kinh doanh chủ yếu đầu tư phát triển các chợ hạng II, hạng III.

+ Đối với các doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI): nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài chủ yếu tập trung vào phát triển kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại như trung tâm thương mại, siêu thị, trung tâm logistics... minh bạch và đơn giản hóa thủ tục hành chính trong quá trình kêu gọi đầu tư.

Đa dạng hóa các hình thức tạo vốn như: đổi đất lấy cơ sở hạ tầng (bao gồm cả hạ tầng giao thông, đường đi trong khu vực xây dựng công trình); cho thuê đất xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại; dùng mặt bằng thay vốn đầu tư trong hợp tác, liên doanh, liên kết; kết hợp vốn ngân sách và vốn góp của dân; tranh thủ vốn đầu tư của Trung ương và một số tỉnh, thành phố khác thông qua các loại hình hợp tác; áp dụng hình thức sở hữu đa dạng để thu hút vốn đầu tư của các thành phần kinh tế khác kể cả vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài...

c) Giải pháp về tín dụng

Khuyến khích các tổ chức tín dụng tham gia đầu tư cùng với các doanh nghiệp đầu tư, hoặc đảm bảo tín dụng đầu tư vào hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại. Tạo điều kiện cho các hình thức liên doanh, liên kết đầu tư giữa chủ thể đầu tư và tổ chức tín dụng.

Tạo 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 bình đẳng, nhanh chóng, đảm bảo nguồn vốn để tiến hành dự án đầu tư được cấp phép như những doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh khác.

Hỗ trợ doanh nghiệp thông qua các ưu đãi về tín dụng như: Nới lỏng thời hạn cho vay đối với các dự án kết cấu hạ tầng thương mại có tổng vốn đầu tư lớn hoặc các dự án không có điều kiện thu hồi vốn nhanh, đồng thời ấn định thời hạn vay phù hợp với giá trị nguồn vốn cho vay để đảm bảo tính chủ động cũng như tạo động lực cho các chủ đầu tư triển khai nhanh dự án nhằm rút ngắn thời gian thu hồi vốn và trả nợ đúng hạn.

Đối với hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại tại khu vực nông thôn, xem xét áp dụng Nghị định số 55/2015/NĐ-CP ngày 25 tháng 7 năm 2015 của Chính phủ về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn, trong đó đặc biệt là đầu tư phát triển mạng lưới chợ nông thôn.

d) Giải pháp về thuế

Xem xét, giảm các loại thuế, phí cho các doanh nghiệp đầu tư, kinh doanh đầu tư xây dựng các công trình thương mại tại các địa bàn khó khăn, đặc biệt đối với chợ (bao gồm cả nâng cấp, cải tạo, mở rộng quy mô của các loại hình và cấp độ chợ) theo nguyên tắc: mức giảm thuế, phí phụ thuộc vào mức độ khó khăn về kinh tế - xã hội của địa bàn đầu tư, nhằm khuyến khích và thu hút các nhà đầu tư.

Đối với các doanh nghiệp đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại khác, áp dụng phương thức kinh doanh hiện đại, công nghệ quản lý tiên tiến, tạo điều kiện giúp doanh nghiệp được hưởng một số chính sách ưu đãi về thuế như:

giãn nợ có thời hạn khi doanh nghiệp sử dụng lợi nhuận sau thuế để tái đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng, mở rộng quy mô kinh doanh.

e) Một số chính sách hỗ trợ sản xuất và tiêu thụ sản phẩm

Vận dụng Nghị định số 55/2015/NĐ-CP ngày 09 tháng 6 năm 2015 về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn và Thông tư số 10/2015/TT-NHNN ngày 22 tháng 7 năm 2015 của Ngân hàng Nhà nước về hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 55/2015/NĐ-CP, theo đó đối với các dự án đầu tư vào khu vực nông thôn việc cơ cấu lại thời hạn nợ, cho vay mới; hồ sơ, trình tự thủ tục khoan nợ, xóa nợ; tỷ lệ khấu trừ tối đa đối với tài sản bảo đảm của khoản cho vay nông nghiệp, nông thôn theo Nghị định số 55/2015/NĐ-CP.

Các tỉnh, thành phố trong Vùng cần xây dựng quỹ hỗ trợ doanh nghiệp phát triển sản phẩm mới ở mức tương đương với tỷ lệ ngân sách Nhà nước hàng năm dành cho nghiên cứu khoa học, khoảng từ 1- 2% GRDP của tỉnh. Trong đó, tập trung hỗ trợ chủ yếu cho các doanh nghiệp phát triển các sản phẩm mới, vật nuôi cây trồng có giá trị kinh tế cao, các sản phẩm chế biến từ nguyên liệu có sẵn và các sản phẩm chế biến khác.

Đẩy mạnh tăng cường quan hệ hợp tác giữa chính quyền địa phương với các cơ sở nghiên cứu khoa học trong và ngoài nước. Tìm kiếm các nguồn công nghệ mới, trước mắt là công nghệ sinh học và công nghệ chế biến các sản phẩm nông nghiệp để giới thiệu cho các cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn. Tìm kiếm các chương trình dự án trong và ngoài nước hỗ trợ cho lĩnh vực sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp.

Khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong việc tìm kiếm cơ hội; nghiên cứu thị trường, xây dựng cơ sở dữ liệu các mặt hàng quan trọng, dữ liệu các thị trường trọng điểm; tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm trong nước và quốc tế; nghiên cứu phát triển hệ thống phân phối, cơ sở hạ tầng thương mại và các hoạt động xúc tiến thương mại khác... thông qua việc hỗ trợ một phần kinh phí cho doanh nghiệp. Mức hỗ trợ theo Điều 12 của “Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện chương trình xúc tiến thương mại quốc gia” ban hành kèm theo Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15 tháng 11 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện chương trình xúc tiến thương mại quốc gia.

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 nội dung chủ yếu sau đây:

Chỉ đạo, hướng dẫn các tỉnh trong Vùng 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 2025.

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.

Phối hợp với các tỉnh trong Vùng 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, thành phố trực thuộc Trung ương (gọi chung là Ủy ban nhân dân tỉnh) trong Vùng chỉ đạo Sở Công Thương chủ trì, phối hợp với các cơ quan có liên quan thực hiện các nhiệm vụ chủ yếu sau đây:

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 các nội dung có liên quan, nếu chưa phù hợp với quy định của Quyết định này phải tiến hành điều chỉnh, trình Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.

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.

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, thành phố. 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 các tỉnh trao đổi và thống nhất với Bộ Công Thương.

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.

Xây dựng và 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.

Định kỳ hàng năm, báo cáo Bộ Công Thương và Ủy ban nhân dân tỉnh về 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 kinh tế trọng điểm phía Nam chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 4;
- 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, Sở Công Thương các tỉnh, thành phố: Hồ Chí Minh, Bình Dương, Bình Phước, Tây Ninh, Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu, Tiền Giang, Long An;
- Bộ Công Thương: Các Thứ trưởng, Cổng thông tin điện tử, các Vụ, Cục, Tổng cục, đơn vị trực thuộc;
- Lưu: VT, TTTN (6b).



Trần Tuấn Anh

Phụ lục:**DANH MỤC CÁC DỰ ÁN ƯU TIÊN ĐẦU TƯ**

(Kèm theo Quyết định số: 1022/QĐ-BCT ngày 24 tháng 3 năm 2017
của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

TT	Tên công trình	Địa chỉ	Quy mô /hạng	Nhu cầu sử dụng đất	Tính chất đầu tư
I Chợ					
1	Chợ Đâu mới trái cây	Cụm xã Xuân Lộc-Long Khánh, huyện Cẩm Mỹ, Đồng Nai	ĐM	03 ha	Xây dựng mới
2	Chợ Đâu mới trái cây	Phường 6, thành phố Mỹ Tho, Tiền Giang	ĐM	1,5 ha	Xây dựng mới
3	Chợ Đâu mới rau quả	Thị xã Dĩ An, tỉnh Bình Dương	ĐM	10 ha	Xây dựng mới
4	Chợ Tân Biên	Khu Phố 2, thị trấn Tân Biên, H. Tân Biên, Tây Ninh	I	0,65 ha	Xây dựng mới
5	Chợ Gò Dầu	Thị trấn Gò Dầu, H. Gò Dầu, Tây Ninh	I	0,42 ha	Xây dựng mới
6	Chợ Kiến Tường	Phường 1, thị xã Kiến Tường, Long An	I	0,36 ha	Xây dựng mới
II Trung tâm logistics					
1	TT logistics cấp vùng	Khu vực phía Bắc thành phố Hồ Chí Minh	II	40-50 ha (giai đoạn 1) và 70 ha (giai đoạn 2)	Xây dựng mới
2	TT logistics cấp vùng	Khu vực phía Nam thành phố Hồ Chí Minh	II	40-50 ha (giai đoạn 1) và 70 ha (giai đoạn 2)	Xây dựng mới
3	TT logistics cấp vùng	Khu vực phía Đông thành phố Hồ Chí Minh	I	60-70 ha (giai đoạn 1) và trên 100 ha (giai đoạn 2)	Xây dựng mới
4	TT logistics cấp vùng	Khu vực phía Tây thành phố Hồ Chí Minh	II	20 ha (giai đoạn 1) và trên 50 ha (giai đoạn 2)	Xây dựng mới
5	TT logistics hàng không	Gắn kết với Cảng hàng không quốc tế Tân Sơn Nhất - Long Thành	Chuyên dụng	3-4 ha (giai đoạn 1) và 7-8 ha (giai đoạn 2)	Xây dựng mới

III Trung tâm Hội chợ triển lãm					
1	TT HCTL Sài Gòn SECC	Thành phố Hồ Chí Minh			Nâng cấp, mở rộng
2	TF HCTL quốc tế	Thuộc tiểu vùng kinh tế Đông Tây, thành phố Hồ Chí Minh		70 ha	Xây dựng mới
3	TT HCTL cấp vùng	Thành phố Hồ Chí Minh		2 - 3 ha	Xây dựng mới
4	TT HCTL cấp vùng	Thị xã Đồng Xoài, tỉnh Bình Phước		2 - 3 ha	Xây dựng mới
5	TT HCTL cấp vùng	Thành phố Tây Ninh, tỉnh Tây Ninh		2 - 3 ha	Xây dựng mới
6	TT HCTL quốc tế	Thành phố mới Bình Dương, tỉnh Bình Dương		25 ha	Xây dựng mới
IV Trung tâm thông tin thương mại					
1	Trung tâm thông tin thương mại	Thành phố Hồ Chí Minh		1.000 m ²	Xây dựng mới