

QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt “Quy hoạch phát triển thương mại Vùng kinh tế trọng điểm
vùng đồng bằng sông Cửu Long 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 về việc lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội và Nghị định số 04/2008/NĐ-CP ngày 11 tháng 01 năm 2008 của Chính phủ về việc sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định số 92/2006/NĐ-CP;

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

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1. Phê duyệt “Quy hoạch phát triển thương mại Vùng kinh tế trọng điểm vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” với những nội dung chủ yếu như sau:

I. QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN

1. Phát triển thương mại Vùng kinh tế trọng điểm vùng đồng bằng sông Cửu Long gồm thành phố Cần Thơ và các tỉnh An Giang, Kiên Giang, Cà Mau (sau đây gọi là Vùng) dựa trên cơ sở khai thác và phát huy lợi thế so sánh, huy động tối đa mọi nguồn lực của xã hội, trước hết và chủ yếu là thông qua chính sách khuyến khích tích tụ và tập trung nguồn lực của doanh nghiệp để phát triển nhanh, bền vững; tạo sự đột phá và làm nòng cốt thúc đẩy phát triển thương mại.

2. Phát triển thương mại Vùng theo hướng đa dạng về loại hình thương nhân, tổ chức và phương thức kinh doanh. Thúc đẩy quá trình 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.

3. Phát triển thương mại của Vùng gắn với bảo vệ môi trường sinh thái, chống biến đổi khí hậu, giữ vững ổn định chính trị và bảo đảm an sinh xã hội.

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 các 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 các tỉnh, thành phố trong Vùng với thị trường bên ngoài.

2. Mục tiêu cụ thể

Tốc độ tăng trưởng GDP ngành thương mại của Vùng tăng bình quân 17,1%/năm giai đoạn 2013 - 2020 và 14,0% giai đoạn 2021 – 2030.

Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Vùng giai đoạn 2013 - 2020 tăng bình quân 13,5%/năm và 12,0% giai đoạn 2021 – 2030.

Tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của Vùng đến năm 2020 tăng bình quân 15,5%/năm và 13,0% trong giai đoạn 2021 – 2030. Phấn đấu đưa tỷ trọng bán lẻ của các loại hình bán lẻ hiện đại trong tổng mức bán lẻ đạt khoảng 30 - 35% vào năm 2020.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

1. Từng bước hiện đại hoá kết cấu hạ tầng thương mại theo hướng khuyến khích đầu tư phát triển các loại hình thương mại hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại, trung tâm logistics... Tiếp tục củng cố, đầu tư phát triển mạng lưới bán buôn, bán lẻ hiện có trên địa bàn. Xây dựng hệ thống kho chứa và bảo quản nông, thủy sản. Phát triển mạng lưới trung tâm thông tin thương mại.

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

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

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

5. 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 tứ, thị trấn. Tổ chức tốt thị trường nông thôn nhằm tạo thuận lợi cho nông dân bán nông sản, mua vật tư cho sản xuất và hàng hoá cho tiêu dùng.

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

1. Thị trường hàng công nghiệp tiêu dùng

a) Ở khu vực thành thị:

Hình thành cấu trúc cân đối, hợp lý giữa các khu thương mại - dịch vụ ở trung tâm các tỉnh, thành phố và các thị xã trong Vùng để hình thành mạng lưới các khu thương mại - dịch vụ của từng tỉnh, thành; trong đó, hạt nhân là các loại hình như trung tâm thương mại, siêu thị, chợ hạng I, chợ hạng II.

Khuyến khích việc phát triển các doanh nghiệp kinh doanh theo mô hình chuỗi.

Điều chỉnh, sắp xếp và nâng cấp mạng lưới thương mại truyền thống thông qua việc khống chế quy mô và số lượng của loại hình này ở từng khu vực.

Cải tạo đường phố thương mại để cùng với chợ truyền thống trở thành hạt nhân ở các khu thương mại - dịch vụ, đảm bảo các yêu cầu văn minh, hiện đại và mang bản sắc văn hoá kinh doanh truyền thống.

Phát triển mạng lưới kinh doanh hàng vật liệu xây dựng, đồ dùng gia đình, đồ điện gia dụng, cung ứng thực phẩm theo hướng phát triển kinh doanh chuỗi, quy mô vừa và tổng hợp.

Phát triển phương thức bán hàng hiện đại và từng bước áp dụng thương mại điện tử.

b) Ở khu vực nông thôn:

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

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

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

Phát triển thị trường nông thôn gắn với việc tổ chức tốt mạng lưới chợ cụm xã và các khu thương mại - dịch vụ tại các trung tâm dân cư, vừa đảm bảo kinh doanh và phục vụ hàng hoá tiêu dùng, vừa kết hợp hoạt động thương mại với giao lưu văn hoá của nhân dân.

2. Thị trường hàng tư liệu sản xuất

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

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

Khuyến khích và hỗ trợ giao dịch giữa các hệ thống theo mạng.

3. Thị trường hàng nông sản

Khuyến khích và hỗ trợ các trung tâm thương mại, siêu thị, chuỗi cửa hàng thực phẩm ở thành thị mua hàng trực tiếp của các cơ sở sản xuất ở địa bàn nông thôn.

Khuyến khích phát triển phương thức mua bán hàng nông sản thông qua hợp đồng giữa thương nhân và nông dân.

Phát triển mạng lưới các chợ bán buôn nông sản hiện đại theo hướng mua bán chuyên nghiệp, gắn kết doanh nghiệp quản lý và kinh doanh chợ với các nhà sản xuất nông sản.

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

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

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

1. Mạng lưới chợ đầu mối nông sản và chợ hạng I

a) Đến năm 2020, có 13 chợ đầu mối nông sản trên địa bàn Vùng, trong đó có 4 chợ đầu mối nông sản tổng hợp, 3 chợ đầu mối lúa gạo, 2 chợ đầu mối rau quả và 5 chợ đầu mối thủy sản,

b) Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng có 23 chợ bán buôn, bán lẻ tổng hợp hạng I; trong đó có 6 chợ giữ nguyên, cải tạo, nâng cấp 5 chợ và xây mới 12 chợ.

c) Đến năm 2020, tổng số chợ biên giới, chợ cửa khẩu trên địa bàn là 21 chợ, trong đó có 6 chợ cửa khẩu và 15 chợ biên giới.

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

2. Mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị

a) Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng sẽ có 37 trung tâm thương mại; trong đó có 4 trung tâm thương mại hạng I, 10 trung tâm thương mại hạng II và 23 trung tâm thương mại hạng III.

b) Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng sẽ có 52 siêu thị, trong đó có 4 siêu thị hạng I, 15 siêu thị hạng II và 33 siêu thị hạng III.

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

3. Mạng lưới trung tâm hội chợ triển lãm

Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng sẽ có 4 trung tâm hội chợ triển lãm, trong đó trung tâm hội chợ triển lãm quốc tế tại thành phố Cần Thơ có quy mô cấp Vùng và 3 trung tâm hội chợ triển lãm cấp tỉnh.

4. Mạng lưới trung tâm logistics

a) Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng sẽ có 4 trung tâm logistics, trong đó trung tâm logistics tại thành phố Cần Thơ có quy mô cấp Vùng và 3 trung tâm logistics cấp tỉnh.

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

5. Mạng lưới kho hàng công

Đến năm 2020, trên địa bàn Vùng sẽ có 4 kho hàng công, trong đó kho hàng công tại thành phố Cần Thơ có quy mô cấp Vùng.

6. Mạng lưới trung tâm thông tin thương mại

Đến năm 2020, hình thành Trung tâm thông tin thương mại của Vùng tại thành phố Cần Thơ và 3 chi nhánh tại 3 tỉnh: An Giang, Kiên Giang và Cà Mau.

VI. NHU CẦU SỬ DỤNG ĐẤT

Nhu cầu sử dụng đất phát triển kết cấu hạ tầng thương mại chủ yếu đến năm 2020 là 1.757.070 m², trong đó:

1. Nhu cầu đối với mạng lưới chợ là 940.502 m², bằng 53,53% tổng nhu cầu sử dụng đất;

2. Nhu cầu đối với mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị là 454.068 m², bằng 25,84% tổng nhu cầu sử dụng đất;

3. Nhu cầu đối với các trung tâm hội chợ triển lãm, trung tâm logistics và kho hàng công là 362.500 m², bằng 20,63% tổng nhu cầu sử dụng đất.

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

VIII. GIẢI PHÁP TỔNG THỂ VỀ CÁC VẤN ĐỀ MÔI TRƯỜNG

1. Giải pháp kỹ thuật:

- Đảm bảo các tiêu chuẩn của Việt Nam về thiết kế chợ, siêu thị, trung tâm thương mại,...

- Nghiên cứu, lựa chọn các phương án thiết kế xây dựng các công trình thương mại phù hợp với yêu cầu bảo vệ môi trường và có khả năng ứng phó tốt với biến đổi khí hậu do nước biển dâng;

- Nghiên cứu, ban hành và áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật đối với hệ thống thu gom, xử lý chất thải trong các công trình thương mại;

- Khuyến khích các chủ đầu tư áp dụng các công nghệ mới, công nghệ hiện đại trong việc thu gom, xử lý chất thải;

- Xây dựng phương án và đầu tư năng lực ứng cứu sự cố môi trường, nhất là đối với các cơ sở kinh doanh các mặt hàng có nguy cơ ô nhiễm môi trường và cháy, nổ cao.

2. Giải pháp về quản lý:

- Đối với các cơ quan quản lý nhà nước: nâng cao năng lực thẩm định về tác động môi trường của dự án thương mại; quy định về phân công trách nhiệm, phối hợp quản lý giữa các ban, ngành, tổ chức trong việc chỉ đạo, giám sát các hoạt động bảo vệ môi trường và tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật về môi trường.

- Đối với các doanh nghiệp thương mại: cán bộ lãnh đạo doanh nghiệp phải chịu trách nhiệm về hoạt động bảo vệ môi trường; xây dựng kế hoạch bảo vệ môi trường hàng năm; thực hiện các giải pháp giảm thiểu chất thải,...

- Đối với các tổ chức xã hội, nhân dân: tuyên truyền nâng cao nhận thức về trách nhiệm bảo vệ môi trường; khuyến khích người bán và người mua sử dụng bao gói thân thiện với môi trường.

IX. GIẢI PHÁP VÀ CHÍNH SÁCH CHỦ YẾU

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

Ưu tiên cho việc thiết lập các mối liên kết giữa thị trường Vùng với thị trường các vùng, các tỉnh khác dựa trên hệ thống giao thông đường bộ, đường sông, đường thủy và đường hàng không nhằm nâng cao vị thế kinh tế - thương mại của Vùng trên thị trường trong nước. Cùng cố vai trò đầu tàu của Vùng đối với cả Vùng đồng bằng sông Cửu Long trong việc duy trì và mở rộng các mối liên kết với các tỉnh phụ cận cũng như các tỉnh và địa phương khác trong cả nước để tăng thêm nguồn lực cho phát triển thương mại và hạn chế rủi ro khi có biến động lớn ở thị trường trong nước. Do vậy, cần tập trung thực hiện một số biện pháp sau:

a) Tổ chức nghiên cứu thị trường và hoạt động xúc tiến thương mại với các thị trường trọng điểm, thị trường các tỉnh lân cận để xác định lợi thế so sánh và khả năng liên kết trong thương mại, trên cơ sở đó có hướng điều chỉnh phù hợp cơ cấu sản xuất và thương mại của Vùng.

b) Lựa chọn một số dự án phát triển kết cấu hạ tầng thương mại có vai trò tạo ra động lực trong phát triển thương mại của Vùng, từ đó có các chính sách khuyến khích ưu đãi để thu hút các nguồn vốn đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi cho các địa phương có mối quan hệ liên kết thương mại với Vùng.

c) Tiến hành trao đổi, ký kết các thoả thuận cấp Vùng với các vùng hoặc địa phương khác về mua bán sản phẩm hàng hoá cụ thể, như cung ứng các sản phẩm có thế mạnh của Vùng là nông sản, thủy sản, trái cây và tiêu thụ các hàng hóa mà thị trường của Vùng có nhu cầu.

2. Giải pháp, chính sách phát triển xuất khẩu

a) Trên cơ sở quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội và các quy hoạch phát triển ngành khác, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành trong Vùng có kế hoạch thu hút vốn đầu tư vào những khu, cụm công nghiệp, khu sản xuất, chế biến, để tăng nguồn hàng cho xuất khẩu.

b) Triển khai thực hiện tốt các nội dung định hướng, giải pháp và chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hoá thời kỳ 2011 – 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (theo Quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28 tháng 12 năm 2011 của Thủ tướng Chính phủ).

c) Đổi mới chính sách hỗ trợ phát triển xuất khẩu; tận dụng các thoả thuận ưu đãi về xuất nhập khẩu hàng hoá mà Việt Nam đã ký kết với các nước và các tổ chức trên thế giới.

d) Các Sở Công Thương: thành phố Cần Thơ, tỉnh An Giang, Kiên Giang, Cà Mau phối hợp trong việc: giới thiệu doanh nghiệp và tìm kiếm bạn hàng thông qua tổ chức các đoàn doanh nghiệp trong nước giao thương với bạn hàng nước ngoài và ngược lại; thường xuyên giới thiệu và cung cấp thông tin thị trường trong nước và nước ngoài cho doanh nghiệp; tổ chức, hướng dẫn doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm thương mại.

đ) Xây dựng hệ thống thông tin thương mại để cung cấp cho các doanh nghiệp xuất khẩu.

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

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

b) Đào tạo, bồi dưỡng nhân lực: có chính sách hỗ trợ về bồi dưỡng mở rộng kiến thức, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp cho người lao động phù hợp với cơ chế thị trường. Mở các lớp bồi dưỡng nhằm phổ biến cơ chế chính sách và pháp luật về thương mại cho các cán bộ quản lý nhà nước và thương nhân. Khuyến khích, tạo điều kiện cho các nhà quản lý doanh nghiệp được tham quan, học tập kinh nghiệm ở các cơ sở trong nước và nước ngoài...; có kế hoạch và biện pháp cụ thể trong việc đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu của hội nhập thương mại khu vực và quốc tế.

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

a) Thúc đẩy việc áp dụng kỹ thuật quản lý kinh doanh hiện đại, nâng cao khả năng áp dụng các phương thức kinh doanh hiện đại.

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

5. Giải pháp, chính sách phát triển thị trường trong nước, đặc biệt là phát triển thương mại vùng sâu, vùng xa

a) Tập trung đầu tư nâng cấp mạng lưới thương mại nông thôn; thu hút vốn đầu tư vào thương mại nông thôn, đặc biệt là ở vùng sâu, vùng xa, vùng có điều kiện kinh tế khó khăn bằng các chính sách hỗ trợ đầu tư.

b) Nhân rộng các mô hình thí điểm tiêu thụ nông sản và cung ứng vật tư nông nghiệp trên cơ sở hoàn thiện mô hình hoạt động có hiệu quả tại An Giang và một số tỉnh thuộc Vùng đồng bằng sông Cửu Long theo Quyết định 23/QĐ-TTg ngày 06 tháng 01 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010-2015 và định hướng đến năm 2020.

c) Khuyến khích mở rộng các hình thức dịch vụ về vốn cho người sản xuất, đặc biệt khuyến khích các doanh nghiệp giải quyết vốn cho dân dưới hình thức ứng vốn trước cho người sản xuất và thu hồi lại bằng sản phẩm.

d) Hỗ trợ kinh phí để tổ chức các chuyến hàng lưu động đưa hàng hoá phục vụ nhân dân ở vùng sâu, vùng xa; đẩy mạnh chương trình đưa hàng Việt về nông thôn nhằm góp phần thực hiện tốt cuộc vận động của Bộ Chính trị: “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

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

a) Xây dựng và tổ chức thực hiện có hiệu quả các chiến lược, chương trình, quy hoạch, kế hoạch, pháp luật, cơ chế, chính sách phát triển mạng lưới kết cấu hạ tầng thương mại như: chợ, trung tâm thương mại, siêu thị,... và các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại khác.

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

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

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

đ) Khuyến khích chuyển đổi mô hình tổ chức quản lý chợ theo loại hình doanh nghiệp hoặc HTX chợ theo các phương thức sau: (1) Phương thức giao quyền khai thác kinh doanh chợ cho một doanh nghiệp nhà nước; (2) Phương thức đấu thầu: bằng cách tổ chức đấu thầu để lựa chọn đơn vị có phương án khai thác, kinh doanh hiệu quả nhất; (3) Phương thức lập công ty cổ phần kinh doanh chợ: số vốn của Nhà nước đã đầu tư xây dựng chợ giao cho ban quản lý sử dụng để tham gia vào cổ phần của công ty; (4) Phương thức giải thể ban quản lý chợ và thành lập doanh nghiệp mới: Mô hình quản lý có thể là công ty cổ phần, công ty TNHH, công ty tư nhân hoặc Hợp tác xã.

e) Hàng năm, bố trí ngân sách bảo đảm việc nâng cấp cơ sở vật chất - kỹ thuật, xây dựng đội ngũ giáo viên và nội dung, chương trình đào tạo, bồi dưỡng về phát triển và quản lý hoạt động thương mại cho hệ thống các trường dạy nghề, cao đẳng trực thuộc Bộ Công Thương. Mở rộng hình thức đào tạo, đào tạo

lại và bồi dưỡng kiến thức cho đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước về thương mại tại các địa phương.

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

Khi xây dựng các công trình thương mại, cần chú ý đến cao độ của khu vực xây dựng để tránh ngập lụt khi nước biển dâng.

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

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

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

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

Hỗ trợ đầu tư các chợ biên giới, chợ dân sinh ở vùng sâu, vùng xa, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn.

Trong tổng số nguồn ngân sách Trung ương hỗ trợ các địa phương hàng năm, Ủy ban nhân dân thành phố Cần Thơ và các tỉnh An Giang, Kiên Giang, Cà Mau cần dành một phần để hỗ trợ đầu tư phát triển chợ trên địa bàn.

b) Nguồn vốn phát triển mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị, kho hàng công, trung tâm thông tin thương mại, trung tâm hội chợ triển lãm huy động từ các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế, Nhà nước có thể hỗ trợ giải phóng mặt bằng.

9. Giải pháp, chính sách khuyến khích, ưu đãi để thu hút các chủ thể tham gia đầu tư kết cấu hạ tầng thương mại

Căn cứ các chính sách quy định tại Nghị định số 108/2006/NĐ-CP ngày 22 tháng 9 năm 2006 của Chính phủ Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đầu tư, Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 04 tháng 6 năm 2010 về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp nông thôn, Quyết định số 23/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt đề án “Phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010 – 2015 và định hướng đến năm 2020” và Quyết định số 482/QĐ-TTg ngày 11 tháng 4 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ ban hành cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển kinh tế đối ngoại vùng biên giới Việt Nam - Lào và Việt Nam - Campuchia, Ủy ban

nhân dân thành phố Cần Thơ và các tỉnh An Giang, Kiên Giang, Cà Mau cụ thể hoá thành các chính sách của địa phương (nhất là các chính sách về đất đai, thuế, tín dụng,...) để việc khuyến khích các thành phần kinh tế, các tổ chức, cá nhân bỏ vốn đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn; trong đó ưu tiên cho các dự án có quy mô cấp Vùng.

Vận động các chủ thể sản xuất, kinh doanh trong chợ (nhất là các hộ kinh doanh) góp vốn với chính quyền địa phương để cải tạo, nâng cấp chợ theo quy hoạch.

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 thực hiện quy hoạch này, trong đó tập trung vào những công việc chủ yếu sau đây:

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

b) Chỉ đạo, hướng dẫn Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố 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 2020.

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

d) Phối hợp với các tỉnh, thành phố 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 có trách nhiệm phối hợp với Bộ Công Thương triển khai thực hiện các giải pháp, chính sách trong quy hoạch này.

2. Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trong Vùng:

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 các tỉnh, thành phố trong Vùng 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 định hướng và quy hoạch quy định tại Quyết định này và danh mục các dự án kết cấu hạ tầng thương mại ưu tiên đầu tư đến năm 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 dự án kết cấu hạ tầng thương mại 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, thành phố trong Vùng cần trao đổi và thống nhất với Bộ Công Thương.

d) Tham mưu cho ủy ban nhân tỉnh, thành 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 ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.

đ) Xây dựng, trình ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trong Vùng 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 các tỉnh, thành phố trong Vùng tình hình và kết quả thực hiện Quyết định này.

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

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

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng (để b/c);
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ (để b/c);
- Văn phòng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- UBND các tỉnh: An Giang, Kiên Giang, Cà Mau và thành phố Cần Thơ;
- Bộ Công Thương: các Thứ trưởng và Vụ, Cục, Tổng cục thuộc Bộ;
- Viện Nghiên cứu Thương mại;
- Website Bộ Công Thương;
- Lưu: VT, TTTN (4).



Vũ Huy Hoàng

Phụ lục:

DANH MỤC DỰ ÁN ƯU TIÊN ĐẦU TƯ ĐẾN NĂM 2015

(Kèm theo Quyết định số **5078** /QĐ-BCT ngày 22 tháng 7 năm 2013
của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

TT	Danh mục đầu tư	Tỉnh/thành phố	Diện tích (ha)
1.	04 chợ đầu mối nông sản tổng hợp	Thành phố Cần Thơ, An Giang, Kiên Giang, Cà Mau	220
2.	03 chợ đầu mối lúa gạo	Thành phố Cần Thơ, An Giang, Kiên Giang	321
3.	02 chợ đầu mối rau quả	Tỉnh An Giang	30
4.	05 chợ đầu mối thủy sản	Thành phố Cần Thơ, An Giang, Kiên Giang, Cà Mau	77
5.	17 chợ hạng I	Thành phố Cần Thơ, An Giang, Kiên Giang, Cà Mau	193
6.	21 chợ biên giới, chợ cửa khẩu	An Giang và Kiên Giang	42
7.	Trung tâm Logistics cấp Vùng	Thành phố Cần Thơ	50
8.	Trung tâm Thông tin thương mại	Thành phố Cần Thơ	0,1
9.	04 kho hàng công	Thành phố Cần Thơ, An Giang, Kiên Giang, Cà Mau	140
10.	02 trung tâm hội chợ triển lãm	Kiên Giang, An Giang	40
Tổng số			1.113,1