

Số: 1284/QĐ-UBND

Đồng Nai, ngày 07 tháng 5 năm 2014

QUYẾT ĐỊNH

**Về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Đồng Nai
giai đoạn 2011 - 2020 và định hướng đến năm 2025**

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH ĐỒNG NAI

Căn cứ Luật Tổ chức HĐND và UBND ngày 26/11/2003;

Căn cứ Nghị định số 92/2006/NĐ-CP ngày 07/09/2006 của Chính phủ về việc 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 11/01/2008 của Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 92/2006/NĐ-CP ngày 07/9/2006 của Chính phủ;

Căn cứ Quyết định số 73/2008/QĐ-TTg ngày 04/6/2008 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Đồng Nai đến năm 2020;

Căn cứ Quyết định số 252/QĐ-TTg ngày 13/02/2014 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng kinh tế trọng điểm phía Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2030;

Căn cứ Quyết định số 3098/QĐ-BCT ngày 24/06/2011 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020 và định hướng đến 2030;

Căn cứ Quyết định số 9762/QĐ-BCT ngày 20/12/2013 của Bộ trưởng Bộ Công thương về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển thương mại Vùng Đông Nam Bộ đến năm 2020, định hướng đến năm 2030;

Xét đề nghị của Giám đốc Sở Công Thương tại Tờ trình số 778/TTr- SCT ngày 31/3/2014 về việc đề nghị phê duyệt Quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Đồng Nai giai đoạn 2011 - 2020 và định hướng đến năm 2025,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Đồng Nai giai đoạn 2011 - 2020 và định hướng đến năm 2025 với những nội dung chủ yếu như sau:

I. QUAN ĐIỂM VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN

1. Quan điểm phát triển

a) Thu hút mọi tiềm năng, nguồn lực của các thành phần kinh tế, đặc biệt là thành phần kinh tế ngoài nhà nước, kinh tế nước ngoài để phát triển toàn diện hoạt động thương mại nội địa và thương mại quốc tế.

b) Phát triển thương mại theo hướng đa dạng về loại hình thương nhân, 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.

c) 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 tham gia thị trường.

d) Phát triển hài hòa, đồng bộ, hiện đại hóa cơ sở vật chất kỹ thuật để thực hiện các hoạt động thương mại, các khâu trong quá trình phát triển thương mại.

đ) Khuyến khích tích tụ và tập trung nguồn lực của doanh nghiệp để tạo sự đột phá trong phát triển thương mại; tạo động lực cho các nhà phân phối tham gia ổn định giá cả thị trường, bảo vệ môi trường sinh thái, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng.

e) Phát triển ngành thương mại trên cơ sở nâng cao vai trò và hiệu quả quản lý Nhà nước đối với hoạt động thương mại trên địa bàn, nâng cao trình độ và tính chuyên nghiệp cho đội ngũ lao động, xây dựng ngành thương mại văn minh, hiện đại.

2. Mục tiêu phát triển

a) Mục tiêu tổng quát

- Phát triển mạnh thương mại nội địa đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú, đa dạng của sản xuất và tiêu dùng, đảm bảo cho thị trường phát triển lành mạnh, ổn định; chú trọng phát triển hệ thống phân phối nguyên vật liệu phục vụ cho sản xuất công nghiệp, nông nghiệp và hàng tiêu dùng cuối cùng; xây dựng và phát triển các loại hình hạ tầng thương mại phù hợp trên cơ sở tiêu chuẩn hoá, tổ chức hoá, tránh lãng phí đầu tư; kết hợp các loại hình thương mại truyền thống và thương mại hiện đại, phù hợp với từng địa bàn: Đô thị, nông thôn, vùng sâu, vùng xa. Đồng Nai sẽ trở thành đầu mối trung chuyển hàng hóa giữa khu vực tam giác Nam Trung Bộ - Đông Nam Bộ - Nam Tây Nguyên.

- Phát triển thương mại nông thôn ngày càng vững mạnh, theo hướng văn minh, hiện đại với sự tham gia của các thành phần kinh tế và sự đa dạng của các loại hình tổ chức phân phối, các hoạt động dịch vụ và phương thức kinh doanh; góp phần định hướng và thúc đẩy sản xuất nông nghiệp phát triển; đáp ứng đủ, kịp thời nhu cầu sản xuất, tiêu dùng ở địa bàn nông thôn, trên cơ sở đó góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn, xóa đói giảm nghèo, tạo tiền đề để chủ động hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế thành công ở địa bàn nông thôn.

- Đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả hoạt động thương mại quốc tế, đặc biệt là xuất khẩu; phát triển các dịch vụ hỗ trợ buôn bán quốc tế, trở thành trung tâm đầu mối xuất nhập khẩu hàng hoá của vùng, liên vùng. Đồng Nai sẽ trở thành trung tâm đầu mối giao lưu thương mại, dịch vụ logistics xuất nhập khẩu hàng hóa trong nội địa ở khu vực Đông Nam Bộ phía Đông Bắc thành phố Hồ Chí Minh; là trung tâm thương mại, dịch vụ hậu cần sau cảng của các cụm cảng Đồng Nai, cụm cảng Cái Mép - Vũng Tàu và cụm cảng Sài Gòn ở khu vực Đông Nam Bộ phía Đông Nam thành phố Hồ Chí Minh.

- Xây dựng đội ngũ thương nhân trong tỉnh ngày càng lớn mạnh, tham gia tích cực vào quá trình phát triển nhanh thị trường trong và ngoài nước. Phát triển nhanh các doanh nghiệp xuất - nhập khẩu, doanh nghiệp phân phối lớn có phạm vi hoạt động rộng với nhiều phương thức và hình thức tổ chức kinh doanh đa dạng phù hợp.

b) Mục tiêu cụ thể

- Mục tiêu chủ yếu về phát triển thương mại nội địa đến năm 2020:

+ Tốc độ tăng trưởng GDP của ngành thương mại cao hơn tốc độ tăng trưởng GDP của nền kinh tế, bình quân đạt 16%/năm thời kỳ 2016 - 2020 (tính theo giá so sánh năm 2010);

+ Đóng góp của ngành thương mại vào GDP của tỉnh đạt 12% vào năm 2015 và 16% vào năm 2020. Giá trị tăng thêm ngành thương mại vào năm 2015 và 2020 lần lượt là 13.380 tỷ đồng và 28.105 tỷ đồng (tính theo giá thực tế).

+ Tổng mức bán lẻ hàng hoá đến năm 2015 và 2020 lần lượt là 155.260 tỷ đồng và 419.620 tỷ đồng (tính theo giá thực tế). Tốc độ tăng bình quân đạt 22%/năm (chưa loại bỏ yếu tố trượt giá) thời kỳ 2016 - 2020.

+ Tỷ trọng mức bán lẻ hàng hoá theo loại hình thương mại hiện đại đạt 40% vào năm 2015 và 50% vào năm 2020.

+ Góp phần tích cực giải quyết việc làm cho lao động dư thừa từ khu vực nông nghiệp, nông thôn do quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế tạo ra. Tốc độ tăng lao động trong ngành thương mại đạt bình quân 5 - 8%/năm thời kỳ 2016 - 2020.

- Mục tiêu chủ yếu về phát triển thương mại quốc tế đến năm 2020:

+ Kim ngạch xuất khẩu đạt 15 tỷ USD vào năm 2015, đạt 24,2 tỷ USD vào năm 2020; bình quân tăng 10%/năm trong thời kỳ 2016 - 2020.

+ Kim ngạch nhập khẩu đạt 16 tỷ USD vào 2015, đạt 24,5 tỷ USD vào 2020; bình quân tăng 10%/năm trong thời kỳ 2016 - 2020.

- Định hướng đến năm 2025:

+ Tốc độ tăng trưởng GDP của ngành thương mại bình quân tăng 17%/năm thời kỳ 2021 - 2025 (tính theo giá so sánh năm 2010);

+ Đóng góp của ngành thương mại vào GDP của tỉnh đạt 18% vào năm 2025 (tính theo giá thực tế).

+ Tổng mức bán lẻ hàng hoá tăng bình quân 24%/năm (chưa loại bỏ yếu tố trượt giá) thời kỳ 2021 - 2025.

+ Tốc độ tăng bình quân về xuất khẩu đạt 10,5%/năm, nhập khẩu đạt 10,5%/năm thời kỳ 2021 - 2025.

II. QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐẾN NĂM 2020 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2025

1. Định hướng phát triển không gian thương mại

a) Khu vực thành thị

- Tại các đô thị lớn như: Biên Hòa, Long Khánh, Nhơn Trạch, Long Thành:

Phát triển đa dạng các hình thức bán buôn, bán lẻ, xuất nhập khẩu, trong đó phát triển nhanh các loại hình thương mại hiện đại, hình thành các khu đô thị thương mại - dịch vụ, khu hậu cần phân phối, trung chuyển hàng hóa, cung cấp dịch vụ phụ trợ.

- Tại các thị trấn, trung tâm xã: Hình thành khu thương mại - dịch vụ tập trung ở thị trấn hoặc ở các cụm xã có sản xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp phát triển, tập trung đông dân cư. Các loại hình tổ chức thương mại cần phát triển bao gồm:

+ Trung tâm thương mại (trung tâm mua sắm).

+ Siêu thị tổng hợp (hạng II hoặc hạng III).

+ Chợ tổng hợp (hạng II) có chức năng bán lẻ hàng hoá tiêu dùng cho dân cư trong khu vực, phục vụ nhu cầu trao đổi nông sản, hàng tiểu thủ công nghiệp của người sản xuất và bán buôn hàng hoá cho tư thương ở các chợ xã và các cửa hàng nhỏ lẻ trong huyện.

+ Các loại hình cửa hàng hiện đại và truyền thống bao gồm: Cửa hàng bách hóa, cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng dịch vụ ăn uống và dịch vụ sửa chữa nhỏ.

b) Khu vực nông thôn

- Mạng lưới chợ dân sinh tiếp tục là loại hình tổ chức thương mại chủ yếu ở khu vực nông thôn. Bên cạnh đó là mạng lưới kinh doanh của các hộ cá thể, kể cả hộ nông dân vừa sản xuất vừa kinh doanh.

- Mạng lưới kinh doanh của các hợp tác xã thương mại với quy mô nhỏ và vừa ở các xã, cụm xã với hoạt động chủ yếu là cung ứng các dịch vụ phục vụ sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của xã viên hợp tác xã, kinh tế hộ, kinh tế trang trại và sinh hoạt của dân cư.

2. Định hướng phát triển các kênh lưu thông hàng hóa

a) Đối với hàng công nghiệp tiêu dùng

- Khu vực thành thị:

+ Hình thành và phát triển các kênh phân phối hàng hóa chuyên nghiệp (bán buôn, bán lẻ), áp dụng quy trình và công nghệ kinh doanh tiên tiến, phát triển phương thức kinh doanh chuỗi hay các hình thức đại lý hoặc nhượng quyền thương mại.

+ Phát triển các loại hình hạ tầng thương mại hiện đại, thu hút các thương hiệu hàng hóa mạnh, các nhà phân phối lớn đầu tư xây dựng mạng lưới kinh doanh tại các đô thị, trung tâm công nghiệp, đầu mối giao thương lớn của tỉnh như: Biên Hòa, Long Khánh, Long Thành, Nhơn Trạch...

+ Phát triển các khu thương mại - dịch vụ ở thành phố, thị xã, thị trấn, ở các khu dân cư để hình thành mạng lưới khu thương mại - dịch vụ trên địa bàn tỉnh.

- Khu vực nông thôn:

+ Căn cứ nhu cầu, thị hiếu và mức thu nhập của cư dân nông thôn, thiết lập mạng lưới kinh doanh tiêu dùng với quy mô và phương thức hoạt động phù hợp

từng địa bàn; phát triển các chợ kinh doanh tổng hợp, hệ thống đại lý, cửa hàng thương nghiệp tại các trung tâm cụm xã. Đồng thời, khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã thương mại và hộ kinh doanh phát triển hệ thống cửa hàng kinh doanh, phân phối hàng công nghiệp tiêu dùng ở thị trường nông thôn.

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

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

b) Đối với nguyên vật liệu sản xuất

- Củng cố, phát triển hệ thống đại lý, cơ sở kinh doanh, các doanh nghiệp bán buôn nguyên vật liệu quy mô lớn. Phát triển các trung tâm giao dịch bán buôn nguyên vật liệu cho các ngành sản xuất.

- Đối với vật tư nông nghiệp: Phát triển mạng lưới kinh doanh theo hướng củng cố, hoàn thiện hệ thống phân phối, hệ thống đại lý, cơ sở kinh doanh.

- Triển khai xây dựng thí điểm mô hình cung ứng vật tư phục vụ sản xuất nông nghiệp như phân bón, thuốc bảo vệ thực vật... theo hướng gắn với các “Mô hình thí điểm tiêu thụ nông sản” (bao gồm mô hình doanh nghiệp - hợp tác xã - hộ nông dân ở vùng sản xuất hàng hóa tập trung và mô hình doanh nghiệp - hộ kinh doanh - hộ nông dân ở vùng sản xuất phân tán. Khuyến khích các doanh nghiệp ứng trước vật tư nông nghiệp cho nông dân.

c) Đối với hàng nông sản

- Phát triển kênh phân phối trực tiếp hàng nông sản; xây dựng chuỗi liên kết kinh tế giữa hộ nông dân với cơ sở chế biến, hoặc giữa cơ sở sản xuất, chế biến với doanh nghiệp thương mại, liên kết doanh nghiệp thương mại với hộ nông dân và với cơ sở chế biến.

- Khuyến khích mua bán qua hợp đồng giữa nông dân, thương nhân và khách hàng có nhu cầu tiêu thụ lớn, ổn định.

3. Định hướng phát triển kinh doanh xuất - nhập khẩu

a) Định hướng xuất khẩu

- Xác định phát triển xuất khẩu các mặt hàng phù hợp với xu hướng thay đổi của thị trường thế giới và lợi thế của tỉnh là khâu đột phá trong phát triển xuất khẩu của tỉnh.

- Duy trì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sản phẩm chủ lực có lợi thế cạnh tranh như các mặt hàng công nghiệp thiết bị điện tử, viễn thông, phụ tùng, máy móc phương tiện vận tải, thiết bị y tế, máy điều hoà, tủ lạnh, máy giặt, hàng may mặc, giày dép, thực phẩm chế biến, sản phẩm gỗ và một số mặt hàng nông sản là thế mạnh của Đồng Nai: Cà phê, cao su, hạt điều, hồ tiêu... Đồng thời, chú trọng chuyển dịch cơ cấu hàng hoá xuất khẩu theo hướng gia tăng các sản phẩm, chế biến sâu, có giá trị gia tăng cao.

b) Định hướng nhập khẩu

Chú trọng nhập khẩu thiết bị, máy móc và nguyên vật liệu ở những thị trường có triển vọng tăng trưởng xuất khẩu các sản phẩm của tỉnh, của vùng để thông qua nhập khẩu tìm kiếm cơ hội cho xuất khẩu; tập trung vào nhập khẩu nguyên liệu sản xuất mà thị trường nội địa chưa đáp ứng được; nhập khẩu máy móc, thiết bị nhằm đổi mới, chuyển giao công nghệ để nâng cao trình độ sản xuất đáp ứng được yêu cầu công nghệ tiết kiệm năng lượng và thân thiện với môi trường.

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

a) Thành phần kinh tế nhà nước

Doanh nghiệp thương mại nhà nước hoặc có vốn của nhà nước thực hiện vai trò nòng cốt trong tổ chức mạng lưới phân phối đối với một số ngành hàng quan trọng và đặc thù, tập trung vào những lĩnh vực hoặc địa bàn mà các thành phần kinh tế khác không có điều kiện đầu tư, phát triển.

b) Thành phần kinh tế tập thể

Nòng cốt là các hợp tác xã thương mại – dịch vụ. Hợp tác xã thương mại cần liên kết chặt chẽ với các cơ sở sản xuất, hộ nông dân để tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, đồng thời cung cấp vật tư cho sản xuất công nghiệp; tham gia vào hệ thống đại lý bán buôn, bán lẻ hàng hoá để phục vụ tốt nhu cầu sản xuất và tiêu dùng.

c) Thành phần kinh tế tư nhân

Hỗ trợ thương mại tư nhân thực hiện tích tụ và tập trung vốn; khuyến khích các hộ kinh doanh lớn phát triển thành các công ty thương mại có phạm vi hoạt động rộng, áp dụng phương thức kinh doanh hiện đại, nâng cao khả năng cạnh tranh để trở thành lực lượng chính trong ngành thương mại của tỉnh.

d) Thành phần kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài

Khuyến khích đầu tư vào loại hình dịch vụ phân phối chất lượng cao, quy mô lớn như đại siêu thị, trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, chợ bán buôn nông sản... Phát triển hình thức liên kết giữa các công ty phân phối nước ngoài với các nhà cung ứng hàng hoá trong nước.

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

a) Hạ tầng thương mại bán buôn

Hạ tầng bán buôn chủ yếu trên địa bàn tỉnh đến năm 2020 bao gồm: Chợ đầu mối; sàn giao dịch hàng hóa; kho đầu mối.

- Chợ đầu mối nông sản gồm 04 chợ: Chợ đầu mối nông sản cụm Tân Phú, Định Quán, Thống Nhất, đặt tại huyện Định Quán; chợ đầu mối nông sản - trái cây cụm Xuân Lộc, Long Khánh, Cẩm Mỹ, đặt tại thị xã Long Khánh; chợ đầu mối rau quả Biên Hòa trên cơ sở phát triển chợ đêm Tân Biên, TP. Biên Hòa; chợ đầu mối nông sản tổng hợp thị trấn Long Thành, huyện Long Thành.

- Kho đầu mối: Tổng kho trung chuyển Miền Đông; kho xăng dầu đầu mối; kho đầu mối nông sản và các loại hàng hóa khác.

- Sàn giao dịch hàng hoá: Sàn thức ăn gia súc và hàng nông sản tại huyện

Tân Phú; sàn giao dịch thức ăn gia súc và hàng nông sản Gia Tân 2 tại xã Gia Tân 2, huyện Thống Nhất; sàn giao dịch thức ăn gia súc tại TP. Biên Hòa.

b) Hạ tầng thương mại bán lẻ

Đến năm 2020 trên địa bàn tỉnh sẽ có 195 chợ dân sinh các loại (08 chợ hạng I, 35 chợ hạng II và 152 chợ hạng III); có 54 siêu thị các loại; có 11 khu thương mại - dịch vụ tập trung ở 02 huyện có tốc độ đô thị nhanh là huyện Trảng Bom (04 khu) và huyện Nhơn Trạch (07 khu); 34 trung tâm thương mại các loại, 350 cửa hàng xăng dầu, 981 cửa hàng LPG.

III. NHU CẦU VỐN ĐẦU TƯ

Tổng nhu cầu vốn đầu tư cho ngành thương mại trong 8 năm 2013 - 2020 là 47.315 tỷ đồng, trong đó giai đoạn 05 năm 2016 - 2020 là 36.810 tỷ đồng (tính theo giá so sánh năm 2010). Nguồn vốn để phát triển kinh doanh và xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại chủ yếu là từ vốn vay và vốn huy động từ các thành phần kinh tế trong và ngoài nước.

IV. DANH MỤC CÁC CHƯƠNG TRÌNH, ĐỀ ÁN, DỰ ÁN HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐẾN NĂM 2020

(Danh mục đính kèm Phụ lục).

V. CÁC GIẢI PHÁP CHỦ YẾU THỰC HIỆN QUY HOẠCH

1. Giải pháp tạo nguồn vốn đầu tư phát triển hạ tầng thương mại

a) Đến năm 2015, tập trung hình thành danh mục các dự án hạ tầng TM cần ưu tiên đầu tư cho giai đoạn đến năm 2020, và công khai trên các phương tiện thông tin đại chúng để mời gọi, thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài tỉnh quan tâm đầu tư xây dựng các hạ tầng thiết yếu như chợ, siêu thị và các công trình hạ tầng liên quan.

b) Giai đoạn đến năm 2020, chú trọng thực hiện xã hội hóa việc xây dựng mới, cải tạo, nâng cấp các chợ ở địa phương với phương châm nhà nước và nhân dân cùng làm trên cơ sở tự nguyện và cùng có lợi.

c) Trong từng giai đoạn, cần 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 tỉnh, từ đó có các chính sách khuyến khích ưu đãi để thu hút các nguồn vốn đầu tư.

d) Định kỳ tổ chức xúc tiến đầu tư cùng với chính sách ưu đãi, thông thoáng để thu hút nguồn vốn nước ngoài đầu tư vào ngành thương mại.

2. Giải pháp phát triển thị trường nội địa để tiêu thụ sản phẩm đầu ra

Giai đoạn đến năm 2020, định hướng đến năm 2025, tỉnh cần ưu tiên nguồn lực để thực hiện các giải pháp phát triển thị trường nội địa chủ yếu sau:

a) Với khu vực nông thôn:

+ Hỗ trợ doanh nghiệp (cả doanh nghiệp sản xuất và doanh nghiệp thương mại) trên địa bàn tỉnh mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm đầu ra đến các tỉnh, thành trong nước; tăng cường thực hiện các hoạt động xúc tiến chương trình “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” thông qua các phiên chợ hàng Việt phục vụ công nhân, nông dân và hội chợ triển lãm hàng Việt Nam chất lượng cao; hội chợ mua sắm cuối năm hoặc hỗ trợ kinh phí để tổ chức các

chuyển hàng lưu động đưa hàng hóa phục vụ nhân dân ở vùng sâu, vùng xa nhằm đẩy mạnh chương trình đưa hàng Việt về khu vực nông thôn.

+ Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng thông qua việc hỗ trợ kinh phí cho doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất- kinh doanh, hộ nông dân, trang trại tham gia vào Chương trình xúc tiến thương mại; vận động doanh nghiệp tổ chức các hoạt động khuyến mại, giảm giá, bán hàng Việt chất lượng cao với giá cả phù hợp ở nông thôn.

b) Với khu vực thành thị:

Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng thông qua việc vận động doanh nghiệp tổ chức các hoạt động khuyến mại, giảm giá, bán hàng Việt chất lượng cao với giá cả phù hợp ở các thành phố, thị xã, thị trấn trên địa bàn tỉnh.

Tỉnh thực hiện hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất- kinh doanh, hộ nông dân, trang trại tham gia vào Chương trình xúc tiến thương mại về phát triển mặt hàng theo định hướng và theo thị trường mục tiêu được lựa chọn hàng năm.

c) Với khu vực tập trung công nhân:

Khuyến khích, vận động các doanh nghiệp tổ chức các hoạt động khuyến mại, giảm giá, bán hàng Việt chất lượng cao với giá cả phù hợp ở khu tập trung công nhân các khu công nghiệp, các nông trường cao su.

Tỉnh thực hiện hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất- kinh doanh, hộ nông dân, trang trại tham gia vào Chương trình xúc tiến thương mại ở các khu vực tập trung công nhân.

Ngoài các giải pháp riêng cho từng thị trường, giai đoạn đến năm 2020, tỉnh cần tiếp tục triển khai đến các doanh nghiệp, địa phương bản đồ mạng lưới các điểm phân phối trên địa bàn tỉnh Đồng Nai, nhằm cung cấp thông tin, hỗ trợ doanh nghiệp phát triển mạng lưới phân phối, kết nối các điểm phân phối với các chợ truyền thống. Phối hợp các địa phương phát triển hệ thống bán hàng bình ổn giá. Tăng tần suất các chuyến bán hàng về nông thôn, về khu vực tập trung công nhân.

3. Giải pháp phát triển thương mại nông sản trên địa bàn tỉnh

a) xây dựng chuỗi giá trị cho từng ngành hàng nông sản chủ lực

Để phát triển bền vững thương mại nông sản đến năm 2020, định hướng đến năm 2025, tỉnh cần tiến hành xây dựng chuỗi giá trị cho từng ngành hàng nông sản chủ lực trên địa bàn tỉnh. Chuỗi giá trị của nông sản hình thành trên liên kết giữa 3 công đoạn: sản xuất; thu mua, sơ chế/chế biến, bảo quản và cuối cùng là thương mại/tiêu thụ. Để nâng cao chuỗi giá trị nông sản cần đồng bộ 4 giải pháp sau:

Thứ nhất, giải pháp về thị trường: Cụ thể cần thay đổi tư duy từ sản xuất theo khả năng sang sản xuất theo nhu cầu thị trường. Do vậy, kiến nghị Chính phủ hỗ trợ việc xác định thị trường chiến lược cho cho từng ngành hàng và ký các cam kết quốc gia để đảm bảo rủi ro thấp nhất. Hệ thống thông tin và dự báo, phân tích thị trường, tiêu chuẩn chất lượng cần được cập nhật, xây dựng cơ sở

dữ liệu cho từng chủng loại sản phẩm và từng thị trường cụ thể.

Thứ hai, giải pháp về xây dựng và phát triển thương hiệu: Tỉnh cần có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, hỗ trợ các hiệp hội xây dựng thương hiệu thông qua:

- + Quy hoạch và xây dựng vùng chuyên canh sản xuất hàng hóa;
- + Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn sản phẩm hoặc hài hòa tiêu chuẩn quốc tế;
- + Quảng bá thương hiệu trên các phương tiện truyền thông;
- + Huy động tối đa sự tham gia của các hãng vận tải để sử dụng và giới thiệu sản phẩm;
- + Hỗ trợ tham gia xúc tiến thương mại, hội chợ triển lãm.

Thứ ba, giải pháp về hỗ trợ doanh nghiệp: Doanh nghiệp hiện nay rất dẫn đầu khi tham gia đầu tư vào nông nghiệp, nhất là công đoạn sản xuất mà chủ yếu tham gia vào các khâu thu gom, sơ chế hay tiêu thụ. Chính vì vậy, các doanh nghiệp chưa quan tâm đến toàn chuỗi sản xuất. Do vậy, tỉnh cần cụ thể hóa các chính sách của Chính phủ hoặc chủ động đề xuất với Chính phủ để hỗ trợ tích tụ đất đai, thuế, vốn vay, bảo hiểm rủi ro, đào tạo nguồn lực... Tạo điều kiện để nông dân góp quyền sử dụng đất vào doanh nghiệp như mua cổ phiếu để nông dân yên tâm giao đất.

Thứ tư, giải pháp về hỗ trợ xây dựng hiệp hội ngành hàng: Nông dân, thậm chí doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp đều có quy mô nhỏ, vốn ít, do vậy khả năng vươn ra thị trường trực tiếp là khó khăn. Do vậy, tỉnh cần hỗ trợ để hình thành nhóm sở thích, hiệp hội theo từng ngành hàng cụ thể, cũng nhằm khắc phục tình trạng tự cạnh tranh nhau làm tổn hại uy tín quốc gia và gây tổn thất cho người sản xuất.

b) Nghiên cứu triển khai, vận dụng chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn theo Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 của Thủ tướng Chính phủ.

4. Giải pháp phát triển xuất, nhập khẩu

a) Đối với thị trường xuất khẩu:

Giai đoạn đến năm 2015: tập trung cải cách thủ tục hành chính nhằm hỗ trợ tốt nhất cho các doanh nghiệp xuất khẩu, cho hoạt động xuất khẩu, nhất là hiện đại hóa công tác nghiệp vụ hải quan.

Giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2025: tiếp tục rà soát, cải cách thủ tục hành chính cho hoạt động xuất khẩu; đồng thời, hướng đến mục tiêu nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp, nâng cao vai trò của hiệp hội ngành hàng. Tổ chức hội nghị, hội thảo giới thiệu đến các doanh nghiệp các hiệp định thương mại song phương, đa phương đã ký kết để doanh nghiệp tranh thủ cơ hội, khai thác các ưu đãi nhằm mở mới, mở rộng thị trường xuất khẩu. Chủ động tham gia các chương trình hợp tác, liên kết giữa các tỉnh, thành phố giữa các vùng, miền nhằm tạo nguồn sản phẩm cho xuất khẩu.

b) Đối với nhập khẩu: Thường xuyên rà soát cơ cấu hàng nhập khẩu, có biện pháp để điều chỉnh cơ cấu nhập khẩu theo hướng ngày càng giảm hàng

nhập khẩu là sản phẩm tiêu dùng; vận động các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân ưu tiên sử dụng nguyên vật liệu, hàng hóa trong nước đã sản xuất được.

5. Giải pháp đẩy mạnh xúc tiến thương mại

a) Về phía nhà nước:

- Tăng cường nguồn lực cho cơ quan xúc tiến thương mại; tăng cường nguồn kinh phí cho hoạt động xúc tiến thương mại, tranh thủ nguồn kinh phí hỗ trợ từ các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia và phân đóng góp của các doanh nghiệp trong tỉnh.

- Tăng cường phối hợp giữa hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến du lịch và xúc tiến đầu tư. Thiết lập mối quan hệ mật thiết với các cơ quan xúc tiến thương mại Trung ương, tỉnh thành khác để tranh thủ sự hỗ trợ, đồng thời học tập kinh nghiệm và mở ra các cơ hội hợp tác trong lĩnh vực xúc tiến thương mại.

b) Về phía doanh nghiệp:

- Cân đối dành kinh phí cho hoạt động xúc tiến thương mại, có bước chuẩn bị chu đáo trước khi tham gia các chương trình xúc tiến thương mại, tận dụng tối đa mọi cơ hội mà cơ quan xúc tiến thương mại nhà nước dành cho các doanh nghiệp.

- Chú trọng đào tạo nguồn nhân lực có trình độ quản lý, thông thạo ngoại ngữ.

6. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực

Để phát triển nguồn nhân lực trên địa bàn đến năm 2020, định hướng đến năm 2025, tỉnh cần tập trung:

a) Đào tạo, bồi dưỡng nhân lực cho ngành thương mại

- Đào tạo, bồi dưỡng nhân lực gắn với nhu cầu sử dụng lao động của các cơ quan quản lý và cơ sở kinh doanh thương mại, đáp ứng yêu cầu phát triển ngành thương mại của tỉnh, thích ứng với hội nhập kinh tế quốc tế.

- Tranh thủ nguồn vốn trong và ngoài nước để hỗ trợ đào tạo cho các doanh nghiệp, phân bổ hợp lý và sử dụng có hiệu quả nguồn kinh phí từ ngân sách nhà nước, đồng thời tìm kiếm nguồn tài trợ từ các tổ chức khu vực và quốc tế.

b) Sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực

- Đảm bảo tính ổn định cho các cán bộ phụ trách lĩnh vực thương mại trong cơ quan quản lý các cấp để có đủ thời gian tích lũy kiến thức cơ bản và thực tế, đủ năng lực thực hiện công việc chuyên môn một cách tự chủ, hiệu quả.

- Nghiên cứu ban hành quy chế ưu đãi đặc biệt để thu hút những sinh viên, nghiên cứu sinh giỏi của các cơ sở đào tạo có uy tín trong và ngoài nước vào làm việc trong các cơ quan quản lý nhà nước ngành thương mại Đồng Nai.

7. Giải pháp về liên kết, hợp tác trong nước và quốc tế

a) Nâng cao hiệu quả liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh với nông dân trong việc tiêu thụ sản phẩm đảm bảo lợi ích hài hòa giữa sản xuất và kinh doanh.

b) Tỉnh chủ động thực hiện liên kết với các tỉnh, thành trong vùng Đông Nam bộ trên các lĩnh vực: Liên kết hoạt động xuất nhập khẩu để sử dụng hiệu₁₀

quả hệ thống hạ tầng phục vụ xuất nhập khẩu; liên kết thương mại nội địa để tăng cường sự hợp tác giữa doanh nghiệp trong cùng lĩnh vực phân phối bán lẻ và giữa các doanh nghiệp sản xuất với doanh nghiệp bán lẻ trong vùng để tạo nguồn hàng ổn định; liên kết dịch vụ logistics.

c) Liên kết với các tỉnh trong cả nước để phát triển mạng lưới bán buôn, bán lẻ tới địa bàn tỉnh; hình thành mạng lưới phân phối hiệu quả, giảm chi phí; thu hút nguồn lao động thương mại, nguồn vốn đầu tư, công nghệ, quy trình kinh doanh tiên tiến từ các thị trường trung tâm.... Trong đó, chú trọng đến việc khai thác thế mạnh về lao động, vốn, công nghệ kinh doanh từ thị trường TP Hồ Chí Minh.

d) Liên kết, hợp tác quốc tế: Trên cơ sở xác định các sản phẩm có lợi thế so sánh và xác định thị trường mục tiêu trung, dài hạn để định hướng phát triển các liên kết song phương hoặc đa phương với các đối tác nước ngoài.

8. Giải pháp về quản lý nhà nước

a) Tổ chức quản lý Nhà nước

- Tăng cường năng lực quản lý trên các nội dung: Quản lý quy hoạch, chương trình, kế hoạch phát triển ngành thương mại của tỉnh; phối hợp liên ngành để thích ứng với những điều kiện của kinh tế thị trường.

- Từng bước tách dần chức năng quản lý hành chính với chức năng cung cấp dịch vụ công; phân định và làm rõ các quy chế phối hợp giữa các sở, ban, ngành, các cấp chính quyền đảm bảo tính thống nhất theo mục tiêu phát triển ngành thương mại của tỉnh và tạo môi trường kinh doanh thuận lợi và cạnh tranh công bằng cho các doanh nghiệp thương mại; thực hiện tốt việc phân cấp quản lý thương mại và giao quyền chủ động cho chính quyền các xã, phường, thị trấn của tỉnh đi đôi với công tác kiểm tra, thanh tra, giám sát, hậu kiểm đối với các doanh nghiệp theo quy định của pháp luật.

b) Nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý thị trường

- Tăng cường kiểm tra tình hình thực hiện quy định của pháp luật về bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường, phòng chống dịch bệnh, niêm yết giá và bán đúng giá niêm yết của các cơ sở kinh doanh; đồng thời xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm.

- Nâng cao chất lượng và hiệu quả của công tác chống gian lận thương mại, các hành vi vi phạm pháp luật về thương mại khác; hạn chế tiến tới ngăn chặn được hoạt động buôn bán hàng giả, hàng không bảo đảm tiêu chuẩn chất lượng đang xảy ra tràn lan trên thị trường.

Điều 2. Tổ chức thực hiện

1. Sở Công Thương là cơ quan đầu mối phối hợp với các sở, ban, ngành, các huyện, thị xã, thành phố triển khai thực hiện Quy hoạch này.

2. Các sở, ban, ngành chức năng liên quan có trách nhiệm phối hợp, hỗ trợ Sở Công Thương, các huyện, thị xã, thành phố về các lĩnh vực chuyên môn do ngành mình phụ trách để thực hiện Quy hoạch này.

3. Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố xây dựng chương trình phát triển thương mại trên địa bàn phù hợp với quy hoạch chung của tỉnh.

Điều 3. Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân tỉnh, Giám đốc Sở Công Thương, Thủ trưởng các sở, ban, ngành; Chủ tịch Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố thuộc tỉnh; các tổ chức, cá nhân liên quan căn cứ Quyết định thực hiện. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký ban hành./.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Bộ Công Thương;
- Thường trực Tỉnh ủy (b/c);
- Thường trực HĐND tỉnh;
- Chủ tịch, các Phó Chủ tịch;
- Chánh, Phó văn phòng;
- Trung tâm Công báo;
- Lưu: VT, TH, KT.

Phan Thị Mỹ Thanh

Phụ lục

DANH MỤC CÁC CHƯƠNG TRÌNH, DỰ ÁN HẠ TẦNG CỦA NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐẾN NĂM 2020

(Ban hành kèm theo Quyết định số /QĐ-UBND, ngày / /2014 của Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Nai)

1. Các chương trình hỗ trợ phát triển ngành thương mại
 - a) Chương trình đào tạo, bồi dưỡng chủ nhiệm các hợp tác xã thương mại, hợp tác xã nông nghiệp.
 - b) Chương trình đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý chợ.
 - c) Chương trình đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng bán hàng cho các hộ kinh doanh tại các chợ truyền thống.
2. Các đề án hỗ trợ phát triển ngành thương mại
 - a) Đề án phát triển thị trường cho các sản phẩm chủ lực.
 - b) Đề án xây dựng mô hình kết hợp doanh nghiệp - hợp tác xã - nông dân.
 - c) Đề án xây dựng mô hình kết hợp doanh nghiệp - hộ kinh doanh - nông dân.
 - d) Đề án phát triển nguồn nhân lực ngành thương mại.
 - đ) Đề án hỗ trợ doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ, phát triển thương hiệu cho các doanh nghiệp thương mại.
3. Các dự án hạ tầng thương mại
 - a) Siêu thị ở các huyện, thị xã, thành phố.
 - b) Trung tâm thương mại ở các huyện, thị xã, thành phố.
 - c) Khu thương mại - dịch vụ.
 - d) Hệ thống cảng cạn ICD.
 - đ) Đầu tư phát triển các hạ tầng dịch vụ cảng và dịch vụ hậu cần sau cảng tại các cảng biển đầu mối.
 - e) Xây dựng Tổng Kho trung chuyển Miền Đông.
 - g) Chợ đầu mối nông sản cho cụm Tân Phú, Định Quán, Thống Nhất, tại huyện Định Quán.
 - h) Chợ đầu mối nông sản - trái cây cho cụm Xuân Lộc, Long Khánh, Cẩm Mỹ, tại TX. Long Khánh.
 - i) Chợ đầu mối rau quả Biên Hòa trên cơ sở phát triển chợ đêm Tân Biên, TP. Biên Hòa.
 - k) Chợ đầu mối nông sản tổng hợp thị trấn Long Thành, huyện Long Thành./.