

HỘI NGHỊ TOÀN QUỐC

THỨC ĐẨY DOANH NGHIỆP ĐẦU TƯ VÀO LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP

Báo cáo của Bộ Công Thương

Phát triển hạ tầng thương mại hỗ trợ doanh nghiệp nông nghiệp mở rộng thị trường

Trong những năm qua, hoạt động thương mại ở nước ta đã có nhiều chuyển biến tích cực, công tác tổ chức sản xuất, phát triển thị trường tiêu thụ hàng hóa ngày càng được đổi mới. Tuy nhiên, cũng còn nhiều hạn chế do nguồn ngân sách đầu tư hỗ trợ từ Trung ương eo hẹp; khả năng xã hội hóa, thu hút nguồn lực đầu tư phát triển vào các địa bàn này còn khó khăn...

Thực trạng phát triển nền nông nghiệp vẫn chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế sản phẩm nông nghiệp của từng vùng, miền trên cả nước. Vấn đề nông sản được mùa, rớt giá vẫn diễn ra thường xuyên. Do đó, việc phát triển hệ thống hạ tầng thương mại đồng bộ (chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, kho logistics...) là một trong những giải pháp quan trọng trong việc đảm bảo tiêu thụ các loại nông sản hàng hóa, tạo điều kiện đề khu vực kinh tế nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa phát triển, nâng cao thu nhập của người dân.

I. Thực trạng phát triển hạ tầng thương mại

1. Hạ tầng chợ truyền thống

Hệ thống chợ truyền thống được quy hoạch lại, nâng cấp, cải tạo và xây dựng mới, nhất là các chợ nông thôn. Số lượng chợ tăng bình quân 1,21%/năm. Trong đó, giai đoạn 2006-2010 tăng 2,13%/năm, giai đoạn 2011-2015 mức tăng chậm hơn với tốc độ 0,31%/năm. Nhu cầu cải thiện, nâng cấp và xây mới chợ truyền thống là rất lớn. Từ năm 2006-2016, đã xây mới khoảng 2.340 chợ và 4.107 chợ được cải tạo nâng cấp, thấp hơn nhiều so với nhu cầu thực tế (87% chợ hạng III, cơ sở vật chất kỹ thuật hạn chế cần được nâng cấp, cải tạo). Nguồn vốn đầu tư xây dựng chợ chủ yếu từ nguồn xã hội hóa, huy động từ các doanh nghiệp, hộ kinh doanh và một phần từ ngân sách địa phương; nguồn từ ngân sách trung ương không đáng kể.

Tính đến hết năm 2017, cả nước có 8.539 chợ được phân bố theo các vùng như: vùng đồng bằng sông Hồng có 1.895 chợ, chiếm 22,19%; vùng Đông Bắc có 1.146 chợ, chiếm 13,42%; vùng Tây Bắc có 270 chợ, chiếm 3,16%; vùng Bắc Trung Bộ có 1.358 chợ, chiếm 15,9%; vùng Duyên hải Nam Trung Bộ có 805 chợ, chiếm 9,42%; vùng Tây Nguyên có 380 chợ, chiếm 4,45%; vùng Đông Nam Bộ có 995 chợ, chiếm 11,65%; vùng đồng bằng sông Cửu Long có 1.690 chợ, chiếm 19,79%.

Về phân loại chợ: cả nước hiện có 8.539 chợ trong quy hoạch, trong đó có 234 chợ hạng I (chiếm 2,74%), 888 chợ hạng II (chiếm 10,4%) và 7.417 chợ hạng III (chiếm 86,9%). Đa phần là các

chợ thiên về chức năng kinh doanh bán lẻ, chợ đầu mối chiếm không đáng kể (83 chợ, chiếm 0,97%). Tính chung trên các địa bàn, giá trị hàng hóa dịch vụ qua hệ thống chợ chiếm trung bình khoảng 35-40%, góp phần vào việc tiêu thụ nông sản hàng hóa, đẩy mạnh sản xuất và phục vụ đời sống sinh hoạt của người dân.

Đa phần các chợ đang hoạt động hiệu quả, chiếm 97%. Tình trạng chợ hoạt động không hiệu quả không đáng kể (chỉ chiếm khoảng 3%) xảy ra ở một số địa phương, chủ yếu là các chợ được đầu tư lồng ghép với các Chương trình an sinh xã hội và chợ được xây dựng chưa theo đúng quy hoạch đã phê duyệt.

Tính chung giá trị hàng hóa dịch vụ qua hệ thống chợ chiếm trung bình từ 35-40%. Chợ nông thôn vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng số chợ trên cả nước (có 6.420 chợ ở nông thôn, chiếm 74,5%; thành thị có 2.180 chợ, chiếm 25,5%). Thị phần hàng hóa lưu thông qua chợ nông thôn chiếm khoảng từ 50-70%, cao hơn mức lưu thông qua chợ bình quân cả nước từ 35-40%.

Nhìn chung thực trạng hệ thống chợ nước ta hiện nay chủ yếu là chợ hạng III (khoảng 87%), cơ sở vật chất còn hạn chế, tập quán kinh doanh nhỏ lẻ, nguồn hàng khó kiểm soát, vấn đề bảo đảm an toàn thực phẩm tại chợ còn nhiều bất cập.

2. Hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại

Siêu thị, trung tâm thương mại là loại hình cơ sở hạ tầng thương mại có tốc độ tăng trưởng nhanh, tuy nhiên mức tăng chậm lại so với giai đoạn trước (2006-2010). Từ năm 2011-2015 tốc độ tăng của siêu thị, trung tâm thương mại lần lượt là 7,5% và 11,6%/năm. Sự phát triển của hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại với phương thức hoạt động văn minh, hiện đại đã làm thay đổi nhanh chóng diện mạo thương mại nội địa, đóng góp vào sự phát triển kinh tế, xã hội đất nước nói chung.

Tính đến hết năm 2017, cả nước có 189 trung tâm thương mại (tại 41/63 địa phương) và 957 siêu thị (tại 62/63 địa phương, Hà Giang chưa có siêu thị). Về phân bố, vùng đồng bằng sông Hồng có 50 trung tâm thương mại, chiếm 26,46% so với tổng số trung tâm thương mại cả nước cả nước và 291 siêu thị, chiếm 30,4% so với tổng số siêu thị cả nước; vùng Đông Nam Bộ có 60 trung tâm thương mại, chiếm 31,74% và 251 siêu thị, chiếm 26,22%; vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung có 31 trung tâm thương mại, chiếm 16,4% và 206 siêu thị, chiếm 21,5%; vùng Trung du và miền núi phía Bắc có 25 trung tâm thương mại, chiếm 13,23% và 91 siêu thị, chiếm 9,5%; vùng đồng bằng sông Cửu Long có 18 trung tâm thương mại, chiếm 9,5% và 89 siêu thị, chiếm 9,3% và vùng Tây Nguyên có 5 trung tâm thương mại chiếm 2,64% và 29 siêu thị, chiếm 3,03%.

Phần lớn các siêu thị và trung tâm thương mại chỉ tập trung tại các thành phố lớn và khu vực nội thành; tại các khu vực nông thôn, ngoại thành thì chưa phát triển. Riêng số lượng siêu thị và trung tâm thương mại tại 5 thành phố: Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ lần lượt chiếm 49,23% và 52,76% so với số lượng siêu thị và trung tâm thương mại cả nước.

Mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại ngày càng trở thành kênh bán lẻ hàng hóa quan trọng. Tỷ trọng lưu chuyển hàng hóa bán lẻ qua kênh phân phối này đã tăng khá nhanh với tốc độ khoảng 25%/năm, cao hơn so với tốc độ tăng bình quân gần 21%/năm của lưu chuyển hàng hóa bán lẻ chung trên địa bàn cả nước. Đồng thời, tỷ trọng hàng hóa qua kênh bán lẻ hiện đại (siêu

thị, trung tâm thương mại) đã tăng từ khoảng 16% năm 2010, đến năm 2015, tỷ trọng mức bán lẻ hàng hóa qua kênh phân phối hiện đại khoảng 22-25%.

3. Trung tâm Hội chợ triển lãm

Theo số liệu báo cáo của Sở Công Thương địa phương, cả nước hiện có 15 Trung tâm hội chợ triển lãm (TT HCTL) được phân bố tại 11 tỉnh thành, nằm rải rác ở cả 6 vùng trên địa bàn cả nước.

Theo thống kê của Hiệp hội Hội chợ triển lãm và hội nghị Việt Nam (VECA), hàng năm, có khoảng trên 1.000 hội chợ, triển lãm thương mại quy mô lớn nhỏ khác nhau, trong đó có khoảng 300 - 350 hội chợ với quy mô cấp tỉnh và thành phố được tổ chức dưới sự chủ trì của Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương, các hiệp hội ngành hàng, các tổ chức xúc tiến tại thương mại Trung ương và địa phương, các công ty kinh doanh dịch vụ HCTL thương mại và hội nghị. Ngoài ra, mỗi năm có khoảng 120 đến 150 sự kiện liên quan đến hoạt động xúc tiến thương mại (hội chợ, triển lãm, hội nghị, hội thảo) Việt Nam tổ chức ở nước ngoài với sự hiện diện của các doanh nghiệp Việt Nam. Như vậy, hệ thống TT HCTL hiện có mới chỉ đáp ứng được trên 40% số hội chợ, triển lãm được tổ chức hàng năm trên cả nước.

4. Hệ thống trung tâm logistics

Hệ thống trung tâm logistics mới được hình thành và phát triển chưa nhiều. Tính đến cuối năm 2017, cả nước có 50 trung tâm logistics (trong đó có 8 trung tâm logistics hạng I, 38 trung tâm logistics cấp tỉnh, 1 trung tâm logistics chưa phân hạng).

Các trung tâm logistics hoạt động ở Việt Nam đều mới được phát triển từ năm 2008 đến nay, phân bố tập trung ở một số khu công nghiệp. Quy mô của các trung tâm logistics nhìn chung còn nhỏ (dưới 10ha), trung tâm quy mô cấp vùng chưa phát triển. Hiện nay có 2 trung tâm logistics cấp Vùng đang được đầu tư xây dựng tại thành phố Bắc Giang và khu kinh tế cảng Vũng Áng (Hà Tĩnh).

Hệ thống kho của các Trung tâm logistics khá đa dạng về chủng loại, trong đó, hầu hết các trung tâm có kho ngoại quan và kho nội địa, một số trung tâm có các kho hàng đặc biệt như kho nông sản, kho cà phê,... được xây dựng theo các tiêu chuẩn chất lượng hiện đại.

II. Tồn tại, hạn chế và nguyên nhân

1. Tồn tại, hạn chế

Mặc dù công tác quy hoạch và đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại đã được quan tâm và đạt được những kết quả như đã nêu trên. Tuy nhiên trong bối cảnh hội nhập, mở cửa, hạ tầng thương mại nhìn chung vẫn còn yếu kém và lạc hậu, chưa đáp ứng được so với nhu cầu phát triển của thị trường, chưa thu hút được đầu tư đặc biệt là ở khu vực nông thôn. Có thể kể đến những tồn tại, hạn chế chủ yếu như:

- Công tác quy hoạch, dự báo còn hạn chế, chưa theo kịp với thực tiễn và tốc độ phát triển kinh tế xã hội. Tại một số địa phương, một số quy hoạch còn mang tính định hướng hoặc chưa đồng bộ (với các quy hoạch ban hành sau này), dẫn đến thực tế triển khai còn lúng túng, khó thực hiện.

- Sự phối hợp giữa các ngành có liên quan tại địa phương trong triển khai quy hoạch đôi khi còn hạn chế, bị động. Việc bố trí quỹ đất cho phát triển hạ tầng thương mại tại địa phương chưa được quan tâm đúng mức.

- Phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại chưa đồng bộ, hạ tầng bán lẻ (chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng chuyên doanh...) tăng nhanh nhưng phân bố không đều, tập trung chủ yếu và phát triển mạnh ở các thành phố, thị xã, thị trấn. Ở nông thôn, miền núi mạng lưới chợ còn thưa thớt; siêu thị, trung tâm thương mại còn ít. Hệ thống hạ tầng thương mại như chợ đầu mối, trung tâm logistic, kho chứa hàng hóa chưa theo kịp với nhu cầu phát triển.

- Hệ thống chợ, siêu thị chủ yếu thiên về chức năng bán lẻ và đa số chợ có quy mô nhỏ. Ở vùng nông thôn, chợ hạng III (chiếm gần 87%), cơ sở vật chất-kỹ thuật còn sơ sài, lạc hậu. Chợ đầu mối, chợ tổng hợp quy mô lớn có chức năng bán buôn, thu gom và phát luồng hàng hoá còn ít (cả nước chỉ có 83 chợ đầu mối, chiếm gần 1% tổng số chợ). Vì vậy, hệ thống chợ chưa tương xứng với vị trí và vai trò của chợ và chưa đáp được đầy đủ nhu cầu của sản xuất kinh doanh và phục vụ đời sống sinh hoạt của nhân dân.

- Việc kêu gọi và thu hút đầu tư vào phát triển hạ tầng thương mại còn nhiều hạn chế. Ngân sách Trung ương và địa phương đầu tư xây dựng chợ rất ít so với các lĩnh vực khác. Do đa số các tỉnh còn nghèo, ngân sách còn hạn hẹp trong khi phải giải quyết nhiều vấn đề bức xúc về phát triển kinh tế-xã hội nên việc dành ngân sách của tỉnh để hỗ trợ đầu tư chợ còn bị hạn chế.

- Thực hiện chủ trương xã hội hoá đầu tư phát triển hạ tầng thương mại còn gặp nhiều khó khăn, nhất là ở địa bàn nông thôn, miền núi. Một mặt do hạn chế của chính sách khuyến khích, ưu đãi nhà đầu tư (cả ở Trung ương và địa phương), mặt khác, ở những vùng mà điều kiện kinh tế còn nhiều khó khăn; doanh nghiệp, hộ kinh doanh và người dân ở vùng nông thôn miền núi của nhiều địa phương còn nghèo, thu nhập và sức mua của người dân không cao, nên chính quyền địa phương khó huy động vốn đầu tư cũng như xã hội hóa đầu tư để phát triển hạ tầng thương mại.

- Công tác chuyển đổi mô hình quản lý chợ còn chậm, nhất là ở khu vực nông thôn (chủ yếu là hình thức Tổ quản lý) dẫn tới công tác đầu tư, nâng cấp, cải tạo chợ gặp nhiều khó khăn.

- Lựa chọn chủ đầu tư thực hiện các dự án đầu tư chợ ở địa bàn nông thôn chưa được cấp có thẩm quyền quan tâm đúng mức (chủ đầu tư còn yếu về năng lực chuyên môn, thiếu kinh nghiệm trong việc xây dựng và kinh doanh chợ...).

2. Nguyên nhân của hạn chế nêu trên

- Nhận thức chưa đúng, chưa đủ về phát triển hạ tầng thương mại còn nhiều hạn chế. Một số ngành, địa phương còn chưa nhận thức đầy đủ về vai trò phát triển hạ tầng thương mại đối với sự phát triển kinh tế xã hội tại địa phương, chưa chủ động, sáng tạo trong thu hút đầu tư phát triển hạ tầng thương mại.

- Chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển hạ tầng thương mại còn hạn chế và thiếu sự đồng bộ. Tại Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14 tháng 01 năm 2003 về phát triển và quản lý chợ và Nghị định số 114/2009/NĐ-CP ngày 23 tháng 12 năm 2009 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP có chính sách hỗ trợ đầu tư chợ nhưng theo Quyết định số 60/2010/QĐ-TTg ngày 30 tháng 9 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ 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 không có hạng mục riêng cho chợ; theo Quyết định số 40/2015/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 14 tháng 9 năm 2014 ban hành nguyên tắc, tiêu chí và định mức phân bổ vốn đầu tư phát triển nguồn ngân sách nhà nước giai đoạn 2016 – 2020 có hạng mục riêng cho chợ nhưng lại do ngân sách địa phương bố trí, dẫn đến vốn đầu tư thực hiện của khu vực kinh tế nhà nước cho hạ tầng thương mại rất không đáng kể. Theo số liệu của Tổng cục thống kê, năm 2015 vốn đầu tư cho ngành bán buôn, bán lẻ đạt giá trị khoảng 8.364 tỷ đồng, đứng thứ 15/18 ngành và chỉ chiếm 1,6% trong tổng vốn đầu tư thực hiện của khu vực nhà nước (các năm từ 2010-2014; tỷ trọng trong tổng vốn đầu tư lần lượt là 2,3%; 3,15%; 2,5% và 1,4%).

- Chính sách khuyến khích ưu đãi đầu tư phát triển hạ tầng thương mại chưa đồng bộ, còn nhiều hạn chế:

Trong Nghị định số 114/2009/NĐ-CP có nêu các thành phần kinh tế đầu tư xây dựng chợ được hưởng chính sách ưu đãi về tín dụng đầu tư, tuy nhiên theo Nghị định số 32/2017/NĐ-CP ngày 31 tháng 3 năm 2017 của Chính phủ về tín dụng đầu tư của nhà nước thì các nhà đầu tư xây dựng chợ lại không được hưởng chính sách tín dụng.

Theo Nghị định 118/2015/NĐ-CP ngày 12 tháng 11 năm 2015 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật đầu tư: Đầu tư xây dựng và quản lý, kinh doanh chợ tại vùng nông thôn nằm trong danh mục đặc biệt ưu đãi đầu tư; đầu tư kinh doanh trung tâm hội chợ triển lãm hàng hóa, trung tâm logistics, kho hàng hóa, siêu thị, trung tâm thương mại nằm trong danh mục ưu đãi đầu tư. Tuy nhiên, còn thiếu đối tượng là “đầu tư xây dựng chợ tại địa bàn thành thị” không thuộc danh mục nào theo Nghị định 118/2015/NĐ-CP nêu trên.

Theo Nghị định 15/2015/NĐ-CP của Chính phủ ngày 14 tháng 02 năm 2015 về đầu tư theo hình thức đối tác công tư, công trình kết cấu hạ tầng thương mại thuộc lĩnh vực đầu tư và thực hiện theo pháp luật về đầu tư công. Tuy nhiên, lại bị vướng theo quy định tại Quyết định số 40/2015/QĐ-TTg ngày 14 tháng 9 năm 2014 ban hành nguyên tắc, tiêu chí và định mức phân bổ vốn đầu tư phát triển nguồn ngân sách nhà nước giai đoạn 2016-2020, chỉ có các đối tượng là dự án chợ dân sinh, chợ đầu mối, trung tâm logistic, trung tâm hội chợ triển lãm, kết cấu hạ tầng xuất khẩu, nhập khẩu ở vùng có điều kiện kinh tế xã hội khó khăn và vùng có điều kiện kinh tế xã hội đặc biệt khó khăn thì mới được sử dụng vốn đầu tư phát triển từ nguồn ngân sách nhà nước giai đoạn 2016-2020, mà những vùng này thực chất rất khó thu hút đầu tư từ tư nhân.

- Quy trình và trình tự đầu tư tại một số địa phương đôi khi còn hạn chế, công tác giải phóng mặt bằng thu hồi đất còn khó khăn làm cho các thành phần kinh tế không muốn tham gia đầu tư.

- Tại các tỉnh miền núi, vùng sâu, vùng xa, cơ sở hạ tầng tuy đã được đầu tư, nâng cấp, nhưng chưa đồng bộ, đã hạn chế sự phát triển của kết cấu hạ tầng thương mại, mặt khác thu nhập người dân không cao, sức mua thấp, khó thu hút đầu tư phát triển hạ tầng thương mại.

III. Giải pháp trong thời gian tới

Thứ nhất, tiếp tục phối hợp với các bộ ngành liên quan (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Giao thông vận tải...) và các địa phương:

+ Triển khai phát triển hạ tầng thương mại theo các quy hoạch về phát triển hạ tầng thương mại đã được phê duyệt, trong đó chú trọng tới các hạ tầng chợ, trung tâm logistics.

+ Rà soát các quy hoạch, kế hoạch, bảo đảm tính đồng bộ và phù hợp với sự phát triển kinh tế xã hội chung;

Thứ hai, tiếp tục hoàn thiện cơ chế chính sách liên quan tới phát triển hạ tầng thương mại; phối hợp với các bộ ngành liên quan (đặc biệt là Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính...) hoàn thiện chính sách đẩy mạnh thu hút đầu tư vào lĩnh vực hạ tầng thương mại;

Thứ ba, chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương tập trung kêu gọi đầu tư xây dựng một số loại hình hạ tầng thương mại có tính chất trọng tâm, trọng điểm, hỗ trợ tiêu thụ nông sản như: các chợ đầu mối cấp vùng tại 03 miền bắc trung nam nhằm tăng khả năng tiếp cận giữa người bán và người mua, đẩy mạnh tiêu thụ nông sản với giá hợp lý đảm bảo lợi ích cho các chủ thể tham gia giao dịch; các trung tâm logistics, nhằm hỗ trợ tạo thuận lợi cho lưu thông hàng hóa nông sản;

Thứ tư, tiếp tục thực hiện có hiệu quả các hoạt động của Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia gồm xúc tiến thương mại định hướng xuất khẩu, xúc tiến thương mại thị trường trong nước và xúc tiến thương mại miền núi, biên giới và hải đảo như: tập trung xúc tiến thương mại với những mặt hàng nông sản có sự tăng trưởng, có sự đóng góp lớn cho kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tại các thị trường trọng điểm có kim ngạch nhập khẩu lớn như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, EU...; xây dựng và phát triển thương hiệu cho các mặt hàng nông sản Việt Nam; đối với xúc tiến thương mại thị trường trong nước, hỗ trợ nâng cao năng lực cho cộng đồng doanh nghiệp về nghiên cứu thị trường, phát triển hệ thống phân phối hàng nông sản, tổ chức hội chợ hàng nông sản cấp vùng và cấp miền, các hội nghị kết nối cung cầu hàng hóa, hỗ trợ tuyên truyền, quảng bá hàng nông sản Việt Nam trên các phương tiện truyền thông...

Thứ năm, tiếp tục đổi mới cơ chế gắn kết giữa các nhà trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ nông sản thông qua việc tiếp tục xây dựng và triển khai thí điểm mô hình tiêu thụ nông sản, cung ứng vật tư nông nghiệp theo Quyết định số 23/QĐ-TTg ngày 06 tháng 01 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010-2015 và định hướng đến năm 2020” nhằm hình thành và phát triển theo hướng bền vững các vùng sản xuất nông sản hàng hóa tập trung, vùng sản xuất hàng nông sản chất lượng cao, nhằm phát huy thế mạnh của các địa phương; gắn trách nhiệm của doanh nghiệp, hợp tác xã với người sản xuất, lợi ích của các chủ thể tham gia mô hình thí điểm được bảo đảm, giúp người nông dân mua vật tư nông nghiệp, tiêu thụ nông sản với giá ổn định. (Giai đoạn 2011-2015, Bộ Công Thương đã chỉ đạo và hướng dẫn 12 tỉnh xây dựng mô hình thí điểm tiêu thụ nông sản và cung ứng vật tư phục vụ sản xuất nông nghiệp. Năm 2017, Bộ Công Thương tiếp tục hỗ trợ 10 địa phương xây dựng mô hình. Trên cơ sở thực tiễn triển khai các địa phương sẽ tổng kết, đánh giá kết quả xây dựng và nhân rộng mô hình trong thời gian tới).

IV. Đề xuất, kiến nghị

Để đảm bảo việc thu hút đầu tư phát triển hạ tầng thương mại, góp phần hỗ trợ tiêu thụ hàng hóa nông sản, trong đó có sản phẩm nông sản của các doanh nghiệp nông nghiệp, nông thôn, Bộ Công Thương kiến nghị một số nội dung chủ yếu sau:

1. Đối với các Bộ, ngành Trung ương

- Rà soát điều chỉnh các quy hoạch liên quan tới phát triển hạ tầng thương mại, tích hợp vào quy hoạch phát triển kinh tế xã hội chung cho phù hợp với nhu cầu phát triển của vùng, của địa phương.

- Nghiên cứu, rà soát, sửa đổi, bổ sung một số chính sách liên quan nhằm khuyến khích, hỗ trợ công tác đầu tư, phát triển hạ tầng thương mại cho đồng bộ, cụ thể:

+ Bổ sung vào Danh mục ưu đãi đầu tư tại Nghị định số 118/2015/NĐ-CP đối với hình thức đầu tư xây dựng và quản lý, kinh doanh chợ tại địa bàn thành thị. Đồng thời, nghiên cứu, bổ sung các loại hình bán lẻ khác có triển vọng phát triển (cửa hàng tiện lợi, cửa hàng bách hóa tổng hợp...) vào Danh mục nêu trên.

+ Nghiên cứu sửa đổi, bổ sung Quyết định 40/2015/QĐ-TTg ngày 14 tháng 9 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ về định mức phân bổ vốn đầu tư phát triển nguồn ngân sách nhà nước giai đoạn 2016 – 2020 theo hướng không quy định cứng các chợ được đầu tư từ ngân sách nhà nước để tạo điều kiện cho công tác đầu tư phát triển chợ, tạo sự đồng bộ trong việc triển khai các văn bản có liên quan.

- Tiếp tục quan tâm hỗ trợ vốn từ ngân sách nhà nước xây dựng cơ sở hạ tầng chợ. Lồng ghép việc triển khai Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới để nâng cấp, cải tạo hạ tầng chợ nông thôn. Đặc biệt quan tâm hỗ trợ đối với hệ thống chợ tại các vùng điều kiện kinh tế - xã hội còn nhiều khó khăn, doanh nghiệp, hộ kinh doanh và người dân ở vùng nông thôn miền núi của nhiều địa phương còn nghèo, thu nhập và sức mua không cao nên khó huy động vốn đầu tư cũng như xã hội hóa đầu tư để phát triển hạ tầng thương mại. Đối với các chợ đầu mối nông, lâm, thủy sản và nguyên phụ liệu tại những vùng sản xuất hàng hóa tập trung, cần tiếp tục quan tâm bố trí ngân sách nhà nước (Trung ương và địa phương) để đầu tư phát triển cho tương xứng.

- Nhanh chóng hoàn thiện và ban hành Nghị định sửa đổi, bổ sung 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 để thu hút mạnh mẽ doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn.

2. Đối với các địa phương

- Trên cơ sở các cơ chế, chính sách hiện hành do Trung ương ban hành, UBND các tỉnh cần cụ thể hóa các cơ chế, chính sách ưu đãi, hỗ trợ cho phù hợp với tình hình thực tế của địa phương nhằm thu hút các thành phần kinh tế tham gia đầu tư phát triển hạ tầng thương mại, đặc biệt là các tỉnh thuộc vùng có điều kiện kinh tế xã hội khó khăn và vùng có điều kiện kinh tế xã hội đặc biệt khó khăn; nhất là trên địa bàn nông thôn.

- Trong quá trình xây dựng kế hoạch phân bổ ngân sách cho các dự án phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn, cần xem xét ưu tiên phân bổ nguồn kinh phí ngân sách hàng năm cho việc xây dựng, cải tạo, nâng cấp hệ thống hạ tầng thương mại, đặc biệt là hạ tầng chợ truyền thống nhằm tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn.

- Tiếp tục củng cố, nâng cấp, phát triển chợ truyền thống, kết hợp với từng bước nâng cao chất lượng dịch vụ của chợ, đáp ứng nhu cầu sản xuất và đời sống hàng ngày của người dân theo hướng văn minh, hiện đại, bảo đảm vệ sinh môi trường và an toàn thực phẩm.

- Tập trung rà soát và có kế hoạch đầu tư, hoàn thiện các hạng mục công trình cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn theo lộ trình đã đặt ra.

- Phát triển mạng lưới cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn (trong đó chú trọng phát triển chợ nông thôn) gắn với Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới theo quy định tại

Quyết định số 1980/QĐ-TTg ngày 17 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới giai đoạn 2016-2020, Quyết định số 1600/QĐ-TTg ngày 16 tháng 8 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020, Quyết định số 4800/QĐ-BCT ngày 08 tháng 12 năm 2016 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc hướng dẫn thực hiện và xét công nhận tiêu chí cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới giai đoạn 2016-2020./.