

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH HÀ GIANG**

Số: 2796/QĐ-UBND

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Hà Giang, ngày 30 tháng 12 năm 2014

QUYẾT ĐỊNH

**VỀ VIỆC PHÊ DUYỆT QUY HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG
MẠI TỈNH HÀ GIANG ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030**

CHỦ TỊCH ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH HÀ GIANG

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

Căn cứ 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 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;

Căn cứ Thông tư số 17/2010/TT-BCT ngày 05 tháng 5 năm 2010 của Bộ Công Thương quy định nội dung, trình tự, thủ tục lập, phê duyệt quy hoạch phát triển ngành thương mại;

Xét Báo cáo số 284/BC-HĐTĐ ngày 13 tháng 10 năm 2014 của Hội đồng thẩm định quy hoạch tổng thể phát triển thương mại tỉnh Hà Giang đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và đề nghị của Sở Công Thương tại Tờ trình số 162/TTr-SCT ngày 30 tháng 12 năm 2014,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại tỉnh Hà Giang đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 với các nội dung chủ yếu sau:

I. QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN

1. Phát triển thương mại tỉnh Hà Giang phải phù hợp với Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo tính thống nhất với quy hoạch phát triển của các ngành, lĩnh vực, thực hiện tốt mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.
2. Phát triển thương mại tỉnh Hà Giang nhằm thúc đẩy phát triển các ngành sản xuất, phục vụ tốt nhu cầu tiêu dùng dân cư, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế và phân công lao động xã hội.
3. Phát triển thương mại trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh và tiềm năng của tỉnh, đồng thời phải thích ứng với xu thế tự do hóa thương mại và hội nhập kinh tế quốc tế.

4. Phát triển thương mại trên cơ sở khơi dậy và thu hút mọi tiềm năng, nguồn lực của các thành phần kinh tế, đặc biệt khuyến khích và thu hút khu vực kinh tế tư nhân.

5. Phát triển thương mại phải coi trọng cả hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội, gắn phát triển kinh tế với bảo vệ môi trường sinh thái và việc giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc. Phát triển thương mại phải kết hợp với đảm bảo quốc phòng, an ninh.

II. MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN

1. Mục tiêu tổng quát

- Phát triển mạnh thị trường trong tỉnh theo hướng đáp ứng mọi nhu cầu của sản xuất, đời sống; bảo đảm lưu thông hàng hoá thông suốt, bảo đảm cân đối cung cầu về những mặt hàng trọng yếu cho sản xuất và đời sống, đặc biệt là hàng hóa phục vụ đồng bào ở vùng sâu, vùng xa, vùng có nhiều đồng bào dân tộc sinh sống, ngày càng có nhiều hàng hoá mẫu mã đẹp, chất lượng cao, giá cả hợp lý, đủ sức cạnh tranh.

- Củng cố trật tự, kỷ cương thị trường; xây dựng ngành thương mại phát triển theo hướng văn minh - hiện đại, thu hút các nguồn lực của thương nhân trong và ngoài nước vào phát triển hạ tầng thương mại.

- Phát triển thị trường trong tỉnh trong mối quan hệ chặt chẽ với phát triển thị trường trong vùng trung du và miền núi phía Bắc, vùng Thủ đô Hà Nội và cả nước, gắn hiệu quả kinh doanh thương mại với yêu cầu chuyển dịch cơ cấu kinh tế, chủ động hội nhập kinh tế quốc tế.

- Đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của tỉnh với tốc độ tăng trưởng bền vững, làm động lực thúc đẩy tăng trưởng GRDP và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh; phát triển mạnh các dịch vụ cửa khẩu; chú trọng phát triển các sản phẩm xuất khẩu qua chế biến, có giá trị gia tăng cao hơn.

- Xây dựng và phát triển mạnh thương mại nội địa theo hướng văn minh và từng bước hiện đại dựa trên các cơ cấu ngành hợp lý với sự tham gia của các thành phần kinh tế, vận hành trong môi trường cạnh tranh có sự quản lý và điều tiết của nhà nước. Trên cơ sở đó, nâng cao vai trò của ngành thương mại trong việc tạo giá trị gia tăng đóng góp vào GRDP của tỉnh; thu hút lao động xã hội, tạo việc làm mới; kết nối giữa sản xuất và tiêu dùng; điều khiển và dẫn dắt sản xuất định hướng theo nhu cầu thị trường. Phấn đấu đến năm 2020, Hà Giang trở thành tỉnh phát triển khá trong khu vực miền núi phía Bắc và đạt mức trung bình của cả nước với cơ cấu kinh tế công nghiệp - dịch vụ - nông nghiệp; đến năm 2030 xây dựng Hà Giang trở thành một tỉnh có kinh tế - xã hội phát triển khá, đóng góp tích cực vào sự phát triển của vùng trung du và miền núi phía Bắc và cả nước; đời sống nhân dân được

cải thiện và nâng cao, môi trường sinh thái được bảo vệ; an ninh và quốc phòng luôn bảo đảm.

2. Mục tiêu cụ thể

- Tốc độ tăng trưởng giá trị gia tăng của ngành thương mại tăng bình quân giai đoạn 2016 - 2020 là 10,5%/năm, chiếm tỷ trọng 17,35% trong khu vực dịch vụ và chiếm 7,36% trong tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh (GRDP); giai đoạn 2021 - 2030 là 10,0%/năm, chiếm tỷ trọng 20,5% trong khu vực dịch vụ và 10,8% trong GRDP của tỉnh;
- Phân đầu kim ngạch xuất khẩu đến năm 2015 đạt 400 triệu USD; đến năm 2020 đạt 880 triệu USD và đến năm 2030 đạt trên 2 tỷ USD;
- Phân đầu tốc độ tăng tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ giai đoạn 2016 - 2020 đạt 13 - 15%/năm và giai đoạn 2021 - 2030 đạt 12%/năm;
- Gia tăng tốc độ lưu chuyển hàng hoá đảm bảo nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong tỉnh: Đến năm 2020 có 10% - 15% hàng hoá lưu chuyển qua các loại hình thương mại hiện đại.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

1. Định hướng phát triển xuất - nhập khẩu

- Phát triển mạnh các hoạt động xuất nhập khẩu với sự tham gia của mọi thành phần kinh tế. Đẩy mạnh việc thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào sản xuất, chế biến sản phẩm xuất khẩu; khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia sản xuất sản phẩm xuất khẩu hoặc thay thế sản phẩm nhập khẩu.
- Chuyển dịch mạnh cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng tăng tỷ trọng sản phẩm chế biến và sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn; hạn chế tình trạng xuất thô.
- Tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng của các nhóm sản phẩm có lợi thế, có tỷ trọng lớn trong cơ cấu xuất khẩu như hàng nông sản, lâm sản.
- Phát triển xuất khẩu dịch vụ du lịch, dịch vụ phục vụ hoạt động của các cửa khẩu (dịch vụ kho bãi, kho ngoại quan...)

2. Định hướng phát triển các hệ thống thị trường

2.1. Thị trường hàng công nghiệp tiêu dùng

- Ở thành thị:

+ Hình thành mạng lưới các khu thương mại - dịch vụ của tỉnh có hạt nhân là các loại hình thương mại như chợ, trung tâm thương mại, siêu thị.

- + Phát triển các hình thức bán lẻ mới như trung tâm thương mại, siêu thị; có chính sách, biện pháp khuyến khích đầu tư vào những hình thức này. Đồng thời, từng bước phát triển mạng lưới chuỗi cửa hàng tiện lợi gần kề ở các khu dân cư.
- + Điều chỉnh, sắp xếp và nâng cấp mạng lưới thương mại truyền thống thông qua việc không chế quy mô và số lượng của loại hình này ở từng khu vực.
- + Nâng cấp và đa dạng hóa chức năng của các chợ bán buôn, chợ hạng I theo hướng thành lập công ty chợ hoặc hợp tác xã chợ. Xây mới, nâng cấp và phát triển các chợ đầu mối và các chợ tổng hợp bán buôn bán lẻ hạng I, II theo quy hoạch đã được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.
- + Hoàn thiện việc nâng cấp, cải tạo, xây mới các cửa hàng kinh doanh xăng dầu, cửa hàng kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng theo các quy hoạch đã được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.
- + Phát triển trung tâm hội chợ triển lãm, trung tâm logistics, kho hàng công, trung tâm thông tin và xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh để cung cấp đồng bộ các dịch vụ hậu cần phân phối và xúc tiến thương mại.

- Ở nông thôn:

- + Phát triển đa dạng các loại hình thương mại trên địa bàn nhằm đáp ứng đầy đủ và kịp thời nhu cầu tiêu dùng, vật tư phục vụ sản xuất và thị trường tiêu thụ sản phẩm cho nông dân.
- + Các hoạt động kinh doanh thương mại bám sát việc sản xuất hàng hoá ở các vùng sản xuất chuyên canh cây công nghiệp, cây ăn quả, chăn nuôi, chế biến... tại các khu thương mại - dịch vụ trên địa bàn các huyện, phát triển các cơ sở thu mua, phân loại, sơ chế, đóng gói, thu gom hàng hoá từ các hộ sản xuất cung cấp cho các nhà máy chế biến hoặc các doanh nghiệp lớn tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.
- + Khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại phát triển hệ thống cửa hàng thương mại để trở thành kênh phân phối chủ yếu hàng công nghiệp tiêu dùng ở thị trường nông thôn.
- + Xây mới, mở rộng và hoàn thiện mạng lưới chợ tại các trung tâm cụm xã, các khu dân cư tập trung và các xã hiện chưa có chợ nhưng có nhu cầu. Khuyến khích thương nhân đăng ký hoạt động cố định tiến tới giảm dần tỷ lệ chợ phiên.
- + 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 hàng hoá, vừa kết hợp hoạt động thương mại với giao lưu văn hóa của nhân dân.

2.2. Thị trường hàng tư liệu sản xuất

- Phát triển hệ thống thị trường hàng tư liệu sản xuất: Các doanh nghiệp bán buôn lớn; cung ứng trực tiếp từ sản xuất đến tiêu dùng cuối cùng.
- Phát triển đa dạng các hình thức bán buôn theo hướng khuyến khích đấu thầu mua sắm các sản phẩm chủ yếu, khối lượng lớn và cung ứng hàng hoá trực tiếp để giảm chi phí.
- Khuyến khích và hỗ trợ giao dịch giữa các hệ thống theo phương thức thương mại điện tử.

2.3. *Thị trường hàng nông sản*: Khuyến khích phát triển mua bán thông qua hợp đồng giữa thương nhân và người nông dân.

3. Định hướng phát triển doanh nghiệp thương mại trên địa bàn tỉnh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

3.1. Phát triển các doanh nghiệp thương mại bán lẻ: Phát triển các doanh nghiệp thương mại bán lẻ của các thành phần kinh tế theo những loại hình như: Siêu thị; các loại cửa hàng; chợ tổng hợp, chợ chuyên doanh; chi nhánh bán lẻ của nhà sản xuất; mạng lưới bán hàng lưu động; chợ đêm, chợ tết...; bán hàng qua mạng internet và qua điện thoại.

3.2. Phát triển các doanh nghiệp thương mại bán buôn: Phát triển các doanh nghiệp thương mại bán buôn của các thành phần kinh tế theo các loại hình như: Công ty bán buôn tổng hợp; công ty bán buôn chuyên doanh; hợp tác xã thương mại thu mua; công ty chợ bán buôn nông sản.

3.3. Phát triển các đại lý: Theo hướng chức năng và vai trò của các đại lý thay đổi từ chức năng bán buôn đơn thuần sang cung cấp dịch vụ là chính. Các nhà bán buôn, đại lý sẽ chuyển trọng tâm từ mua bán, giao dịch, lợi nhuận ngắn hạn chuyển sang xây dựng thương hiệu dịch vụ phân phối hàng hóa. Nguồn lợi nhuận chính của các nhà đại lý sẽ từ chênh lệch giá mua bán hàng hóa chuyển sang giá trị dịch vụ gia tăng.

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

- Doanh nghiệp thương mại có vốn của nhà nước: Hướng vào việc thực hiện vai trò nòng cốt trong một số kênh, một số hệ thống phân phối của một số ngành hàng thuộc diện quan trọng và đặc thù, tập trung vào những hoạt động hoặc những địa bàn mà các thành phần kinh tế khác chưa có điều kiện kinh doanh như vùng sâu, vùng xa, vùng có nhiều đồng bào dân tộc sinh sống. Thành phần thương mại có vốn của nhà nước là công cụ hữu hiệu để góp phần ổn định thị trường khi có những biến động về giá, về nguồn cung hàng hóa thiết yếu.

- Các thành phần thương mại khác: Phát triển Hợp tác xã thương mại, thương mại tư nhân, thương mại có vốn đầu tư nước ngoài.

5. Định hướng phát triển dịch vụ phụ trợ của ngành thương mại: Thu hút các nguồn lực theo hướng xã hội hoá vào phát triển các dịch vụ phụ trợ của ngành thương mại. Các dịch vụ phụ trợ liên quan đến quá trình phân phối hàng hoá như: Bảo quản, lưu kho, sắp xếp và phân loại hàng hoá có khối lượng lớn, bốc dỡ và phân phối lại đối với hàng hoá khối lượng nhỏ, dịch vụ giao hàng, dịch vụ bảo quản lạnh, các dịch vụ liên quan đến việc kinh doanh của người bán lẻ (chế biến phục vụ cho bán hàng...). Phát triển một số kho hàng công phục vụ cho việc bảo quản và sấy khô sản phẩm nông sản.

6. Định hướng phát triển Trung tâm thông tin thương mại: Xây dựng một trung tâm thông tin thương mại tại trung tâm thành phố Hà Giang và sau đó là các chi nhánh của trung tâm, trước mắt tại khu vực cửa khẩu Thanh Thủy, tại trung tâm các huyện lớn, tại các chợ đầu mối nhằm hỗ trợ cho hoạt động xuất nhập khẩu và các hoạt động thương mại bán buôn trong toàn tỉnh.

7. Định hướng phát triển thương mại điện tử: Đến năm 2020, xu hướng phát triển thương mại điện tử của các doanh nghiệp nước ta nói chung và trên địa bàn tỉnh Hà Giang nói riêng sẽ đi theo 03 nhóm: (1) Các doanh nghiệp tiếp tục tận dụng thương mại điện tử phục vụ marketing, bán hàng, hỗ trợ khách hàng, mở rộng thị trường, xuất khẩu; (2) Các doanh nghiệp sẽ gia tăng xây dựng những Website thương mại điện tử, kinh doanh trên mạng; (3) Doanh nghiệp sẽ gia tăng giao dịch B2B để mua sắm nguyên vật liệu phục vụ việc sản xuất kinh doanh một cách tự động hoặc bán tự động. Tỉnh Hà Giang sẽ khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp từng bước áp dụng thương mại điện tử.

8. Định hướng phát triển thương mại cung ứng hàng hoá cho sản xuất và tiêu dùng trong tỉnh: Phát triển hệ thống cung ứng hàng hóa, đáp ứng nhu cầu cung ứng hàng hoá cho các đối tượng tiêu dùng trên địa bàn tỉnh trong giai đoạn đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030, nhu cầu hàng hóa bao gồm: (1) Máy móc, thiết bị và nguyên nhiên vật liệu cho các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp khai thác, chế biến khoáng sản, nông sản và sản xuất điện; (2) Hàng hoá tiêu dùng cho các tầng lớp dân cư trên địa bàn; (3) Các mặt hàng thiết yếu thuộc danh mục các mặt hàng được trợ cước, trợ giá cho vùng sâu, vùng xa; (4) Các mặt hàng phục vụ nhu cầu của khách du lịch.

9. Định hướng phát triển hệ thống cung cấp các mặt hàng thiết yếu cho vùng sâu, vùng xa trong tỉnh: (1) Khuyến khích các doanh nghiệp hỗ trợ các hộ dân tại các thôn, bản tự mở cửa hàng kinh doanh theo phương thức thanh toán trả sau (hỗ trợ doanh nghiệp lãi suất vay ngân hàng); (2) Kêu gọi các doanh nghiệp lựa chọn các hộ kinh doanh có kinh nghiệm để xây dựng mạng lưới bán hàng tại thôn, bản; (3)

Hỗ trợ hình thành một số trung tâm đảm bảo cung ứng hàng hoá thiết yếu cho các hộ kinh doanh bán lẻ tại các vùng sâu, vùng xa, vùng có đường giao thông đi lại khó khăn trên địa bàn tỉnh.

10. Định hướng phát triển hệ thống cung ứng hàng hoá phục vụ cho nhu cầu của khách du lịch: (1) Mở rộng kinh doanh các hàng hoá công nghiệp tiêu dùng phù hợp với nhu cầu sử dụng ngắn ngày của du khách; (2) Đối với các mặt hàng thực phẩm, khuyến khích các cơ sở nhà hàng, khách sạn sáng tạo ra các món ăn sử dụng nguyên liệu, đặc sản của từng địa phương, phổ biến kỹ thuật chế biến và cung cấp nguyên liệu cho du khách có thể mang về chế biến; (3) Đối với các mặt hàng lưu niệm là sản phẩm thủ công, mỹ nghệ của tỉnh, cần khuyến khích các cơ sở sản xuất nghiên cứu, phát triển sản phẩm mang tính đặc trưng, mang bản sắc của từng địa phương với mẫu mã đẹp, gọn nhẹ, dễ trưng bày để du khách mua làm kỷ niệm.

11. Định hướng phát triển mạng lưới kết cấu hạ tầng thương mại chủ yếu trên địa bàn tỉnh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

11.1. Mạng lưới chợ

- Ở nông thôn: Tập trung vào việc cải tạo, nâng cấp và xây mới để bảo đảm có đủ chợ dân sinh cơ sở có quy mô thuộc chợ hạng III ở các xã, cụm xã đáp ứng nhu cầu trao đổi mua bán hàng hoá phục vụ sản xuất và đời sống hàng ngày của nhân dân, đặc biệt là ở biên giới, miền núi, vùng cao, vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào các dân tộc thiểu số và vùng kinh tế chậm phát triển, nơi sản xuất và đời sống của nhân dân còn nhiều khó khăn. Cải tạo, nâng cấp hoặc xây mới các chợ thị trấn, thị tứ thành các chợ lớn hơn, có quy mô thuộc chợ hạng II, trở thành chợ trung tâm của huyện hoặc của một tiểu vùng gồm nhiều xã trong huyện, làm hạt nhân của mạng lưới các chợ dân sinh vệ tinh xung quanh.

- Ở thành thị: Xuất phát từ tình hình thực tiễn, đến năm 2018 có thể phát triển thêm một số chợ dân sinh ở các khu vực đô thị mới, nhưng từ sau 2018, không phát triển thêm chợ mà nâng cấp, cải tạo, sắp xếp lại mạng lưới chợ hiện có theo hướng hiện đại, đồng thời với phát triển các loại hình thương mại mới như siêu thị; trung tâm thương mại; cửa hàng tiện lợi;...

11.2. Mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị

- Phát triển mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh một cách hợp lý, có trọng điểm, phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh và của các ngành kinh tế khác.

- Chủ trương xã hội hoá, kêu gọi, thu hút đầu tư từ các thành phần kinh tế trong đầu tư xây dựng cơ sở vật chất trung tâm thương mại, siêu thị.

- Đảm bảo các nguyên tắc tiêu chuẩn hoá, tổ chức hoá, hiện đại hoá trong quy hoạch không gian và thiết kế trung tâm thương mại, siêu thị; đảm bảo văn minh thương mại và vệ sinh môi trường.

- Thu hút mọi đối tượng tham gia kinh doanh trên trung tâm thương mại.

- Chú trọng công tác tổ chức và quản lý tổ chức kinh doanh các loại hình trung tâm thương mại, siêu thị một cách hợp lý.

11.3. Mạng lưới kinh doanh xăng dầu

- Hạn chế phát triển thêm các cửa hàng trong các khu vực nội thị thành phố Hà Giang (trừ ở khu vực mở rộng hoặc đường giao thông mới mở).

- Ưu tiên phát triển cửa hàng tại các khu công nghiệp và các huyện, xã chưa có cửa hàng xăng dầu.

- Tính thống nhất của vị trí các cửa hàng kinh doanh xăng dầu phải phù hợp với quy hoạch giao thông. Theo quy định của Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24/2/2010 của Chính phủ quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ.

11.4. Mạng lưới kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG)

- Định hướng phát triển mạng lưới cửa hàng: (1) Phát triển các loại hình cửa hàng kinh doanh LPG kết hợp với các cửa hàng kinh doanh xăng dầu tại khu vực đô thị và tại các khu vực vùng sâu, vùng xa (Trung tâm cụm xã, thị tứ); (2) Phát triển loại hình cửa hàng kinh doanh chuyên sâu về tổ hợp mặt hàng LPG và các phụ kiện có liên quan tại các khu vực phục vụ cho nhu cầu lớn của các đối tượng có sử dụng nhiều đến LPG.

- Định hướng phát triển trạm sang chiết nạp LPG:

+ Kho, trạm chiết nạp LPG Bắc Quang, dung tích 150 - 250 m³; giai đoạn đầu tư: 2016 - 2020.

+ Kho, trạm chiết nạp LPG Yên Minh, dung tích 150 - 250 m³; giai đoạn đầu tư: 2020 - 2025.

IV. QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI CHỦ YẾU

1. Nguyên tắc chung

Đến năm 2020, loại hình thương mại chợ vẫn sẽ tồn tại và chưa có loại hình nào có thể thay thế hoàn toàn, loại hình thương mại hiện đại sẽ phát triển đan xen với loại hình thương mại truyền thống, nguyên tắc phân bố thương mại theo không gian địa bàn tỉnh đến năm 2020 đảm bảo các yêu cầu cơ bản như: (1) Vừa đảm bảo tính tập trung, vừa đảm bảo tính phân bố đều trên phạm vi lãnh thổ tỉnh; (2) Tạo nên không

gian thương mại phát triển mở rộng ngay từ các trung tâm thành phố, thị xã, thị trấn. Bố trí quy hoạch phát triển thương mại trong phạm vi không gian lãnh thổ tỉnh Hà Giang theo ba cấp:

1. *Cấp cơ sở*: Lấy các chợ xã làm hạt nhân phát triển, kết hợp với các cửa hàng, điểm bán hàng tạo thành khu thương mại - dịch vụ tổng hợp phục vụ trực tiếp cho nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của các tầng lớp dân cư trong khu vực xã.

2. *Cấp trung tâm huyện*: Được xây dựng tại các thị trấn theo mô hình vừa kết hợp với các khu vực buôn bán và dịch vụ (khu vực chợ trung tâm) để tạo thành các trung tâm thương mại hạng III hoặc các siêu thị hạng III vừa phục vụ nhu cầu mua bán của dân cư trong địa bàn huyện, thị xã vừa có sức thu hút và phát luồng hàng hoá trong khu vực liên xã, liên huyện với thị trường các tỉnh lân cận.

3. *Cấp trung tâm tỉnh*: Được xây dựng tại trung tâm kinh tế - xã hội của tỉnh. Theo đó, các khu thương mại - dịch vụ tổng hợp cấp tỉnh tại thành phố Hà Giang sẽ được hình thành với quy mô lớn nhất, đóng vai trò chủ đạo trong các hoạt động thương mại của tỉnh Hà Giang, không chỉ đối với các huyện trong tỉnh, mà còn đối với ngoài tỉnh.

Ba cấp độ thương mại này không tách rời nhau mà đan xen vào nhau nhờ khả năng tổ chức thu hút nguồn hàng hay phát luồng hàng hoá tiêu dùng từ các khu thương mại - dịch vụ tổng hợp từ các xã, các khu vực trong huyện, trong tỉnh. Các khu thương mại - dịch vụ trong tỉnh vừa có sự liên kết với nhau trong việc tổ chức nguồn hàng và tiêu thụ hàng hoá, vừa có sự độc lập với nhau trong việc khai thác các thị trường ngoài tỉnh.

- Quy hoạch phát triển thương mại theo không gian trên địa bàn tỉnh Hà Giang đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 sẽ được phân bố căn cứ vào thực trạng và triển vọng phát triển kinh tế - xã hội của từng vùng cụ thể:

- Khu vực thành phố Hà Giang; tại trung tâm các huyện phát triển trong tỉnh như Bắc Quang, Vị Xuyên, Quang Bình; trong khu kinh tế cửa khẩu Thanh Thủy; và khu du lịch Cao nguyên đá Đồng Văn.

+ Tập trung phát triển các loại hình thương mại hiện đại trên cơ sở xây mới hoặc nâng cấp các cơ sở thương mại cũ.

+ Loại hình thương mại truyền thống còn tồn tại là các chợ bán buôn bán lẻ hạng I, II; chợ dân sinh phục vụ nhu cầu tiêu dùng thiết yếu của nhân dân.

- Khu vực các huyện

+ Loại hình thương mại hiện đại sẽ được phát triển ở khu vực trung tâm huyện, khu dân cư đông đúc trong cả thời kỳ đến năm 2020 và các năm tiếp theo trên cơ sở xây mới hoặc nâng cấp cải tạo các cơ sở thương mại cũ.

+ Loại hình thương mại truyền thống sẽ vẫn được chú trọng phát triển như: Xây mới chợ ở những nơi nhân dân có nhu cầu, nâng cấp, cải tạo những chợ đã xuống cấp, đảm bảo đến năm 2018, cơ bản có đủ chợ phục vụ cho nhu cầu mua bán của nhân dân trên địa bàn.

2. Quy hoạch phát triển các loại hình tổ chức thương mại chủ yếu trên địa bàn tỉnh Hà Giang đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

- Phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Hà Giang sẽ được thực hiện theo quyết định số 5279/QĐ-UBND ngày 11 tháng 12 năm 2009 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt Quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn tỉnh Hà Giang đến năm 2020.

- Phát triển mạng lưới cửa hàng kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng: Việc phát triển hệ thống kinh doanh LPG trên địa bàn tỉnh phải tuân thủ Quyết định số 414/QĐ-UBND ngày 07/3/2013 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt Quy hoạch phát triển hệ thống kinh doanh LPG trên địa bàn tỉnh Hà Giang đến năm 2020, định hướng đến năm 2025.

- Phát triển mạng lưới cửa hàng kinh doanh xăng dầu: Đến năm 2015, phát triển mạng lưới kinh doanh xăng dầu theo Quyết định số 1739/QĐ-UBND ngày 06/7/2007 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt Quy hoạch phát triển mạng lưới kinh doanh xăng dầu tỉnh Hà Giang đến năm 2015.

- Phát triển hệ thống cửa hàng đại lý bán lẻ: Các cửa hàng bán lẻ sẽ phát triển trên khắp địa bàn, đặc biệt ở các khu thương mại - dịch vụ ở trung tâm thành phố, trung tâm huyện và trung tâm các thị xã sẽ phát triển trong tương lai.

V. NHU CẦU VỐN ĐẦU TƯ

Tổng nhu cầu vốn đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại chủ yếu là 388,5 tỷ đồng, cụ thể như sau:

1. Chợ: Nhu cầu vốn đầu tư phát triển mạng lưới chợ đầu mối, chợ hạng I, II của tỉnh là 113,5 tỷ đồng.

2. Trung tâm thương mại và Siêu thị: Nhu cầu vốn đầu tư là 155 tỷ đồng, trong đó: Vốn phát triển mạng lưới trung tâm thương mại là 65 tỷ đồng; vốn phát triển mạng lưới siêu thị là 90 tỷ đồng.

3. Trung tâm hội chợ triển lãm, trung tâm logistics, kho hàng công và trung tâm thông tin thương mại: Nhu cầu vốn đầu tư là 120 tỷ đồng, trong đó: Vốn phát triển trung tâm hội chợ triển lãm là 30 tỷ đồng; vốn phát triển trung tâm logistics là 50 tỷ đồng; vốn phát triển kho hàng công là 30 tỷ đồng; vốn phát triển Trung tâm thông tin thương mại là 10 tỷ đồng.

VI. NHU CẦU SỬ DỤNG ĐẤT

Tổng nhu cầu sử dụng đất phát triển kết cấu hạ tầng thương mại chủ yếu của tỉnh là 468.500 m², cụ thể như sau:

- Nhu cầu sử dụng đất đối với mạng lưới chợ đầu mối, chợ hạng I, II là 127.700 m²;
- Nhu cầu sử dụng đất đối với mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị là 153.800 m² (trong đó trung tâm thương mại là 63.800 m² và siêu thị là 90.000 m²)
- Nhu cầu sử dụng đất đối với các trung tâm hội chợ triển lãm, trung tâm logistics, kho hàng công và trung tâm thông tin thương mại là 187.000 m² (trong đó trung tâm hội chợ triển lãm là 68.000 m²; trung tâm logistics là 87.000 m²; kho hàng công là 30.000 m²; và Trung tâm thông tin thương mại là 2.000m²).

VII. DANH MỤC DỰ ÁN THƯƠNG MẠI ƯU TIÊN ĐẦU TƯ

T T	Danh mục dự án	Diện tích (m²)	Vốn đầu tư (Tỷ đồng)
I	Chợ	77.700	82,5
1	Chợ trung tâm thành phố Hà Giang	10.000	2
2	Chợ thị trấn Việt Quang, huyện Bắc Quang	5.000	1,5
3	Chợ thị trấn Vinh Quang, huyện Hoàng Su Phì	5.000	1,5
4	Chợ thị trấn Tam Sơn, huyện Quản Bạ	5.000	1,5
5	Chợ thị trấn Yên Minh, huyện Yên Minh	5.000	1,5
6	Chợ đầu mối hoa quả xã Hùng An, huyện Bắc Quang	5000	2
7	Chợ đầu mối nông sản Km 38 - Tân Xà Phìn, xã Nậm Ty, huyện Hoàng Su Phì	15.000	12
8	Chợ cửa khẩu mốc 198 Xín Mần, huyện Xín Mần	5000	3
9	Chợ thị trấn Yên Bình, huyện Quang Bình	12.700	2,5
10	Chợ thị trấn Cốc Pài, huyện Xín Mần	10.000	55
II	Trung tâm Thương mại	54.300	55
1	Trung tâm thương mại, phường Trần Phú, thành phố Hà Giang	13.800	32,5

2	Trung tâm thương mại, xã Phương Độ, thành phố Hà Giang	30.000	11,5
3	Trung tâm thương mại, thị trấn Việt Quang, huyện Bắc Quang	10.500	11
III	Siêu thị	30.000	30
1	Siêu thị tổng hợp, thành phố Hà Giang	10.000	10
2	Siêu thị tổng hợp, Khu kinh tế cửa khẩu Thanh Thủy	5.000	5
3	Siêu thị tổng hợp, thị trấn Yên Phú, huyện Bắc Mê	5.000	5
4	Siêu thị tổng hợp, thị trấn Vĩnh Tuy, huyện Bắc Quang	5.000	5
5	Siêu thị tổng hợp, thị trấn Đồng Văn	5.000	5
IV	Kho hàng công	30.000	30
1	Kho hàng công Hoàng Su Phì	15.000	15
2	Kho hàng công Quản Bạ	15.000	15
Tổng cộng		192.000	197,5

VIII. CÁC CHÍNH SÁCH, GIẢI PHÁP VÀ TÔ CHỨC THỰC HIỆN QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030

1. Chính sách phát triển các loại hình tổ chức thương mại truyền thống và hiện đại

- Phát triển các loại hình thương mại truyền thống theo hướng cải cách để tăng cường năng lực hoạt động của các doanh nghiệp thương mại: Hướng dẫn các doanh nghiệp, thương nhân áp dụng các biện pháp liên doanh, liên kết, mua bán, sáp nhập, cho thuê, đấu thầu kinh doanh, ... nhằm cải cách cơ chế kinh doanh và chế độ sở hữu về tài sản. Hướng dẫn các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ coi trọng công tác quản lý cơ sở, tăng cường hơn nữa quản lý doanh nghiệp, căn cứ vào pháp luật mà xây dựng cơ chế quản lý nội bộ doanh nghiệp như quản lý kinh doanh hàng hoá, quản lý tài chính, quản lý hợp đồng, quản lý nguồn nhân lực,... hoàn thiện các tiêu chuẩn và quy phạm quản lý trong nội bộ doanh nghiệp.

- Phát triển các phương thức lưu thông hiện đại, nâng cao trình độ hiện đại hoá của các doanh nghiệp thương mại: Tích cực thúc đẩy phát triển các phương thức dịch

vụ và hình thức tổ chức kinh doanh theo dạng chuỗi, nhượng quyền kinh doanh, đại lý, vận tải đa phương thức, thương mại điện tử, v.v... Dựa vào các doanh nghiệp thương mại có năng lực cạnh tranh, thúc đẩy hình thành một loạt các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ ưu thế, có thương hiệu dịch vụ nổi tiếng và đa dạng chủ thể đầu tư.

2. Giải pháp phát triển chợ nông thôn gắn với các vùng sản xuất hàng hóa tập trung và đảm bảo đời sống sinh hoạt của nhân dân

- Đối với mạng lưới chợ biên giới: Mạng lưới chợ biên giới có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, ngoài việc đảm bảo việc trao đổi hàng hóa của cư dân vùng biên giới, chợ biên giới còn có vai trò quan trọng trong đảm bảo an ninh, giữ vững chủ quyền biên giới quốc gia. Chính vì vậy, cần tập trung rà soát địa bàn biên giới của tỉnh để nâng cấp, cải tạo các chợ hiện đang hoạt động mà cơ sở vật chất còn thiếu thốn và xác định nhu cầu xây dựng mới chợ biên giới ở các xã biên giới, nơi nhân dân có nhu cầu mở chợ.

- Đối với mạng lưới chợ cửa khẩu: Trên cơ sở hệ thống cửa khẩu trên địa bàn tỉnh (cửa khẩu Thanh Thủy ở cấp Quốc tế; 3 cửa khẩu phụ: Sầm Pun, Phó Bảng và Xín Mần) để kêu gọi các doanh nghiệp trong nước, trong tỉnh đầu tư xây dựng chợ cửa khẩu, chợ trong khu kinh tế cửa khẩu ở quy mô loại II là phù hợp.

- Đối với mạng lưới chợ nông thôn gắn với các vùng sản xuất hàng hóa tập trung: nghiên cứu, xác định khả năng cung ứng hàng nông sản, hoa quả hàng hóa (ngoài cung ứng cho thị trường nội tỉnh, có khả năng sản xuất hàng hóa cung ứng cho thị trường ngoại tỉnh và các tỉnh giáp biên giới với Trung Quốc) để xây dựng mới hoặc nâng cấp cải tạo các chợ hiện có thành các chợ đầu mối nông sản tổng hợp hoặc chuyên doanh để giúp nhân dân trong địa phương có địa điểm giao dịch mua bán hàng hóa tập trung.

- Đối với mạng lưới chợ dân sinh ở địa bàn nông thôn: Rà soát mạng lưới chợ nông thôn trên địa bàn tỉnh, kêu gọi đầu tư của các doanh nghiệp hoặc phát triển theo hình thức Hợp tác Công - Tư (PPP) nhằm đảm bảo cho nhân dân trên địa bàn có đủ chợ dân sinh phục vụ đời sống hàng ngày (tuy nhiên, với đặc thù là tỉnh có nhiều đồng bào dân tộc sinh sống, việc duy trì chợ phiên vẫn là mô hình được chú trọng trong thời kỳ đến năm 2020; do vậy, không nhất thiết mỗi xã phải có một chợ mà có thể xây dựng 1 chợ phục vụ cho nhiều xã). Quy mô xây dựng chợ loại III là phù hợp.

- 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 thực hiện tốt cuộc vận động của Bộ Chính trị: “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

3. Chính sách khuyến khích xuất khẩu

- Trên cơ sở quy hoạch sử dụng đất, các quy hoạch phát triển ngành, có kế hoạch thu hút các doanh nghiệp đầu tư sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu.
- Tổ chức thực hiện 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.
- Thực hiện tốt các nội dung cơ bản của hoạt động xúc tiến thương mại như: Giới thiệu doanh nghiệp và tìm kiếm bạn hàng; giới thiệu và phổ biến thông tin thị trường trong và nước ngoài; tổ chức hướng dẫn doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm thương mại; tổ chức thực nghiệm và giới thiệu các hình thức thương mại mới như thương mại điện tử, đặt hàng qua bưu điện, kinh doanh trên thị trường kỳ hạn hàng hoá; hợp tác quốc tế về xúc tiến thương mại để mở rộng khả năng phát triển thị trường.
- Xây dựng hệ thống thông tin thị trường để cung cấp cho các doanh nghiệp.

4. Giải pháp thu hút vốn phát triển thương mại

Để đạt được các chỉ tiêu phát triển thương mại tỉnh Hà Giang từ nay đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 cần một lượng vốn đầu tư lớn cho việc phát triển kết cấu hạ tầng của ngành thương mại. Nguồn vốn hỗ trợ của nhà nước còn hạn chế, vì vậy, cần có chính sách và giải pháp huy động vốn từ nhiều nguồn. Để tăng cường khả năng huy động các nguồn vốn xã hội vào đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh, ngoài các chính sách ưu đãi chung áp dụng đối với các chủ đầu tư xây dựng chợ thuộc các thành phần kinh tế được hưởng theo quy định của nhà nước, có thể ban hành các chính sách ưu đãi riêng (phù hợp với qui định của pháp luật) để khuyến khích các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế trong và ngoài nước tham gia đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn theo quy hoạch, cụ thể như: Chính sách đất đai; Chính sách tài chính, tín dụng;...

Giai đoạn từ nay đến 2020, tầm nhìn đến năm 2030 hoạt động thương mại của tỉnh Hà Giang sẽ phát triển theo hướng kết hợp các loại hình tổ chức thương mại truyền thống và hiện đại như chợ, mạng lưới cửa hàng, trung tâm thương mại, siêu thị, đường phố thương mại, trung tâm hội chợ - triển lãm... với sự tham gia của các loại hình doanh nghiệp thương mại thuộc các thành phần kinh tế trong và ngoài tỉnh.

5. Đổi mới phương thức và năng lực quản lý nhà nước đối với phát triển thương mại trên địa bàn

Với những nhiệm vụ và quyền hạn của Sở Công Thương hiện nay, đòi hỏi cần phải tăng cường năng lực quản lý của Sở trên các phương diện như:

- Bảo vệ người tiêu dùng và khuyến khích người Việt dùng hàng Việt.
- Xây dựng và triển khai thực hiện chiến lược và quy hoạch, chương trình, kế hoạch phát triển thương mại của địa phương.
- Xây dựng và phát triển các hệ thống thị trường hàng hoá trên địa bàn.
- Phối hợp liên ngành để quản lý ngành trong điều kiện kinh tế thị trường...
- Đẩy mạnh hơn nữa việc thực hiện cải cách hành chính, nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn; 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 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 phương pháp quản lý thị trường đảm bảo môi trường cạnh tranh bình đẳng.
- 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. Không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của đội ngũ lao động thương mại.

6. Mở rộng liên kết, hợp tác phát triển thương mại

6.1. Giải pháp thúc đẩy và nâng cao hiệu quả liên kết giữa Hà Giang với thị trường các địa phương khác trong nước

- 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 đặc biệt là thị trường vùng thủ đô Hà Nội 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 tỉnh.
- Tiến hành trao đổi, ký kết các thoả thuận cấp tỉnh giữa Hà Giang và các địa phương khác về mua bán sản phẩm hàng hoá, có thể là cung ứng nguyên vật liệu và nhận tiêu thụ lại một phần sản phẩm, hay những cam kết xây dựng quan hệ khách hàng ổn định, lâu dài.
- Nghiên cứu đưa ra các điều kiện ưu đãi cho các địa phương có mối quan hệ liên kết thương mại với tỉnh.

Bên cạnh các mối liên kết thị trường nêu trên, Hà Giang duy trì và mở rộng các mối liên kết với các tỉnh và địa phương khác trong cả nước để tạo ra các liên kết bổ sung và phân tán rủi ro khi có biến động lớn ở thị trường chi phối. Quan hệ liên kết

thị trường giữa tỉnh với các địa phương khác trước hết hướng vào việc trao đổi sản phẩm hàng hoá hai chiều.

- Đối với thị trường nông thôn, trước hết cần có chính sách đảm bảo cho nông dân bán được các sản phẩm nông nghiệp, mua vật tư cho sản xuất, hàng tiêu dùng cho sinh hoạt được thuận lợi, giá cả hợp lý.

6.2. Giải pháp thúc đẩy liên kết giữa thị trường Hà Giang với các thị trường ngoài nước có tính chiến lược

- Tăng cường liên kết và xúc tiến hoạt động hợp tác với các nước trong khu vực ASEAN và Trung Quốc.

- Có chế độ chính sách khuyến khích thoả đáng các hoạt động môi giới, trợ giúp tiếp cận thâm nhập thị trường mới.

- Khuyến khích khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp của Hà Giang, từng bước xây dựng và phát triển hệ thống phân phối hiện đại.

- Trên cơ sở các hiệp định cấp quốc gia, các văn bản thoả thuận từ các cuộc đàm phán cấp chính phủ giữa Việt Nam với các nước khác, tỉnh triển khai nghiên cứu các điều khoản chi tiết để vận dụng thích hợp với các điều kiện của tỉnh, tìm cách tiếp cận nhanh nhất với thị trường nước ngoài để tiến hành các giao dịch thương mại.

- Nghiên cứu để lựa chọn thị trường xuất, nhập khẩu thích hợp với khả năng và lợi thế của tỉnh. Đối với thị trường xuất khẩu, do hạn chế về chủng loại và chất lượng mặt hàng, nên tập trung vào các thị trường gần, truyền thống như ASEAN, Trung Quốc.

7. Giải pháp về nguồn nhân lực phát triển thương mại

- Coi trọng bồi dưỡng đào tạo nguồn nhân lực của ngành thương mại. Cần có chính sách hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực cho ngành thương mại để khuyến khích phát triển tiềm năng cho các nhà kinh doanh, thúc đẩy nâng cao trình độ công nghệ kinh doanh, tăng cường khả năng ứng dụng công nghệ mới trong quản lý kinh doanh.

- Khuyến khích, tạo điều kiện cho các nhà quản lý 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.

8. Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại

- Thực hiện tốt các nội dung cơ bản của hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển xuất khẩu, thị trường trong nước, thương mại miền núi, biên giới và hải đảo (căn

cứ Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15 tháng 11 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện chương trình xúc tiến thương mại quốc gia) như tạo cơ hội kinh doanh cho các doanh nghiệp; tư vấn kinh doanh cho các doanh nghiệp.

- Giới thiệu doanh nghiệp và tìm kiếm bạn hàng, thông qua tổ chức các đoàn doanh nghiệp giao tiếp với bạn hàng nước ngoài và ngược lại để các doanh nghiệp trong tỉnh tìm kiếm bạn hàng.

- Giới thiệu và phổ biến thông tin thị trường, tiềm năng, thế mạnh và những ưu đãi đầu tư của tỉnh thông qua hệ thống báo chí, đĩa CD, mạng thông tin; tổ chức hướng dẫn doanh nghiệp của tỉnh tham gia hội chợ triển lãm thương mại trong nước và quốc tế.

9. Giải pháp bảo vệ môi trường của ngành thương mại

- Đảm bảo các tiêu chuẩn của Việt Nam về thiết kế chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, chợ đầu mối bán buôn nông sản... Phối hợp chặt chẽ với ngành Tài nguyên và Môi trường và ngành Xây dựng trong việc đảm bảo số lượng và chất lượng các hạng mục công trình cần thiết như: Hệ thống cấp thoát nước; hệ thống thu gom, xử lý rác thải; hệ thống xử lý nước thải...

- Quy định về phân công trách nhiệm, phối hợp quản lý giữa các ban, ngành, tổ chức tại địa phương 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.

- Tuyên truyền nâng cao nhận thức trong ngành về trách nhiệm bảo vệ môi trường, đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ cho các cán bộ làm công tác môi trường.

- Phối hợp liên ngành trong việc đảm bảo các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm đối với hàng hoá lưu thông trên thị trường.

- Khuyến khích người bán và người mua sử dụng bao bì và bao gói thân thiện với môi trường.

- Hỗ trợ và tư vấn cho khách hàng để trở thành người tiêu dùng thông thái.

10. Giải pháp ứng phó với tình trạng biến đổi khí hậu toàn cầu ảnh hưởng đến phát triển kinh tế nói chung và thương mại nói riêng của tỉnh

Khi thiết kế, quy hoạch xây dựng hạ tầng cơ sở thương mại cũng như các cơ sở sản xuất, kinh doanh, cần chú ý đến vị trí xây dựng để tránh các trường hợp sạt lở đất và lũ quét.

Điều 2. Tổ chức thực hiện Quy hoạch

1. Sở Công Thương là cơ quan đầu mối chịu trách nhiệm giúp Ủy ban nhân dân tỉnh quản lý và tổ chức thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại tỉnh Hà

Giang đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; công bố rộng rãi quy hoạch được duyệt. Định kỳ hàng năm tổng hợp, báo cáo tình hình thực hiện và các vấn đề phát sinh trình Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét điều chỉnh cho phù hợp.

2. Giám đốc các sở, thủ trưởng các ban, ngành căn cứ vào chức năng nhiệm vụ của đơn vị cùng với Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố tổ chức, chỉ đạo thực hiện các dự án theo mục tiêu, nội dung Quy hoạch.

3. Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố căn cứ nội dung Quy hoạch phối hợp với các sở, ban, ngành trong việc lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện Quy hoạch.

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

Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân tỉnh, Thủ trưởng các sở, ban, ngành của tỉnh; Chủ tịch Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

CHỦ

TỊCH

Đàm Văn Bông