

**QUYẾT ĐỊNH CỦA ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ
Về duyệt quy hoạch phát triển hệ thống mạng lưới Chợ-Siêu thị-
Trung tâm thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh
đến năm 2010.**

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

- Căn cứ Luật tổ chức Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân ngày 21 tháng 6 năm 1994 ;

- Căn cứ Quyết định số 123/1998/QĐ-TTg ngày 10 tháng 7 năm 1998 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt điều chỉnh quy hoạch chung thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2020 ;

- Căn cứ Chỉ thị số 1109/TM-CSTNTN, ngày 16 tháng 3 năm 2000 của Bộ Thương mại về quy hoạch mạng lưới chợ và Công văn số 2180/UB-TM ngày 23 tháng 6 năm 2000 của Ủy ban nhân dân thành phố về chấp thuận đề cương đề án quy hoạch phát triển chợ ;

- Căn cứ Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14 tháng 01 năm 2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ ;

- Xét tờ trình số 2481/TM-DV ngày 28 tháng 7 năm 2003 của Sở Thương mại về việc phê duyệt đề án quy hoạch phát triển mạng lưới Chợ-Siêu thị-Trung tâm thương mại trên địa bàn thành phố đến năm 2010 ;

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1.- Phê duyệt quy hoạch phát triển hệ thống mạng lưới Chợ-Siêu thị-Trung tâm thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2010.

Điều 2.- Tổ chức thực hiện :

1. Trong quá trình điều chỉnh quy hoạch chung, quy hoạch tổng thể mặt bằng thành phố và quy hoạch chi tiết từng khu vực ở địa bàn quận-huyện, Sở Quy hoạch-Kiến trúc có trách nhiệm thực hiện quy hoạch hệ thống mạng lưới Chợ-Siêu thị-Trung tâm thương mại của thành phố đến năm 2010 đã được phê duyệt.

2. Việc quản lý phát triển hệ thống mạng lưới Chợ-Siêu thị-Trung tâm thương mại của thành phố, cần tập trung thực hiện thống nhất như sau :

+ Tất cả các dự án đầu tư xây dựng mới hoặc cải tạo, sửa chữa lớn, nâng cấp Chợ-Siêu thị-Trung tâm thương mại phải đúng theo quy hoạch đã được phê duyệt.

+ Nhanh chóng rà soát lại các Chợ-Siêu thị-Trung tâm thương mại trên địa bàn thành phố hoạt động không hiệu quả, cơ sở vật chất xuống cấp, không đảm bảo vệ sinh môi trường-vệ sinh thực phẩm-an toàn phòng cháy chữa cháy-an ninh trật tự xã hội, không phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế-xã hội, để có kế hoạch xử lý, giải tỏa, di dời, sắp xếp cho phù hợp từ nay đến hết năm 2010.

Điều 3.- Sở Thương mại thành phố chịu trách nhiệm phối hợp với Sở Quy hoạch-Kiến trúc, các Sở ngành liên quan và Ủy ban nhân dân các quận-huyện tiến hành nghiên cứu các chương trình đầu tư, các dự án xây dựng cụ thể nhằm thực thi có hiệu quả quy hoạch được phê duyệt.

Điều 4.- Chánh Văn phòng Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân thành phố, Giám đốc Sở Thương mại, Giám đốc Sở Quy hoạch-Kiến trúc, Giám đốc Sở Kế hoạch và Đầu tư, Giám đốc Sở Tài chính-Vật giá, Giám đốc Sở Tài nguyên và Môi trường, Giám đốc Sở Xây dựng, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các quận-huyện và Giám đốc các sở-ngành liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận :

- Như điều 4
- Thường trực Thành ủy
- Thường trực HĐND.TP
- TTUB : CT, các PCT
- VPHĐ-UB : các PVP,
- Các Tổ NCTH
- Lưu (TM/L)

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

Huỳnh Thị Nhân

NỘI DUNG
QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ-
SIÊU THỊ-TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐẾN NĂM 2010.

(Ban hành kèm theo Quyết định số 144 A /2003/QĐ-UB
ngày 11 tháng 8 năm 2003 của Ủy ban nhân dân thành phố)

PHẦN THỨ NHẤT

HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ,
TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH .

**I.- ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN, KINH TẾ-XÃ HỘI ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ
HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI
TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH :**

1. Vị trí địa lý :

Thành phố Hồ Chí Minh có vị trí hết sức thuận lợi cho phát triển kinh tế-xã hội nói chung và thương mại-dịch vụ nói riêng. Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm của cả khu vực kinh tế, tiếp giáp với nhiều khu vực sản xuất hàng hóa lớn nhất của cả nước. Thành phố Hồ Chí Minh tiếp giáp với vùng Đồng bằng sông Cửu Long, là vựa lúa, trái cây, cá đồng, tôm, cá biển của cả nước và nhiều loại nông sản thực phẩm khác. Thành phố Hồ Chí Minh tiếp giáp với vùng Đông Nam bộ, là khu vực trồng cây công nghiệp, sản xuất công nghiệp lớn nhất cả nước. Đặc biệt, vị trí thành phố Hồ Chí Minh rất thuận lợi trong việc tiếp nhận các loại hải sản đánh bắt, nuôi trồng từ biển ở khu vực miền Trung và miền Tây theo những thời vụ khác nhau. Thành phố Hồ Chí Minh tiếp giáp với Biển Đông, rất thuận lợi cho việc giao lưu buôn bán quốc tế. Thành phố Hồ Chí Minh còn là cầu nối giữa đồng bằng sông Cửu Long với các vùng còn lại của cả nước và ngược lại ; vì vậy, thành phố Hồ Chí Minh là nơi trung chuyển hàng hóa tốt nhất.

Những yếu tố trên đã đóng vai trò rất quan trọng trong việc hình thành và phát triển chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh.

2. Giao thông, cảng :

Thành phố Hồ Chí Minh là một trung tâm giao thông vận tải cả nước. Do điều kiện tự nhiên và lịch sử, thành phố được xây dựng trên giao lộ nối liền giữa miền Đông và miền Tây Nam Bộ, nối liền với miền Trung và miền Bắc với trục đường Quốc lộ A1 và với các nước Đông Nam Á với đường Xuyên Á. Trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh có hệ thống giao thông ngày càng phát triển cả về đường bộ, đường sắt, đường sông và đường hàng hải quốc tế.

Thành phố có hệ kho tàng bến bãi rất phát triển đáp ứng được nhu cầu vận chuyển liên vùng. Tính đến năm 2000, hệ thống cảng Sài Gòn có trên 100.000m² kho và 325.000 m² bãi chứa hàng. Đội tàu biển của thành phố có 54 chiếc với tổng trọng tải 218.531 DWT, trọng tải trung bình là 4.047 DWT/chiếc gấp 3,4 lần bình quân cả nước.

Năng lực hoạt động các cảng biển khu vực thành phố Hồ Chí Minh rất lớn. Tổng lượng hàng hóa thông qua các cảng đi các nơi năm 2000 đạt trên 25 triệu tấn.

3. Về xã hội :

3.1- Dân số và sự gia tăng dân số trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh:

Dân số trên địa bàn thành phố trong những năm qua có tỷ lệ tăng bình quân trên 2%/năm giai đoạn 1996-2001. Bình quân mỗi năm dân số trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh tăng khoảng 105 ngàn người ; trong đó, tăng cơ học khoảng 40 ngàn người.

BẢNG : BIẾN ĐỘNG DÂN SỐ TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

	ĐVT	1996	1997	1998	1999	2000	2001
1. Dân số TP.HCM	1000 Ng	4.749	4.852	4.958	5.064	5.175	5.285
2. Tỷ lệ tăng dân số	%	2,34	2,19	2,17	2,14	2,19	2,14
2.1- Tăng tự nhiên	%	1,42	1,4	1,38	1,35	1,34	1,3
2.2- Tăng cơ học	%	0,92	0,79	0,79	0,79	0,85	0,84
3. Mức tăng dân số	1000 Ng	108,5	104	105,3	106	110,9	110,7
3.1- Tăng cơ học	1000 Ng	42,7	37,5	38,3	39,2	43,0	43,5

(Ng : người)

Nguồn: Niên giám thống kê thành phố Hồ Chí Minh

Bên cạnh đó, số lượng khách vãng lai, khách du lịch trên địa bàn thành phố cũng rất lớn. Hàng năm thành phố Hồ Chí Minh tiếp nhận khoảng 1 triệu khách du lịch quốc tế và khoảng 3,5 triệu khách du lịch trong nước đến tham quan thành phố.

Dân số đóng vai trò rất lớn trong việc hình thành và phát triển chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh xét trên khía cạnh tích cực lẫn tiêu cực. Về mặt tích cực, sự gia tăng dân số, gia tăng khách du lịch đã góp phần thúc đẩy việc tiêu thụ hàng hóa, kích thích phát triển sản xuất, tạo công ăn việc làm cho người lao động. Tổng mức hàng hóa bán lẻ trong những năm qua luôn đạt mức tăng trưởng khá và chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu tổng mức hàng hóa bán ra đã cho thấy dân số đóng một vai trò nhất định, đặc biệt là khách du lịch.

Thành phố Hồ Chí Minh là nơi hội tụ dân cư của nhiều vùng khác nhau trên cả nước với nhiều phong tục tập quán khác nhau, đã tạo nên sự phong phú về hàng hóa được mua bán ở các chợ. Đã hình thành nhiều khu vực chuyên buôn bán hàng hóa của một số vùng trong nước như các loại rau củ quả của miền Bắc phục vụ cho dân cư miền Bắc sinh sống ở thành phố Hồ Chí Minh. Ngoài ra, dân số người Hoa chiếm tỷ trọng khá cao trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Theo kết quả điều tra dân số năm 1999, dân tộc Hoa chiếm 8,5% tổng dân số trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, tập trung chủ yếu ở các quận 5, 6, 11. Đặc điểm sinh hoạt của người Hoa cho đến bây giờ vẫn thích mua những loại thực phẩm tươi sống về chế biến thành các loại thức ăn nóng hàng ngày hơn là mua thực phẩm đã chế biến sẵn. Những điều này đã góp phần cho chợ trên địa bàn thành phố phát triển nhanh về số lượng và phong phú về chủng loại hàng hóa.

Tuy nhiên, việc gia tăng dân số, nhất là dân nhập cư đã ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển và hoạt động của chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Số lượng chợ phát triển không tương xứng với sự gia tăng dân số, nhất là các khu dân cư mới hình thành, các khu chế xuất khu công nghiệp,... đã dẫn đến việc hình thành các chợ tự phát. Mặt khác, một bộ phận dân cư (kể cả dân tại chỗ và dân nhập cư) không có công ăn việc làm thường tụ tập vào các chợ, các khu vực đông dân cư để buôn bán kiếm sống qua ngày dẫn đến hình thành các chợ tự phát ở nhiều khu vực, kể cả những khu vực chung quanh chợ chính thức. Một bộ phận lớn dân cư trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh còn mang nặng nếp sống và suy nghĩ của người dân thôn quê trong sinh hoạt hàng ngày và mua sắm, đã gây khó khăn cho chính quyền địa phương, Ban quản lý các chợ trong nỗ lực giải tán các chợ tự phát, lấn chiếm lòng lề đường, thực hiện nếp sống văn minh, trật tự đô thị và an toàn giao thông.

3.2- Mức sống dân cư :

Sau gần 15 năm, chuyển đổi cơ chế quản lý kinh tế, chuyển từ nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang nền kinh tế thị trường theo định hướng Xã

hội Chủ nghĩa kinh tế thành phố đạt được sự tăng trưởng đều và ổn định, kiểm soát được lạm phát. Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) bình quân đầu người tăng đều trong giai đoạn 1991-2000 tăng 8,9%/năm - trong đó giai đoạn 1991-1995 tăng 9,9%/năm và giai đoạn 1996-2000 tăng 7,8%/năm (năm 1997-1999) bị ảnh hưởng khủng hoảng tài chính-tiền tệ khu vực).

Thu nhập của người dân thành phố tăng đều qua các năm.

Năm 1997 là 441.349 đồng ; năm 1998 là 477.054 tăng 8,1% ; năm 1999 là 506.100 đồng tăng 6,1% ; năm 2000 là 539.484 đồng tăng 6,6%.

BẢNG THU NHẬP CỦA NGƯỜI DÂN THÀNH PHỐ, CHIA THEO KHU VỰC

Địa phương	1997	1998	1999	2000
Toàn thành phố	441.349	477.054	506.100	539.484
Khu vực thành thị	479.840	519.304	552.280	596.385
Khu vực nông thôn	334.042	362.242	376.021	351.911

Nguồn : Niên giám thống kê 2000.

Thu nhập của người dân ở khu vực thành thị luôn cao hơn người dân ở khu vực nông thôn và khoảng tăng cách biệt ngày càng cao như sau : năm 1997 bằng 143%, năm 1998 bằng 144%, năm 2000 bằng 169%. Số liệu này phản ánh cho thấy mức sống người dân ở khu vực thành thị cao hơn khu vực nông thôn.

Về cơ cấu chi tiêu một người một tháng : Chi cho ăn uống cao nhất, khoảng 45-48% tổng chi, kể đến chi cho nhà ở, điện nước thiết bị, đồ dùng khoảng 22-24%, chi cho học hành, y tế, vui chơi giải trí thấp.

Mức sống dân cư của người dân thành phố trong những năm qua đã ảnh hưởng lớn đến hoạt động kinh doanh khu vực thương mại-dịch vụ nói chung và chợ nói riêng. Mức sống dân cư mặc dù đã được nâng lên nhưng nhìn chung vẫn còn thấp, nhất là khu vực nông thôn ; công nhân làm việc ở các khu công nghiệp, khu chế xuất; lao động thủ công ; công chức Nhà nước,... chi tiêu chủ yếu là cho hoạt động ăn uống hàng ngày với chất lượng hàng hóa ở mức trung bình, giá rẻ. Các kết quả khảo sát về nhu cầu mua sắm trong thời gian qua cho thấy người dân đến các chợ để mua hàng hóa, nhất là hàng thực phẩm tươi sống, hàng lương thực vẫn còn chiếm tỷ trọng lớn. Điều này cho thấy chợ vẫn đóng vai trò quan trọng trong đời sống của nhân dân thành phố. Tuy nhiên, xét trên khía cạnh tiêu cực, mức sống dân cư thấp gây nhiều khó khăn trong việc tiêu thụ các loại thực phẩm an toàn, dẫn đến việc các loại thực phẩm này vẫn chưa thâm nhập được vào các chợ do giá cả cao hơn và những hiểu biết của người lao động về thực phẩm an toàn còn nhiều

hạn chế. Như vậy, mức sống dân cư thấp cũng là một trong những nguyên nhân quan trọng ảnh hưởng đến việc cải tiến chất lượng hàng hóa buôn bán ở các chợ. Mặt khác, mức sống dân cư thấp cũng là một trong những nguyên nhân gây khó khăn trong việc giải tỏa các chợ tự phát.

Tuy nhiên, trong những năm qua cũng đã diễn ra sự phân hóa về mức sống dân cư trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Một bộ phận dân cư có mức sống cao đã được hình thành và qui mô ngày càng lớn ; tầng lớp này có những nhu cầu về những loại hàng hóa chất lượng cao từ hàng tiêu dùng đến hàng lương thực, thực phẩm, các loại thực phẩm an toàn,... Thói quen mua sắm ở các siêu thị, trung tâm thương mại đã xuất hiện ở tầng lớp dân cư có mức thu nhập từ trung bình trở lên. Những kết quả khảo sát cũng cho thấy các hộ gia đình có thu nhập cao đến siêu thị một vài lần trong tuần nhưng lại mua hàng với khối lượng lớn ; trong khi đó, những hộ gia đình có thu nhập trung bình đến các siêu thị thường xuyên nhưng khối lượng hàng hóa mua thấp. Điều này cho thấy một xu hướng mua sắm mới đã hình thành và từng bước phát triển trên địa bàn thành phố. Đó là mua sắm ở các siêu thị, trung tâm thương mại của bộ phận dân cư có thu nhập cao, lan tỏa đến bộ phận dân cư có thu nhập khá và trung bình.

4. Về kinh tế :

Tăng trưởng kinh tế :

Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh có những bước tăng trưởng đáng kể giai đoạn 1991-2000. Tuy nhiên, trong những năm gần đây tăng trưởng kinh tế có xu hướng chậm lại.

Tốc độ tăng trưởng GDP bình quân :

Thời kỳ 1991-2000 là 11,4%/năm.

Giai đoạn 1991-1995 là 12,6%/năm

Giai đoạn 1996-2000 là 10,2%/năm.

**BẢNG TỐC ĐỘ TĂNG GDP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
THEO KHU VỰC KINH TẾ**

Khu vực	Tốc độ (%)			
	1991 - 2000	1991 - 1995	1996 - 2000	2001-2002
Toàn TP	11,4	12,6	10,2	9,8
Khu vực I (nông nghiệp)	2,5	4,0	1,0	4,7
Khu vực II (CN & XD)	14,7	16,2	13,2	12,0
Khu vực III (TM-DV)	9,8	11,2	8,4	8,3

Nguồn : Niên giám thống kê Thành phố Hồ Chí Minh năm 2000, Báo cáo của Cục Thống kê 2002.

4.1- Phát triển thương mại-dịch vụ :

Ngành thương nghiệp cung cấp phần lớn nguyên vật liệu cho các nhà sản xuất trên địa bàn thành phố đồng thời tiêu thụ phần lớn sản phẩm do các doanh nghiệp sản xuất ra. Trên 90% sản phẩm sản xuất ra được tiêu thụ thông qua ngành thương nghiệp. Sự đầu tư mạnh cơ sở vật chất ngành thương nghiệp trong thời gian qua như các trung tâm thương mại, siêu thị, chợ đầu mối và chợ các loại, cửa hàng... đã làm gia tăng đáng kể tổng mức hàng hóa bán lẻ trên thị trường. Điều này có ảnh hưởng tích cực đến nhà sản xuất.

4.1.1- Nội thương :

Tổng mức hàng hóa bán ra trong những năm qua có nhiều chuyển biến đáng kể về cơ cấu hàng hóa bán ra trên thị trường. Giai đoạn 1991-1995 tổng mức hàng hóa bán ra có sự gia tăng đáng kể và bán buôn luôn luôn có tỷ lệ cao hơn bán lẻ. Điều này cho thấy vai trò trung tâm về thương mại-dịch vụ của thành phố đối với cả nước. Thành phố có nhiều chợ đầu mối bán buôn, chuyên cung cấp hàng hóa cho các tỉnh trong vùng và khu vực phía Bắc. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, tỷ trọng bán lẻ có xu hướng gia tăng do sự phát triển nhanh của mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại. Tổng mức hàng hóa bán ra tăng mạnh do sức mua gia tăng nhanh từ khu vực đầu tư nước ngoài và từ các hộ gia đình. Các hình thức khuyến mãi và bán trả góp đóng vai trò quan trọng trong việc tăng lượng hàng hóa bán ra.

BẢNG CƠ CẤU TỔNG MỨC HÀNG HÓA BÁN RA TRÊN ĐỊA BÀN

	Giá trị (tỷ đồng)			Cơ cấu (%)		
	1990	1995	2001	1990	1995	2001
Tổng mức hàng hóa bán ra	8.087	90.904	151.524	100	100	100
Bán buôn	4.539	56.062	89.626	56,1	61,7	59,1
Bán lẻ	3.548	34.842	61.898	43,9	38,3	40,9

Nguồn : Niên giám thống kê năm 2000.

Mạng lưới hoạt động thương nghiệp trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh hiện nay bao gồm hệ thống các chợ, các cửa hiệu, các siêu thị và các trung tâm thương mại. Thành phố là trung tâm bán buôn đồng thời cũng là trung tâm bán lẻ, cơ cấu bán lẻ chiếm từ 38 đến 43% doanh số bán ra. Thành phố Hồ Chí Minh có 10 chợ đầu mối chuyên doanh hàng nông-hải sản-rau

quả-cung cấp hàng hóa cho các chợ lẻ trên địa bàn thành phố và các tỉnh trong vùng. Ngoài ra còn nhiều chợ bán buôn chuyên doanh một số mặt hàng chính yếu về công nghệ phẩm như chợ Soái Kinh Lâm, chợ Bình Tây, Kim Biên, chợ Bến Thành...

4.1.2- Ngoại thương :

Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm kinh tế, là đầu mối giao lưu đối ngoại qua hệ thống cảng biển và cảng hàng không Tân Sơn Nhất. Thành phố Hồ Chí Minh chiếm vị trí hàng đầu về ngoại thương trong cả nước, kim ngạch xuất khẩu đạt 32,6%, nhập khẩu đạt 36,4% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu toàn quốc.

- Về xuất khẩu :

Tốc độ tăng bình quân kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn thành phố :

Thời kỳ 1991-2000 là : 23,3%/năm.

Giai đoạn 1991-1995 là : 27,0%/năm.

Giai đoạn 1996-2000 là : 19,5%/năm.

Giá trị kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn thành phố có xu hướng gia tăng trong những năm qua. Năm 1995 kim ngạch xuất khẩu đạt 2,6 tỷ USD, năm 2000 đạt 6,4 tỷ USD.

- Về nhập khẩu :

Mức tăng kim ngạch nhập khẩu cả thời kỳ 1991-2000 bình quân đạt 15,2%/ năm ; trong đó giai đoạn 1991-1995 tăng 24,6% phản ánh sự phát triển sản xuất và sự tăng mức sống của người dân thành phố. Cơ cấu nhập khẩu chuyển dần theo hướng tích cực giảm tỷ trọng kim ngạch nhập hàng tiêu dùng, nhưng tỷ trọng nhập thiết bị, máy móc, dụng cụ phụ tùng ngày càng giảm, phản ánh ít đổi mới công nghệ sản xuất. Trong khi đó nhập nguyên liệu nhiên liệu chiếm tỷ trọng ngày càng cao.

Tình hình phát triển kinh tế trong thời gian qua đã ảnh hưởng đến sự hình thành và phát triển chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Sự tăng trưởng kinh tế thành phố và khu vực dẫn đến việc gia tăng khối lượng hàng hóa sản xuất ra từ đó gia tăng tổng mức hàng hóa bán ra trên thị trường; hàng hóa ngày càng phong phú, đa dạng về chủng loại ; lượng hàng hóa về các chợ cũng nhiều hơn, người tiêu dùng có nhiều cơ hội để lựa chọn. Ngoài ra, lượng hàng hóa nhập khẩu trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có đến 70% được tiêu thụ ở thành phố và khoảng 30% tiêu thụ ở các tỉnh cho thấy sức mua cũng như nhu cầu vật tư nguyên liệu cho sản xuất của người dân trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh là rất lớn.

II.- CÁC KHÁI NIỆM VỀ CHỢ VÀ PHÂN LOẠI CHỢ :

1. Khái niệm về chợ :

- **Theo định nghĩa ở các từ điển tiếng Việt đang lưu hành :** Chợ là nơi công cộng để nhiều người đến mua bán vào những buổi hoặc những ngày nhất định⁽¹⁾; chợ là nơi gặp gỡ nhau giữa cung và cầu các hàng hóa, dịch vụ, vốn ; là nơi tập trung hoạt động mua bán hàng hóa giữa người sản xuất, người buôn bán và người tiêu dùng⁽²⁾ ; chợ là nơi tụ họp để mua bán trong những buổi ngày nhất định⁽³⁾.

- **Theo khái niệm thường dùng trong lĩnh vực thương mại :** chợ là loại hình thương nghiệp truyền thống phát triển khá phổ biến ở nước ta ; chợ là hiện thân của hoạt động thương mại, là sự tồn tại của không gian thị trường mỗi vùng, nhất là vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xã, vùng biên giới và tập trung nhiều nhất ở các vùng đô thị các thành phố lớn.

- Khái niệm về chợ truyền thống, chợ tự phát :

Theo ngành thương mại dùng ước lệ gọi chợ truyền thống và chợ tự phát (không truyền thống)

- *Chợ truyền thống* là chợ được xây dựng từ nhiều chục năm trước đây, đa phần là theo quy hoạch phù hợp với dân số dân cư lúc bấy giờ.

- *Chợ tự phát* là chợ buôn bán chiếm lòng lề đường đa số mới phát sinh trong khoảng từ ba bốn năm trở lại đây, nhiều nhất là từ 1999 tới nay. Do từ 1996 tới nay dân số của thành phố tăng nhanh (tăng cơ học), nhưng chủ yếu là do quản lý trật tự lòng lề đường của phường, quận còn buông lỏng, thiếu cương quyết giải tỏa sắp xếp theo quy hoạch.

- Khái niệm về chợ theo quy định của Nhà nước :

Theo Thông tư 15-TM/CSTTTN ngày 16/10/1996 của Bộ Thương mại : “Chợ là mạng lưới thương nghiệp hình thành và phát triển cùng với sự phát triển của nền kinh tế-xã hội”.

Theo Quyết định số 1117/QĐ-UB-TM ngày 22/7/1993 của Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh : “Chợ là một địa điểm cố định có địa giới được quy định trên địa bàn dân cư có hoặc không có nhà lồng, được thành lập theo quyết định của Ủy ban nhân dân thành phố, tập trung việc mua bán của các thành phần kinh tế, với một hay nhiều ngành hàng, với nhiều phương thức kinh doanh khác nhau được luật pháp cho phép ; là nơi lưu thông hàng hóa

¹ Theo §11 Từ điển tiếng Việt của Trung tâm ngôn ngữ văn hóa Việt Nam.

² Theo Từ điển Bách Khoa Việt Nam 1 do Trung tâm biên soạn Từ điển Bách Khoa VN (1995).

³ Theo Từ điển và Từ vựng Việt Nam.

giữa người bán và người mua theo nhu cầu sản xuất, tiêu dùng và đời sống nhân dân”.

Theo Nghị định 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ :

(1) *Phạm vi chợ* : là khu vực kinh doanh dành cho hoạt động chợ, bao gồm diện tích để bố trí các điểm kinh doanh, khu vực dịch vụ (như : bãi để xe, kho hàng, khu ăn uống, vui chơi giải trí và các dịch vụ khác) và đường bao quanh chợ.

(2) *Chợ đầu mối* : là chợ có vai trò chủ yếu, thu hút, tập trung lượng hàng hóa từ các nguồn, sản xuất, kinh doanh của khu vực kinh tế hoặc của ngành hàng để tiếp tục phân phối tới các chợ và các kênh lưu thông khác.

(3) *Chợ kiên cố* : là chợ được xây dựng bảo đảm có thời gian sử dụng trên 10 năm.

(4) *Chợ bán kiên cố* : là chợ được xây dựng đảm bảo có thời gian sử dụng từ 5 năm đến 10 năm.

(5) *Điểm kinh doanh tại chợ* : bao gồm quầy hàng, sạp hàng, ki-ốt, cửa hàng được bố trí cố định trong phạm vi chợ theo thiết kế xây dựng chợ, có diện tích quy chuẩn tối thiểu là 3m²/điểm.

2. Phân loại chợ :

Theo Nghị định 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ, có các loại chợ như sau :

2.1- Phân loại chợ theo quy mô:⁴

- Loại 1 : là chợ có trên 400 điểm kinh doanh^(*), được đầu tư xây dựng kiên cố, hiện đại theo quy hoạch ; được đặt ở các vị trí trung tâm kinh tế thương mại quan trọng của tỉnh, thành phố hoặc là chợ đầu mối của ngành hàng, của khu vực kinh tế và được tổ chức thường xuyên ; có mặt bằng phạm vi chợ phù hợp với quy mô hoạt động của chợ và tổ chức đầy đủ các dịch vụ tại chợ : trông giữ xe, bốc xếp hàng hóa, kho bảo quản hàng hóa, dịch vụ đo lường, dịch vụ kiểm tra chất lượng hàng hóa, vệ sinh an toàn thực phẩm và các dịch vụ khác.

- Loại 2 : là chợ có trên 200 điểm kinh doanh^(*), được đầu tư xây dựng kiên cố hoặc bán kiên cố theo quy hoạch ; được đặt ở trung tâm giao lưu

⁴ Theo Nghị định 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ

^(*) Số điểm kinh doanh $\geq 3m^2$

kinh tế của khu vực và được tổ chức họp thường xuyên hay không thường xuyên ;

có mặt bằng phạm vi chợ phù hợp với quy mô hoạt động chợ và tổ chức các dịch vụ tối thiểu tại chợ : trông giữ xe, bốc xếp hàng hóa, kho bảo quản hàng hóa, dịch vụ đo lường.

- Loại 3 : là các chợ dưới 200 điểm kinh doanh(*) hoặc các chợ chưa được đầu tư xây dựng kiên cố hoặc bán kiên cố ; chủ yếu phục vụ nhu cầu mua bán hàng hóa của nhân dân trong xã, phường và địa điểm phụ cận.

2.2- Phân loại chợ theo chức năng kinh doanh :

Chợ bán buôn : Các chợ này có doanh số bán buôn chiếm tỷ trọng cao trên 60-70%, đồng thời vẫn có bán lẻ nhưng tỷ trọng nhỏ. Thường tập trung bán buôn ở các chợ cấp vùng và cấp thành phố.

Chợ chuyên doanh : là chợ chuyên kinh doanh một mặt hàng chính yếu, mặt hàng này thường chiếm doanh số trên 60% đồng thời có bán một số mặt hàng khác, các loại hàng khác có doanh số dưới 40% tổng doanh thu. Nhiều chợ chỉ chuyên doanh một hoặc một nhóm mặt hàng nhất định, như chợ hoa tươi, chợ vật liệu xây dựng, chợ cá biển, chợ rau quả, chợ cây cảnh, chợ tôm, chợ giống, chợ bò sữa,...

Chợ bán lẻ : là chợ bán chủ yếu cho người tiêu dùng trực tiếp hàng ngày.

Chợ phiên : thời gian họp chợ diễn ra vào một thời gian nhất định trong ngày, như buổi sáng, buổi chiều, buổi tối.

3. Vai trò của chợ đối với sự phát triển kinh tế-xã hội trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh trong những năm qua :

3.1- Quá trình hình thành và phát triển thành phố cũng là quá trình hình thành và phát triển chợ. Có những chợ hình thành rất lâu đời như chợ Bến Thành (1914), chợ Tân Định (1949), chợ Bà Chiểu (thập niên 40), chợ Bình Tây (1930),... Trong những năm qua, mạng lưới chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đóng vai trò rất quan trọng trong sự phát triển kinh tế-xã hội trên địa bàn và đối với cả nước, đặc biệt là từ thập niên 80 và những năm đầu của thập niên 90. Đây là giai đoạn mà mạng lưới siêu thị và trung tâm thương mại chưa hình thành và phát triển, chợ vẫn là nơi tiêu thụ hàng hóa chủ yếu của các doanh nghiệp sản xuất và nhập khẩu trên địa bàn thành phố cũng như nơi mua sắm chủ yếu của người dân thành phố và nơi cung cấp hàng hóa cho các tỉnh thành trong cả nước. Thành phố Hồ Chí Minh có nhiều chợ bán buôn, chuyên doanh, chuyên cung cấp hàng hóa từ hàng tiêu dùng, thực phẩm chế biến, hàng may mặc, hàng điện tử đến vật tư nguyên liệu phục vụ sản xuất cho các tỉnh, thành trong cả nước. Hàng hóa tập trung về các chợ

bán buôn từ rất nhiều nguồn khác nhau : hàng sản xuất từ các doanh nghiệp trong nước, hàng nhập khẩu, hàng mua trôi nổi trên thị trường do thân nhân ở nước ngoài gửi về hay do thủy thủ tàu viễn dương mua về,... Nếu không có mạng lưới các chợ bán buôn của thành phố, hàng hóa ở các tỉnh chắc chắn sẽ không đáp ứng đủ nhu cầu người tiêu dùng cả về số lượng lẫn chất lượng.

Vai trò của chợ đối với nhu cầu mua sắm của người dân thành phố, chợ là nơi cung cấp hàng hóa chủ yếu, từ hàng thực phẩm tươi sống, thực phẩm chế biến đến hàng may mặc, hàng kim khí điện máy, hàng tiêu dùng, đến mỹ phẩm, hàng nữ trang.... Do là nơi cung cấp hàng hóa chủ yếu, ngoài các chợ chuyên doanh phục vụ bán buôn, hầu hết các chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đều kinh doanh tổng hợp với nhiều mặt hàng khác nhau. Có thể nói rằng, trong giai đoạn này, phần lớn hoạt động mua sắm đều diễn ra ở các chợ.

Về vai trò của chợ đối với kích thích phát triển sản xuất, chợ là nơi tiêu thụ hàng hóa chủ yếu của các cơ sở sản xuất công nghiệp, nông nghiệp trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh. Các số liệu thống kê trong giai đoạn này cho thấy, trên 90% lượng hàng hóa sản xuất ra được tiêu thụ thông qua các mạng lưới thương mại-dịch vụ mà chủ yếu là các chợ, doanh nghiệp tư bán hàng chiếm tỷ trọng khá thấp.

3.2- Hiện nay, khi mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng bán lẻ đã hình thành và phát triển mạnh, mặc dù vẫn có tầm quan trọng trong sinh hoạt của người dân thành phố, nhưng có thể nói chợ đã hoàn thành vai trò lịch sử của mình và sự tồn tại mạng lưới chợ từ nay đến năm 2010 chính là sự hỗ trợ cho sự hình thành và phát triển của loại hình kinh doanh mới, đó là siêu thị và trung tâm thương mại.

III.- HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN CHỢ VÀ PHÂN LOẠI CHỢ :

1. Số lượng chợ :

Đến năm 2002 trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có 385 chợ đang hoạt động. Trong đó, 207 chợ có tính truyền thống có quyết định và chưa có quyết định công nhận và 178 chợ tự phát. Trước năm 1975 thành phố Hồ Chí Minh có 97 chợ, chiếm 25,6% số lượng chợ trên địa bàn thành phố hiện nay ; trong đó chợ chính thức là 53 chợ và chợ tự phát là 44 chợ. Như vậy, số lượng chợ hình thành chủ yếu là sau năm 1975. Sự hình thành các chợ sau năm 1975 gắn liền với sự phát triển dân số trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, đặc biệt là khu vực ngoại thành và các quận ven. Từ năm 1975 - 2002 có 216 chợ được hình thành ở các huyện ngoại thành và quận ven, chiếm 80% số chợ được xây dựng sau 1975.

Tổng diện tích 207 chợ truyền thống là 510.000m², trong đó, chợ truyền thống có quyết định công nhận chiếm diện tích 285.000m² và chợ chưa có quyết định công nhận chiếm diện tích 216.000m².

BẢNG SỐ LƯỢNG CHỢ TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
(đến ngày 31/12/2002)

Số TT	Quận-Huyện	Số chợ	Chợ có QĐCN	Chợ chưa có QĐCN	Chợ tự phát
01	Quận 1	26	8	1	17
02	Quận 2	16	9	0	7
03	Quận 3	12	4	0	8
04	Quận 4	8	1	6	1
05	Quận 5	20	15	0	5
06	Quận 6	14	4	9	1
07	Quận 7	11	0	5	6
08	Quận 8	28	14	1	13
09	Quận 9	14	0	11	3
10	Quận 10	14	7	0	7
11	Quận 11	13	3	1	9
12	Quận 12	14	1	12	1
13	Q. Tân Bình	20	8	8	4
14	Q. Bình Thạnh	31	5	8	18
15	Q. Phú Nhuận	8	3	1	4
16	Q. Gò Vấp	24	5	0	19
17	Q. Thủ Đức	27	0	9	18
18	H. Hóc Môn	13	1	9	3
19	H. Củ Chi	18	1	13	4
20	H. Bình Chánh	36	5	8	23

21	H. Nhà Bè	8	1	0	7
22	H. Cần Giờ	10	0	10	0
	Tổng cộng :	385	95	112	178

Nguồn: Sở Thương mại TP.HCM.

2. Phân loại chợ :

2.1- Chợ có quyết định công nhận :

Về mặt pháp lý, chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có hai loại : loại có quyết định công nhận của các cấp chính quyền thành phố và quận-huyện và loại chưa có quyết định công nhận của các cấp chính quyền.

Chợ có quyết định công nhận hoạt động phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế-xã hội của thành phố và 22 quận-huyện, quy mô lớn, hoạt động lâu đời truyền thống. Đến tháng 12 năm 2002 trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có 95 chợ có quyết định công nhận, chiếm 24,7% số chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh.

2.2- Chợ chưa có quyết định công nhận :

Chợ chưa có quyết định công nhận : mặc dù hình thành và tồn tại lâu đời, nhiều năm, có chợ hình thành từ trước 1975 nhưng hiện nay chỉ hoạt động tạm thời vì không phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế-xã hội của 22 quận- huyện đa phần là quy mô nhỏ, vi phạm lộ giới, lấn chiếm lòng lề đường, không đảm bảo vệ sinh thực phẩm, vệ sinh môi trường, an ninh trật tự, phòng cháy chữa cháy. Đến tháng 12 năm 2002, trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có 112 chợ (chiếm 29,1% số chợ trên địa bàn) chưa có quyết định công nhận, tạm chấp nhận hoạt động tạm thời vì chưa có điều kiện giải tỏa, sắp xếp, di dời. Bên cạnh đó, một số chợ được xây dựng trong thời gian gần đây, mặc dù phù hợp với quy hoạch kinh tế-xã hội của thành phố và quận-huyện nhưng các quận-huyện chưa hoàn tất thủ tục, hồ sơ để có quyết định công nhận chợ (khoảng 12 chợ).

2.3- Chợ chuyên doanh bán buôn và bán lẻ :

Trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có khoảng 18 chợ bán buôn, chợ chuyên doanh, cung cấp hàng hóa cho các tỉnh thành trong cả nước cũng như cung cấp các mặt hàng nông sản thực phẩm, thủy hải sản cho các chợ bán lẻ trên địa bàn thành phố. Thành phố Hồ Chí Minh có khoảng 167 chợ truyền thống bán lẻ. Do sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa chợ và trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng bán lẻ, các chợ bán buôn, chợ chuyên doanh hiện nay đã mở rộng sang hình thức bán lẻ chứ không còn chuyên bán buôn như trước đây.

BẢNG CÁC CHỢ CHUYÊN DOANH BÁN BUÔN TIÊU BIỂU

TT	Tên chợ	Mặt hàng kinh doanh
I	Quận 1	
1	Dân Sinh	Phụ tùng ô tô, sành sứ, gia dụng điện, quần áo.
2	Chợ Cầu Muối	Rau cải Đà Lạt, trái cây, thủy hải sản tươi sống, TPCN.
II	Quận 5	
3	Chợ Kim Biên	Hóa chất, mỹ phẩm, dụng cụ gia đình.
4	Chợ Tân Thành	Phụ tùng thiết bị xe đạp, xe máy.
5	Trần Chánh Chiếu	Lương thực, nông sản, gà, vịt.
6	Chợ VLXD	VLXD, cây ván, tấm lợp, tiểu ngũ kim.
7	Chợ Thủy Hải sản khô	Thủy hải sản khô.
8	Chợ Hòa Bình	Cá biển
9	TTTM An Đông	Bách hóa, CNP, vải sợi, quần áo, TPTS
10	TX Đồng Khánh	Vải, phụ liệu may mặc.
11	Chợ Vật Tư	Vật tư, phụ tùng, thiết bị .
II	Quận 6	
12	Bình Tây	TPTS, BHTP, SSGD, vải sợi, quần áo may sẵn
13	Mai Xuân Thương	rau cải củ quả, trái cây
III	Q. Tân Bình	
14	Phạm Văn Hai	Bách hoá, thực phẩm, thịt heo
15	Tân Bình	Vải, quần áo, điện máy
IV	Q. Bình Thạnh	
16	Bà Chiếu	Rau quả
V	Huyện Bình Chánh	
17	An Lạc	Thịt heo, gạo, TP tươi sống.
VI	Huyện Hóc Môn	
18	Tân Xuân	Rau, củ, quả

2.4- Phân loại chợ theo quy mô :

Trước khi có Nghị định 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ, quy mô chợ được điều chỉnh theo Thông tư 15 của Bộ thương mại. Theo Thông tư 15 của Bộ Thương mại, quy mô chợ được xác định trên cơ sở số hộ kinh doanh lập cửa hàng, cửa hiệu, sạp hàng buôn bán cố định, thường xuyên chứ không quy định diện tích tối thiểu của mỗi quầy sạp. Do đó, việc đầu tư xây dựng cũng như nâng cấp sửa chữa chợ trong thời gian qua, mỗi quầy sạp kinh doanh có diện tích bình quân khoảng 2,25m². Trong khi đó, Nghị định 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 quy định quy mô chợ theo điểm kinh doanh, với diện tích tối thiểu của mỗi điểm kinh doanh phải là 3m². Trên thực tế, các chợ không thể điều chỉnh diện tích mỗi quầy sạp hiện tại dưới 3m² lên thành 3 m², vì điều này là hết sức phức tạp và không thể thực hiện được. Do đó, việc đánh giá quy mô chợ trong thời gian qua sẽ dựa theo Nghị định 02, điểm kinh doanh được tính theo sạp chứ không tính theo hộ kinh doanh và sẽ không bàn đến diện tích mỗi quầy sạp mà chỉ dựa vào số lượng quầy sạp ở các chợ, vị trí chợ và cơ sở vật chất của chợ. Theo tinh thần này thì trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh hiện có 14 chợ loại 1 (bao gồm 3 chợ đầu mối), chiếm 5,3% tổng số chợ chính thức trên địa bàn. Tuy nhiên, các chợ loại 1 và loại 2 cần phải trang bị và tổ chức các dịch vụ như bốc xếp hàng hóa, kho bảo quản hàng hóa, dịch vụ đo lường, dịch vụ kiểm tra chất lượng hàng hóa, vệ sinh an toàn thực phẩm và các dịch vụ khác. Như vậy, các chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh chủ yếu là chợ loại 2 và chợ loại 3.

BẢNG DANH SÁCH CÁC CHỢ LOẠI 1.

TT	Tên chợ	Quận Huyện	Năm có chợ	Năm XD	Chợ có lâu	Chợ có nhà lồng	Chợ BB	Chợ CD	Chợ BL
1	Bến Thành	1	1914			x			x
2	Tân Định	1				x			x
3	An Đông	5	1950	991	x	x	x		x
4	Hoà Bình	5	1950	994		x		x	x
5	Kim Biên	5	1965			x	x	x	
6	Bình Tây	6	1928		x	x	x		x
7	Bình Phú	6		001		x			x
8	Ng.Tri Phương	10			x	x			x
9	Chợ Tân Bình	TB			x	x	x		x
10	Phú Nhuận	PN	1950		x	x			x

				983					
11	Bà Chiểu	BT	1942	994	x	x			x
		11			6	10	4	2	10

Nguồn : Sở Thương mại TP.HCM

Trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có 3 chợ có tính truyền thống khá nổi tiếng, không chỉ vì quy mô, vì sự lâu đời của chợ mà lịch sử hình thành của nó gắn liền với 3 khu vực dân cư đông đúc. Đó là chợ Bến Thành ở khu vực Sài Gòn (xây dựng năm 1914, diện tích 13.056 m², công suất thiết kế là 1.515 sạp), chợ Bình Tây ở khu vực chợ Lớn (xây dựng năm 1927, diện tích 10.472m²), và chợ Bà Chiểu ở khu vực Gia Định cũ. Những chợ nằm trong khu vực đông dân cư như chợ Bến Thành, chợ Tân Định, chợ Bà Chiểu, chợ Bình Tây có số lượng sạp theo thiết kế khá lớn, từ 980 sạp đến 2.600 sạp. Những chợ nằm ở khu vực có mật độ dân số thấp thường có qui mô nhỏ, nhất là khu vực ngoại thành và các quận ven.

Xét về diện tích, có khoảng 34 chợ (18,3%) có diện tích phạm vi chợ lớn hơn 2000 m², 29,6% số chợ có diện tích từ 1.000 đến 2.000 m² và 52,1% có diện tích dưới 1.000 m².

3. Phân bố chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh :

Sự phân bố mạng lưới chợ trên địa bàn thành phố phản ánh khá rõ nét sự phân bố dân cư trên địa bàn. Các quận nội thành hiện hữu tập trung dân cư đông đúc nên số lượng chợ là khá lớn. Có 113 chợ tập trung ở khu vực này, chiếm 54,9% tổng số chợ truyền thống. Các chợ có quyết định công nhận ở khu vực nội thành hiện hữu chiếm đến 82,2% tổng số chợ có quyết định công nhận. Các quận mới và các huyện ngoại thành có mật độ dân số thấp nên số lượng chợ thấp hơn nhiều so với khu vực nội thành.

**BẢNG PHÂN BỐ CHỢ TRUYỀN THỐNG TRÊN ĐỊA BÀN
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

	ĐVT	Số chợ	Có QĐ	Chưa có QĐ	Dân số	Dân số b/q một chợ
Quận nội thành hiện hữu	Chợ	102	77	35	3.604.558	35.339
Các huyện ngoại thành	"	48	8	40	994.522	20.719
Các quận mới	"	45	10	37	850.137	18.892
Tổng số	"	207	95	112	5.449.217	26.325
Tỷ trọng	%	100	100	100		

Quận nội thành hiện hữu	"	54, 1	81	31,3		
Các huyện ngoại thành	"	23, 2	8,4	35,7		
Các quận mới	"	22, 7	10,5	33,0		

Trong thời gian qua trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, việc quy hoạch đầu tư phát triển kinh tế-xã hội chưa quan tâm đúng mức, đầy đủ, đồng bộ đến việc quy hoạch đầu tư phát triển chợ. Sự phát triển mạng lưới chợ trên địa bàn thành phố hiện nay chưa hợp lý so với nhu cầu sinh hoạt của dân cư trên địa bàn. Nhiều khu vực tập trung dân cư đông đúc nhưng lại không có chợ, như các khu công nghiệp, khu chế xuất, các khu dân cư mới. Điều này dẫn đến việc hình thành các chợ tự phát. Cụ thể :

- Khu chế xuất Linh Trung do không có chợ nên hình thành 2 chợ tự phát, một chợ vào năm 1997 và một chợ vào năm 2000 với khoảng 100 hộ buôn bán.

- Khu công nghiệp Bình Chiểu hình thành chợ tự phát vào năm 2001, với 42 hộ tiểu.

- Huyện Bình Chánh mức độ đô thị hóa rất nhanh và hình thành nhiều Khu công nghiệp, như Khu công nghiệp Tân Tạo, Khu công nghiệp Vĩnh Lộc,... và nhiều khu dân cư nhưng không quy hoạch phát triển chợ nên đã hình thành 23 chợ tự phát.

IV.- HIỆN TRẠNG CƠ SỞ VẬT CHẤT CHỢ TRUYỀN THỐNG TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH :

1. Đánh giá khái quát về đặc điểm xây dựng chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh trong những năm qua :

Các chợ truyền thống trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, xét về đặc điểm xây dựng chợ có thể chia làm 3 loại xây dựng :

+ Loại thứ nhất là chợ không có nhà lồng. Phần lớn là các chợ chưa có quyết định công nhận và một số chợ đầu mối kinh doanh hàng nông sản thực phẩm như chợ Mai Xuân Thưởng,... Các hộ kinh doanh phần lớn là che dù một cách tạm bợ. Vì vậy, cơ sở vật chất ở các chợ này hầu như không có gì đáng kể. Tính đến cuối tháng 12 năm 2002, trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có 40 chợ không có nhà lồng.

+ Loại thứ hai là chợ có nhà lồng, bao gồm các chợ có quyết định công nhận và một số chợ chưa có quyết định công nhận. Đối với các chợ chưa có quyết định công nhận, phần lớn có quy mô nhỏ, mặc dù có nhà lồng nhưng

được xây dựng đơn sơ, bán kiên cố, nhất là các chợ ở khu vực ngoại thành và các quận ven; hầu như chỉ có phần khung và mái, nền xi măng trong nhà lồng, còn khu vực ngoài nhà lồng là nền đất. Các quầy sạp kinh doanh chủ yếu bằng gỗ tạp. Vì vậy, cơ sở vật chất các chợ này cũng không đáng kể và phần lớn bị xuống cấp. Đối với chợ có nhà lồng thuộc diện có quyết định công nhận, phần lớn được xây dựng kiên cố, như chợ Bến Thành, chợ Bình Tây, chợ Tân định, chợ Bà Chiểu,... Cơ sở vật chất đối với loại chợ này là đáng kể. Trên địa bàn thành phố có khoảng 141 chợ có nhà lồng.

+ Loại thứ ba là chợ có tầng lầu. Hiện nay, trên địa bàn thành phố có khoảng 19 chợ có tầng lầu. Tất cả các chợ này được xây dựng kiên cố. Cơ sở vật chất hầu hết các chợ này là khá tốt.

2. Hiện trạng về cơ sở vật chất các chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh :

Xét về đặc điểm xây dựng chợ, có thể nói trong 3 loại chợ đã nêu trên, loại chợ thứ nhất có cơ sở vật chất kém nhất; kế đến là loại chợ thứ hai và loại chợ thứ ba có cơ sở vật chất tốt nhất. Tuy nhiên, nhiều chợ trong cả ba loại chợ này đều bị xuống cấp ở những mức độ khác nhau. Các số liệu khảo sát do Sở Thương mại tiến hành đã cho thấy cơ sở vật chất ở các chợ bị xuống cấp nghiêm trọng. Có đến 139/186 chợ truyền thống bị xuống cấp, chiếm 76,8%. Trong đó, các quận nội thành có 71/100 chợ bị xuống cấp, các quận mới có 37/47 chợ và các huyện ngoại thành có 31/39 chợ bị xuống cấp.

Các biểu hiện xuống cấp chủ yếu ở các chợ phổ biến là mái bị dột, mục nát; sàn nhà; các quầy sạp bị hư hỏng; hệ thống cấp, thoát nước bị tắc nghẽn; tình trạng ngập nước, lầy lội phổ biến ở các chợ, nhà vệ sinh,...

Bên cạnh một số chợ bị xuống cấp do xây dựng quá lâu lại không được nâng cấp sửa chữa kịp thời, nhiều chợ bị xuống cấp do chất lượng xây dựng kém. Nhiều chợ được xây dựng khá đơn sơ, nền móng không vững chắc (hầu hết các chợ chưa được công nhận nằm trong diện này). Tính đồng bộ về cơ sở vật chất không đảm bảo cũng là nguyên nhân dẫn đến tình trạng xuống cấp ở các chợ. Nhiều chợ không có hệ thống thoát nước. Có đến 85/186 chợ truyền thống không có hệ thống thoát nước ; 82/181 chợ tự phát không có hệ thống thoát nước. Điều này dẫn đến tình trạng các chợ thường xuyên bị ngập nước. Trong số 186 chợ truyền thống, có 22 chợ bị ngập hoàn toàn và 43 chợ bị ngập một phần. Ngoài ra, tình trạng quá tải ở nhiều chợ và việc sử dụng không hết công suất, mặt bằng kinh doanh bị bỏ trống cũng là nguyên nhân dẫn đến việc xuống cấp. Hầu hết các chợ không chỉ kinh doanh trong nhà lồng mà còn sử dụng các hành lang quanh chợ để bố trí các hộ tiểu thương vào kinh doanh các con hẻm chung quanh chợ.

Tình trạng xuống cấp của cơ sở vật chất đòi hỏi nhiều chợ phải được dỡ bỏ để xây dựng lại, một số chợ phải được nâng cấp sửa chữa. Số chợ phải dỡ bỏ để xây dựng mới là 63 chợ và số chợ cần được nâng cấp là 63 chợ.

Các chợ có cơ sở vật chất còn tốt chủ yếu là được nâng cấp, sửa chữa hoặc mới xây dựng sau này. Trong số 47 chợ còn tốt, có 35 chợ được xây dựng sau 1975; phần lớn là các chợ ngoại thành, các quận ven ; trong đó, nhiều chợ đã được nâng cấp, sửa chữa. Trong thời gian qua, thành phố và các quận-huyện đã tiến hành nâng cấp, sửa chữa nhiều chợ do mình quản lý. Điều này đã góp phần quan trọng vào việc cải thiện điều kiện vật chất ở các chợ cũng như vấn đề vệ sinh môi trường.

V.- THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH Ở CÁC CHỢ :

1. Doanh thu :

Hiện nay, mặc dù hệ thống các siêu thị, trung tâm thương mại phát triển ngày càng nhiều nhưng chợ truyền thống vẫn có vai trò quan trọng lâu dài đối với đời sống sinh hoạt, mua sắm hàng ngày của người dân trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, nhất là những mặt hàng nông sản thực phẩm tươi sống tiêu dùng hàng ngày và hàng tiêu dùng thiết yếu khác, gồm các chợ bán buôn cung cấp hàng hóa cho các tỉnh trong cả nước ; các chợ đầu mối cung cấp hàng thực phẩm tươi sống cho thành phố và các tỉnh ; các chợ bán lẻ trên địa bàn thành phố, đặc biệt là ở các quận ven và các huyện ngoại thành.

Theo kết quả số liệu khảo sát trên 114 chợ của Sở Thương mại thành phố, tổng doanh thu của các chợ năm 1999 là 7.700 tỷ, năm 2000 là 8.500 tỷ và năm 2001 là 14.000 tỷ đồng, bình quân doanh thu mỗi chợ đạt 72 tỷ đồng trong năm 1999, 80 tỷ đồng trong năm 2000 và 131 tỷ đồng vào năm 2001. Tổng doanh thu ở các chợ chỉ chiếm khoảng 10% tổng mức hàng hóa bán ra và bằng 22,6% tổng mức hàng hóa bán lẻ trên địa bàn. Số liệu trên chỉ mang tính chất tham khảo vì nhiều chợ truyền thống không cập nhật được doanh thu bán ra trong năm. Ngoài một số chợ có doanh thu lớn như chợ Bình Tây, chợ Bến Thành, chợ An Đông và một số chợ bán buôn khác ; phần lớn các chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có quy mô nhỏ, đặc biệt là các chợ ở ngoại thành và quận ven. Năm 1999 có 24 chợ có mức doanh thu dưới 1 tỷ đồng/năm, 37 chợ có mức doanh thu từ 1 - 5 tỷ đồng ; chỉ có 8 chợ có mức doanh thu từ 500 tỷ đến 2.800 tỷ đồng/năm.

BẢNG DOANH THU CÁC CHỢ QUA CÁC NĂM

STT	Mức DOANH THU (Tr.Đ)	Số CHỢ		
		1999	2000	2001
1	<1.000	24	25	28

2	Từ 1.000 đến < 5.000	37	36	36
3	Từ 5.000 đến < 10.000	11	9	9
4	Từ 10.000 đến < 20.000	13	16	16
5	Từ 20.000 < 50.000	6	9	9
6	Từ 50.000 < 100.000	5	3	3
7	Từ 100.000 đến < 200.000	2	4	4
8	Từ 200.000 đến < 500.000	4	5	5
9	Từ 500.000 đến < 1.000.000	2	2	2
10	Từ 1.000.000 đến < 2.000.000	1	1	1
11	Từ 2.000.000 đến < 3.000.000	1	1	1
Tổng cộng		106	111	114

Số liệu trên cho thấy có đến 56% số lượng chợ có mức doanh thu dưới 5 tỷ đồng/năm. Các chợ có mức doanh thu từ 50 tỷ đồng trở lên chỉ có khoảng 17 chợ, chiếm 14,95% các chợ có số liệu về doanh thu.

Nói đến chợ trên địa bàn thành phố không thể không nói đến chợ bán buôn. Đây là chợ đóng trò rất quan trọng trong việc cung cấp, điều phối hàng hóa và có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động sản xuất kinh doanh trên địa bàn. Xét trên khía cạnh doanh thu, các chợ bán buôn chiếm từ 35% đến 63% tổng doanh thu của các chợ trên địa bàn.

BẢNG DANH SÁCH MỘT SỐ CHỢ CÓ DOANH THU CAO

STT	TÊN CHỢ	QUẬN	DOANH THU (Tr.Đ)		
			1999	2000	2001
1	Chợ Bến Thành	01	400.000	425.000	425.000
2	Chợ Vật Tư	05	235.120	235.802	240.888
3	Chợ Kim Biên	05	270.000	275.000	280.000
4	Chợ Tân Thành	05	777.210	821.480	823.572
5	TT TM-DV An Đông	05	1.042.466	1.178.191	1.193.297
6	Chợ Bình Tây	06	2.828.064	2.819.469	2.826.932
7	Chợ Nhật Tảo	10		417.600	566.400

8	Chợ Thiếc	11	542.000	542.616	354.761
9	Chợ Tân Bình	TB	450.000	470.000	455.000
10	Phạm Văn Hai	TB	96.000	100.800	102.000

Nguồn: Số liệu khảo sát của Sở Thương mại

Số liệu trên cho thấy, các chợ có doanh thu cao thường tập trung ở các khu vực trung tâm, là chợ đầu mối, chợ bán buôn, hoặc chợ bán lẻ nhưng tập trung nhiều khách vãng lai, nhất là khách du lịch, như chợ Bến Thành. Các chợ còn lại, chủ yếu phục vụ nhu cầu tại chỗ, kinh doanh các mặt hàng thực phẩm tươi sống, các mặt hàng khác như vải sợi, quần áo may sẵn, hàng công nghệ phẩm,... có sức mua kém và phụ thuộc vào thời vụ. Nhìn chung, doanh thu ở các chợ bán lẻ khu vực ngoại thành, các quận ven là không lớn.

2. Ngành hàng kinh doanh :

Ngoài những chợ bán buôn, chợ chuyên doanh ; phần lớn các chợ kinh doanh tổng hợp nhưng chủ yếu là hàng nông sản thực phẩm tươi sống và hàng tiêu dùng hàng ngày. Nhiều chợ có quy mô nhỏ hầu như chỉ kinh doanh mặt hàng thực phẩm tươi sống. Vì vậy, thời gian họp chợ của các chợ này cũng ngắn ngủi, thường là vào buổi sáng. Mức độ đô thị hóa ngày càng nhanh cùng với việc hình thành các siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng bán lẻ ; chợ không còn là nơi mua sắm chủ yếu của người tiêu dùng. Nhiều mặt hàng kinh doanh ở chợ bị cạnh tranh gay gắt bởi các siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng bán lẻ ; nhất là hàng may mặc, vải sợi, kim hoàn, mỹ phẩm, thực phẩm chế biến. Sức mua của các mặt hàng này ở các chợ có xu hướng giảm xuống trong những năm gần đây. Điều này cho thấy khả năng thay thế của siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng bán lẻ đối với nhiều mặt hàng kinh doanh ở các chợ diễn ra ngày rõ nét. Trong khi đó, chợ vẫn có ưu thế về các mặt hàng thực phẩm tươi sống. Như vậy, trong mối quan hệ giữa chợ với siêu thị, trung tâm thương mại và cửa hàng bán lẻ ; đã dần xuất hiện sự tái cơ cấu các mặt hàng kinh doanh phù hợp với xu hướng phát triển kinh tế-xã hội của thành phố. Đây là yếu tố có ý nghĩa quan trọng giúp quy hoạch lại mạng lưới chợ trên địa bàn cũng như bố trí, sắp xếp lại mặt hàng kinh doanh ở các chợ trong thời gian tới.

3. Mạng lưới cung cấp hàng hóa ở các chợ :

Hầu hết hàng hóa ở các chợ bán lẻ trên địa bàn thành phố được cung cấp bởi các chợ bán buôn, chợ đầu mối trên địa bàn thành phố. Hiện nay trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có khoảng 20 chợ, khu vực bán buôn cung cấp phần lớn hàng hóa cho các chợ bán lẻ của thành phố, cho các tỉnh trong cả nước.

Tuy nhiên, mãi lực của các chợ bán buôn trong thời gian gần đây có phần suy giảm do sự phát triển của mạng lưới cửa hàng bán lẻ, siêu thị, trung tâm thương mại trên địa bàn thành phố mà nguồn hàng được cung cấp trực tiếp từ các nhà sản xuất. Với việc hình thành các mạng lưới kinh doanh từ các tỉnh như các đại lý, chi nhánh, cửa hàng bán lẻ,... hàng hóa từ các nhà sản xuất được cung cấp trực tiếp đến các địa phương mà không thông qua các chợ bán buôn của thành phố. Nhiều chợ bán buôn hiện nay cũng đã bắt đầu chuyển sang hình thức vừa bán buôn, vừa bán lẻ. Bên cạnh đó, các chợ đầu mối nông sản thực phẩm hiện nay không còn phù hợp với quy hoạch chung của thành phố và phải di dời ra khu vực quận ven hoặc các huyện ngoại thành. Thành phố đang tiến hành xây dựng 3 chợ đầu mối ở khu vực ngoại thành và các quận ven để di dời các chợ này. Dự kiến sẽ có 10 chợ phải di dời.

4. Hiệu quả sử dụng mặt bằng kinh doanh ở các chợ :

4.1- Khai thác mặt bằng kinh doanh ở các chợ :

Về khai thác mặt bằng kinh doanh ở các chợ, có thể chia làm ba loại chợ : loại chợ không khai thác hết mặt bằng kinh doanh, loại chợ khai thác hết mặt bằng kinh doanh và loại chợ khai thác quá mức mặt bằng kinh doanh. Theo kết quả khảo sát của Sở Thương mại, đến tháng 12 năm 2002 đối với **chợ có quyết định công nhận** có 33% số chợ không sử dụng hết công suất, 36,3% chợ sử dụng 100% công suất thiết kế và 30,7% chợ sử dụng quá công suất thiết kế ban đầu. Đối với các chợ **chưa có quyết định công nhận**, có 14,7% số chợ không sử dụng hết công suất ; 49,5% số chợ sử dụng hết công suất và 35,8% số chợ sử dụng quá công suất thiết kế. Số liệu trên cho thấy đa số các chợ khai thác hết công suất đến vượt quá công suất thiết kế ban đầu. Nhiều chợ khai thác trên 200% công suất thiết kế, các khoảng trống chung quanh chợ được tận dụng để bố trí các quầy sạp kinh doanh gây nên tình trạng quá tải, mất an ninh, trật tự, ô nhiễm môi trường. Tính chung đối với hai loại chợ truyền thống có quyết định công nhận và chưa có quyết định công nhận, có 23,7% số chợ không sử dụng hết công suất thiết kế, 43,0% sử dụng hết công suất và 33,3% sử dụng vượt công suất.

Các chợ sử dụng vượt công suất thiết kế do bố trí các quầy sạp kinh doanh vượt quá số lượng quầy sạp theo thiết kế, bằng cách giảm diện tích các quầy sạp trong nhà lồng, bố trí các quầy sạp bên ngoài nhà lồng, trên các lối đi vào chợ. Điều này ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh chung của chợ, ảnh hưởng đến vệ sinh môi trường, an toàn phòng cháy, chữa cháy, an ninh trật tự và an toàn giao thông. Việc các chợ kinh doanh quá công suất thiết kế thường gắn liền với việc giải tỏa các chợ tự phát lấn chiếm lòng, lề đường, đồng thời đưa các hộ tiểu thương vào kinh doanh ở các chợ.

Như vậy, phần lớn các chợ khai thác không hiệu quả mặt bằng kinh doanh. Một số chợ không sử dụng hết mặt bằng kinh doanh trong khi đó một

số chợ bị quá tải. Trong cùng một chợ, tình trạng vừa thừa, vừa thiếu mặt bằng kinh doanh cũng diễn ra một cách phổ biến.

Dưới đây là một số biểu hiện của việc khai thác không hiệu quả mặt bằng kinh doanh.

Thứ nhất, đối với các chợ có tầng lầu ; phần lớn các chợ có lầu đều không khai thác được mặt bằng tầng lầu để đưa vào kinh doanh, nhiều chợ có lầu bị bỏ trống hoặc các tầng lầu phải chuyển công năng. Trên địa bàn thành phố hiện nay có 19 chợ có lầu với tổng diện tích là 52.857m². Trong đó tổng số tầng lầu là 25 tầng, 11 tầng lầu được sử dụng đúng công năng, 6 tầng lầu không đưa vào kinh doanh được và 8 tầng lầu phải chuyển công năng. Như vậy, có đến 56% số tầng lầu không sử dụng được hoặc phải chuyển công năng.

(Xem bảng các chợ có lầu)

Thứ hai, đã xảy ra hiện tượng các hộ tiêu thương bỏ sạp trong nhà lồng ra ngoài kinh doanh dẫn đến tình trạng dư thừa mặt bằng trong nhà lồng đồng thời quá tải ở các khu vực ngoài nhà lồng, nhất là các tuyến đường vào chợ.

Thứ ba, nhiều chợ trên địa bàn thành phố, nhất là các quận ven, huyện ngoại thành, thời gian họp chợ chỉ một buổi sáng do đó mặt bằng chợ chỉ được sử dụng vài tiếng đồng hồ trong ngày.

Thứ tư, nhiều chợ không sử dụng hết công suất thiết kế ban đầu.

4.2- Các nguyên nhân dẫn đến việc sử dụng không hiệu quả :

Thứ nhất, thiết kế xây dựng chợ không phù hợp, nhất là chợ truyền thống có lầu.

Thứ hai, cơ sở vật chất bị xuống cấp. Nhiều quầy sạp trong các chợ không sử dụng được do cơ sở vật chất xuống cấp nghiêm trọng.

Thứ ba, nhiều chợ khai thác quá công suất thiết kế về mặt bằng kinh doanh, giảm diện tích bình quân các quầy sạp và bố trí các quầy sạp ngay trên các lối đi vào chợ. Việc bố trí không hợp lý này đã làm cho các hộ kinh doanh cùng một mặt hàng trong nhà lồng không kinh doanh được. Điều này làm cho các hộ kinh doanh trong nhà lồng có xu hướng bỏ nhà lồng ra ngoài để kinh doanh, nhất là các loại hàng thực phẩm tươi sống. Khai thác vượt công suất thiết kế còn gây ra tình trạng mất an ninh trật tự, không đảm bảo vệ sinh môi trường, khó khăn trong phòng cháy chữa cháy và làm mất mỹ quan của chợ.

Thứ tư, vệ sinh môi trường ở các chợ không đảm bảo. Việc không đảm bảo vệ sinh môi trường ở các chợ làm cho người đi chợ không muốn vào

trong chợ mua hàng mà mua ở ngoài chợ, các sạp ở các tuyến đường vào chợ. Điều này gây nên tình trạng phát sinh các hộ kinh doanh lấn chiếm lòng lề đường trong khi trong lòng chợ lại kinh doanh ế ẩm.

Thứ năm, Các hộ kinh doanh trong chợ phải nộp nhiều khoản thuế và chi phí dẫn đến giá thành cao hơn những hộ kinh doanh tự phát, lấn chiếm lòng, lề đường. Mặt khác, những mặt hàng kinh doanh của những hộ trong và ngoài chợ là giống nhau cùng với tâm lý của người đi chợ là không muốn gởi xe vào chợ mua hàng mà muốn mua ở lề đường đã gây nên những bất lợi cho các hộ kinh doanh trong chợ. Điều này đặt ra vấn đề phải bảo vệ lợi ích chính đáng của người kinh doanh trong chợ thông qua việc xóa bỏ triệt để các hộ kinh doanh tự phát, xử phạt những người mua hàng đậu xe ở lòng, lề đường,...

Thứ sáu, công suất chợ không phù hợp. Nhiều chợ được xây dựng có quy mô quá lớn so với mật độ dân cư trong vùng dẫn đến tình trạng dư thừa công suất. Chợ Bình Đăng (quận 8) mới xây dựng có công suất thiết kế khoảng 225 sạp nhưng hiện tại chỉ có khoảng 70 – 80 sạp hoạt động và kinh doanh cũng ế ẩm do dân cư trong vùng thưa thớt và khu vực huyện Bình Chánh giáp với khu Bình Đăng có nhiều chợ đang hoạt động. Việc xây dựng chợ có công suất không phù hợp so với mật độ dân cư ngoài việc tính toán không chính xác mật độ dân số trong vùng, đặc điểm dân số ; trong nhiều trường hợp còn do sự phối hợp không đồng bộ giữa việc xây dựng chợ và phát triển các khu dân cư.

Thứ bảy, hiệu lực quản lý Nhà nước của chính quyền, nhất là phường-xã yếu kém, buông lỏng. Trước hết, đó là sự thiếu phối hợp trong việc giải tỏa các chợ tự phát, các hộ kinh doanh lấn chiếm lòng, lề đường. Đối với các chợ liên phường, liên quận, các cơ quan chức năng ở các phường, quận không có sự phối hợp trong giải quyết dẫn đến tình trạng giải tỏa các hộ buôn bán ở địa bàn phường này, quận này thì các hộ kinh doanh chuyển sang địa bàn phường khác, quận khác chỉ cách một con đường ví dụ chợ Tân Định. Thứ hai, các cơ quan chức năng không kiên quyết xử lý những trường hợp lấn chiếm lòng, lề đường để kinh doanh ngay từ ban đầu hình thành dẫn đến tình trạng phát sinh các chợ tự phát, đặc biệt là mọc nhánh từ các chợ truyền thống.

Thứ tám, một số chợ có kiến trúc không phù hợp cho kinh doanh trong chợ. Nhiều chợ được xây dựng khá kiên cố nhưng không thoáng, nóng bức và tối tăm ảnh hưởng đến tâm lý mua sắm của người tiêu dùng. Mặt khác, nhiều chợ được xây dựng cách nay khá lâu, các quầy sạp được thiết kế để kinh doanh những mặt hàng phổ biến lúc bấy giờ nhưng hiện nay không còn phù hợp và không được sửa chữa lại đã làm cho việc khai thác mặt bằng kinh doanh không hiệu quả. Chợ Bà Chiểu trước đây có một khu vực được thiết kế cho buôn bán heo con nhưng mặt hàng này hiện nay không còn kinh doanh trong khi kiến trúc không được thay đổi.

Thứ chín, thói quen của người đi chợ. Người đi chợ thường có thói quen mua hàng ở lề đường, nhất là hàng thực phẩm tươi sống vì không muốn gọi xe vừa tốn tiền lại mất thời gian. Đây là thói quen không tốt, thể hiện tính tự giác, ý thức chấp hành luật pháp chưa cao, đồng thời thể hiện lối sống của nền kinh tế hàng hóa sản xuất nhỏ, lối sống công nghiệp chưa được phát huy. Đây là một trong những nguyên nhân dẫn đến việc hình thành các chợ tự phát lấn chiếm lòng, lề đường.

Thứ mười, sự phát triển mạng lưới siêu thị, cửa hàng bán lẻ, sự hình thành mạng lưới chi nhánh, đại lý của các cơ sở sản xuất ở các tỉnh,... đã làm giảm lượng hàng hóa bán ra ở các chợ, đặc biệt là chợ bán buôn, chợ chuyên doanh. Mặt khác, sự phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại và cửa hàng bán lẻ đã làm giảm sức mua ở các chợ.

Mười một, địa điểm xây dựng chợ. Nhiều chợ được xây dựng ở những vị trí không thuận lợi cho người đi chợ cũng như chợ bị che chắn, bao bọc bởi nhà ở của các hộ dân cư như Lãn Bình Thăng, chợ Phú Thọ, chợ Bình Thới (quận 11).

VI.- THỰC TRẠNG VỀ VỆ SINH THỰC PHẨM, VỆ SINH MÔI TRƯỜNG Ở CÁC CHỢ :

1. Tình hình chung về vệ sinh môi trường :

Trong những năm qua, các cấp quản lý đã có nhiều cố gắng trong việc giải quyết vấn đề vệ sinh môi trường ở các chợ. Nhiều chợ mới được xây dựng sau này có cơ sở vật chất tương đối hoàn chỉnh, điều kiện về vệ sinh, môi trường khá tốt, không gian thông thoáng. Trong những năm gần đây hầu hết các chợ được quy hoạch đều được quận huyện đầu tư nâng cấp, sửa chữa quày sạp, nạo vét cống rãnh, tổ chức tốt việc thu gom, vận chuyển rác. Tuy nhiên số chợ được quy hoạch lại chiếm tỷ lệ khá khiêm tốn so với chợ tự phát. Vấn đề vệ sinh nguồn nước đã bắt đầu được quan tâm. Việc định kỳ nạo vét cống rãnh cũng được chú trọng.

Đối với vấn đề vệ sinh môi trường, mặc dù Ban quản lý chợ và các ngành liên quan đã có nhiều nỗ lực giải quyết nhưng tình hình vẫn chưa được cải thiện. Rất nhiều chợ không đảm bảo vấn đề vệ sinh môi trường, đặc biệt là các chợ thực phẩm tươi sống như rau quả ; thủy, hải sản. Các chợ này một mặt kinh doanh không có nhà lồng, thường tập trung ở các tuyến đường ; mặt khác, do đặc điểm sản phẩm dễ bị phân hủy, thối rữa ảnh hưởng đến môi trường xung quanh. Tình trạng các chợ tự phát phát triển nhanh về số lượng trong thời gian qua gây ảnh hưởng lớn đến vấn đề vệ sinh môi trường. Hầu hết các chợ tự phát là lấn chiếm lòng, lề đường ; các điều kiện cơ sở vật chất không đảm bảo ; kinh doanh các mặt hàng thực phẩm tươi sống ; việc xử lý rác thải không tốt dẫn đến tình trạng tắc nghẽn hệ thống thoát nước trong khu vực.

Về nhà vệ sinh công cộng, tại các chợ có quy mô lớn của quận-huyện thường bố trí 1 nhà vệ sinh hoặc nhiều nhà vệ sinh công cộng phục vụ cho các hộ kinh doanh tại chợ và khách vắng lai đi chợ. Theo số liệu khảo sát đến tháng 6/2002 tại 91 chợ truyền thống có quyết định công nhận thì 79 chợ có nhà vệ sinh công cộng chiếm tỷ lệ 86,8%, nhưng nếu tính tổng số chợ có nhà vệ sinh công cộng cả 3 dạng chợ (có Quyết định công nhận, chưa có Quyết định công nhận và chợ tự phát) thì tỷ lệ chợ có nhà vệ sinh công cộng chỉ còn 59,4%.

2. Tình hình chung về vệ sinh thực phẩm :

Về vệ sinh thực phẩm, tình hình vệ sinh thực phẩm luôn được ngành chức năng quan tâm kiểm tra, đôn đốc, nhắc nhở để tiểu thương thực hiện đúng quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm. Với các mặt hàng như thực phẩm chế biến thuộc chức năng của Y tế kiểm tra ; mặt hàng thủy hải sản, thịt gia súc, gia cầm, rau xanh thuộc sự quản lý kiểm tra của Chi cục thú y thuộc Sở Nông nghiệp Phát triển nông thôn. Việc kiểm tra được tiến hành định kỳ theo chế độ kiểm tra liên ngành, kịp thời phát hiện, uốn nắn xử lý những sai phạm do vậy tình hình vệ sinh an toàn thực phẩm ngày càng được cải thiện (nhất là đối với các mặt hàng kinh doanh có điều kiện như thịt heo, bò, ngành ăn uống), tình trạng ngâm, ướp phụ gia, hóa chất vào thực phẩm đã giảm nhiều so với trước.

Tuy nhiên, mặc dù được cải thiện so với trước, vấn đề vệ sinh môi trường, vệ sinh thực phẩm ở các chợ hiện nay vẫn không đảm bảo và nhiều hạn chế so với quy định của Nhà nước.

Theo kết quả khảo sát của Sở Thương mại, tình trạng vệ sinh thực phẩm ở các chợ hiện nay đang ở mức báo động. Đối với chợ có quyết định công nhận, chỉ có 13 chợ (14,3%) đảm bảo vệ sinh thực phẩm còn lại 78 (85,7%) không đảm bảo vệ sinh thực phẩm. Đối với chợ chưa có quyết định công nhận, tỷ lệ đảm bảo vệ sinh thực phẩm chỉ chiếm 9,47% và không đảm bảo vệ sinh thực phẩm là 90,53%. Riêng khu vực chợ tự phát thì tỷ lệ đảm bảo vệ sinh thực phẩm chỉ chiếm 4,42% và có đến 95,58% không đảm bảo vệ sinh thực phẩm.

Vấn đề không đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm ở các chợ đã ảnh hưởng rất lớn đến sức khỏe của người tiêu dùng. Tình trạng ngộ độc thực phẩm đã thường xuyên xảy ra. Theo báo cáo của Trung tâm y tế dự phòng trong những năm gần đây mặc dù số vụ ngộ độc thực phẩm có giảm nhưng vẫn còn đáng báo động. Riêng năm 2000, hầu như tháng nào cũng có. Tính đến tháng 10 đã có 19 vụ ngộ độc thực phẩm với số người bị là 311 người, trong đó có 7 bết ăn tập thể, nguyên nhân của các vụ ngộ độc hầu hết do thực phẩm bị nhiễm khuẩn, có chứa độc tố của vi sinh vật, do nhiễm chất hóa học, hóa chất bảo vệ thực phẩm, các chất phụ gia cho thêm vào thức ăn...

3. Nguyên nhân hạn chế về vệ sinh môi trường, vệ sinh thực phẩm:

Tình trạng các chợ không đảm bảo vệ sinh thực phẩm, vệ sinh môi trường do những nguyên nhân sau :

Thứ nhất, cơ sở vật chất bị xuống cấp, thiếu, không đồng bộ. Nhiều chợ được xây dựng quá lâu (thường trên 20 năm), cơ sở vệ sinh cũ kỹ, một số ít chợ mới xây dựng nhưng việc thiết kế cũng chưa phù hợp, thiếu sự liên thông cho toàn khu vực chợ, lối đi trong nhà lồng chật hẹp, việc bố trí sắp xếp các ngành hàng cũng chưa phù hợp, khu vực mặt tiền chợ chưa được thông thoáng, kém về mỹ quan...

Thứ hai, ý thức của người đi chợ và người buôn bán ở các chợ chưa cao. Họ thường xả rác bừa bãi xuống các cống ga, gây tắc nghẽn đường cống hoặc dẫn đến tình trạng lầy lội và ngập lụt trong mùa mưa.

Thứ ba, nguồn nước sinh hoạt không đảm bảo. Nguồn nước qua hồ chứa thường không chú trọng khâu bảo quản như việc xúc hồ định kỳ, sử dụng nắp đậy... 100% các chợ không có chế độ xét nghiệm theo dõi chất lượng nguồn nước sinh hoạt, vùng ngoại thành sử dụng giếng khoan thô cũng không tiến hành việc xét nghiệm ban đầu về chất lượng nguồn nước để dẫn đến tình trạng nguồn nước bị ô nhiễm. 100% chợ cũng không có hệ thống xử lý nước thải đạt tiêu chuẩn thải vào nguồn B theo qui định vệ sinh môi trường.

Thứ tư, do đặc điểm mặt hàng kinh doanh. Nhiều mặt hàng kinh doanh ở các chợ dễ gây ô nhiễm môi trường đặc biệt là như thực phẩm tươi sống ở hầu hết các chợ hiện nay đều kinh doanh mặt hàng thực phẩm tươi sống và các mặt hàng này chiếm tỷ trọng khá lớn.

Thứ năm, bố trí mặt hàng kinh doanh không hợp lý. Một số chợ còn sắp xếp các hộ kinh doanh ngành thực phẩm gần khu vực nhà vệ sinh... ảnh hưởng trực tiếp đến vấn đề vệ sinh thực phẩm.

Thứ sáu, bản thân các mặt hàng kinh doanh đã bị nhiễm độc thực phẩm.

Thứ bảy, quản lý Nhà nước ở các chợ về vấn đề vệ sinh thực phẩm còn nhiều hạn chế lại thiếu cơ chế phối hợp quản lý từ khâu sản xuất đến khâu tiêu thụ.

VII.- HIỆN TRẠNG VỀ AN NINH TRẬT TỰ, AN TOÀN GIAO THÔNG VÀ AN TOÀN PHÒNG CHÁY CHỮA CHÁY Ở CÁC CHỢ :

1. Hiện trạng về an ninh trật tự ở các chợ :

Vấn đề an ninh trật tự ở các chợ được xem xét trên 3 khía cạnh sau : số lượng các chợ có nội quy về giữ gìn an ninh trật tự, tình hình giữ xe và các nguyên nhân gây tắc nghẽn giao thông tại khu vực chợ.

1.1- Về nội quy an toàn trật tự ở các chợ :

Theo số liệu điều tra, chỉ có 143/367 chợ (38,96%) được khảo sát có nội quy về giữ gìn an ninh trật tự. Tuy nhiên, nếu tính riêng các chợ truyền thống thì có 76,9% số chợ có nội quy về giữ gìn an ninh trật tự ở chợ ; có 97,8% trên tổng số chợ truyền thống có quyết định công nhận có nội quy, 56,8% các chợ truyền thống chưa có quyết định công nhận có nội quy.

Như vậy, các chợ không có nội quy giữ gìn an ninh trật tự tập trung chủ yếu ở chợ tự phát, chợ truyền thống chưa có quyết định công nhận. Điều này đặt ra yêu cầu :

(1) 100% số chợ đã có quyết định công nhận phải có nội quy về giữ gìn an toàn trật tự.

(2) Đối với các chợ chưa có quyết định công nhận thì cần phải nâng tỷ lệ này lên.

(3) Đối với các chợ tự phát cần phải vận động thành lập các tổ tự quản để đảm bảo an ninh trật tự tại chợ.

1.2- Tình hình an ninh, trật tự trong chợ :

Về vấn đề an ninh, phần lớn Ban quản lý các chợ đã có nhiều nỗ lực trong việc đảm bảo an ninh trong chợ. Tình trạng móc túi, gây rối đã có xu hướng giảm ở hầu hết các chợ.

Về trật tự, mặc dù có nhiều cố gắng nhưng trật tự trong chợ ở phần lớn các chợ chưa được đảm bảo. Nhiều chợ do quá tải số lượng hộ kinh doanh và số lượng hàng hóa mua bán nên nhiều quầy, sạp lấn chiếm đường đi trong chợ. Chiều rộng đường đi trong chợ bị thu hẹp. Hầu hết các chợ vẫn còn tồn tại vấn đề nói thách, cân đong đo đếm không đầy đủ. Thái độ mua bán vẫn minh lịch sự vẫn còn là tồn tại lớn trong việc thu hút khách hàng đến chợ.

1.3- Tình hình an ninh trật tự chung quanh chợ :

Tình hình an ninh trật tự chung quanh các chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh trong thời gian qua khá phức tạp. Các lối đi vào chợ bị lấn chiếm để buôn bán, việc bố trí sắp xếp quầy hàng kinh doanh không ngăn nắp gây cản trở rất lớn cho việc đi lại, cho công tác chữa cháy, cho việc vận chuyển hàng hóa vào chợ và ngược lại. Phần lớn các chợ truyền thống hiện nay đều bố trí các quầy sạp kinh doanh cố định ngoài nhà lồng chợ, thậm chí nhiều chợ có số quầy sạp kinh doanh ngoài nhà lồng nhiều hơn trong nhà lồng.

Theo số liệu khảo sát, có đến 28,3% số lượng quây sạp cố định được bố trí ngoài nhà lồng chợ, chủ yếu là bố trí trên các lối đi vào chợ.

1.4- Tình hình giữ xe tại các chợ :

Một vấn đề nhiều người quan tâm là tình hình giữ xe tại các chợ. Hiện chợ có bãi giữ xe hay không, giữ xe có đúng giá quy định hay không và bố trí bãi giữ xe như thế nào là những nội dung được xem xét trong phần này.

1.4.1- Về bãi giữ xe :

Vấn đề bãi giữ xe ở các chợ chưa được quan tâm đúng mức. Chỉ có 32,4% số chợ khảo sát là có bãi giữ xe. Chỉ có 70,3% trên tổng số chợ được công nhận và 57,9% trên tổng số chợ chưa được công nhận là có bãi giữ xe. Như vậy, khi người dân đi chợ thì phần lớn là không có chỗ gửi xe, thường phải có người đi cùng để trông xe hoặc phải dẫn xe vào chợ (nếu đi một mình). Đây là một trong những nguyên nhân làm cho các tiểu thương muốn buôn bán ở lòng lề đường và khu vực quanh chợ hơn là buôn bán trong chợ do ở những vị trí thuận lợi này thì khả năng bán hàng nhiều hơn trong chợ.

Các chợ truyền thống chưa có quyết định công nhận không có bãi giữ xe phần lớn là vi phạm lộ giới, lấn chiếm lòng lề đường và không phù hợp với quy hoạch nên chủ yếu là hình thành các khu vực buôn bán chứ không có chỗ để giữ xe. Một mặt, do không có chỗ giữ xe nên các hộ tiểu thương có xu hướng tiến ra mặt tiền đường hoặc mặt tiền chợ để kinh doanh do ở những vị trí thuận lợi này thì khả năng bán hàng nhiều hơn ; mặt khác, nhu cầu giữ xe ở nhiều chợ chưa có quyết định công nhận không cao do chợ họp ở hai bên đường, người mua hàng có thể tự lái xe vào mua hàng rồi quay ra, tiết kiệm được tiền gửi xe và người mua hàng ngại đi bộ vì đa số các chợ loại này rất dơ (do đường sá hư hỏng, thường xuyên có nhiều vũng nước hoặc rác thải mất vệ sinh, v.v...).

1.4.2- Về giá giữ xe tại chợ :

Chỉ có khoảng 60% số bãi giữ xe tại các chợ là lấy đúng giá quy định. Giá giữ xe cũng thay đổi theo hình thức chợ trong đó chợ có quyết định chính thức thì tỉ lệ giữ xe đúng giá quy định cao hơn so với chợ chưa có quyết định công nhận, lần lượt là 66% và 53,7%. Nói chung, tình hình giữ xe cao hơn giá quy định diễn ra rất phổ biến và góp phần làm cho người đi chợ không muốn gửi xe, tạo ra tình trạng kẹt xe, mất trật tự trong chợ.

1.4.3- Thực trạng các bãi giữ xe tại chợ :

Qua khảo sát, hơn một nửa số chợ (56%) có bãi giữ xe ổn định (dành một phần diện tích chợ để làm bãi giữ xe). Tỉ lệ này không thay đổi theo hình thức chợ (cả chợ đã có quyết định công nhận và chợ chưa có quyết định công nhận). Đây là một thành công của chợ chưa có quyết định công nhận vì việc

bố trí bãi giữ xe cũng là một loại hình kinh doanh (có đóng góp vào ngân sách Nhà nước) đồng thời cũng là cách cải thiện tình hình an toàn, trật tự trong chợ.

Ngoài việc bố trí bãi giữ xe ổn định, việc giữ xe còn thực hiện cả trong nhà dân xung quanh chợ. Đây cũng là một biện pháp hữu hiệu nhằm đáp ứng nhu cầu gửi xe và đảm bảo tình hình an ninh trật tự. Và tỉ lệ huy động nhà dân vào việc giữ xe có thay đổi theo hình thức chợ (có quyết định công nhận và chưa có quyết định công nhận), lần lượt là 33,9% và 28%. Do nhu cầu đi chợ tại các chợ có quyết định công nhận cao hơn và do diện tích các bãi giữ xe chính thức còn hạn chế nên cần thiết phải huy động nhà dân vào việc giữ xe.

Tuy nhiên, ngoài hai biện pháp trên, còn một số chợ còn bố trí bãi giữ xe lấn chiếm lòng lề đường, gây cản trở lưu thông trong và xung quanh chợ. Tỉ lệ này chiếm khoảng 13,3% số chợ và thay đổi theo hình thức chợ, theo đó chợ có quyết định công nhận có tỷ lệ thấp hơn (khoảng 10%) và chợ chưa có quyết định công nhận (16%).

2. Tình hình tắc nghẽn giao thông trong và xung quanh chợ :

Theo số liệu khảo sát, có 65,1% số chợ gây tắc nghẽn giao thông khu vực xung quanh chợ. Mức độ nghiêm trọng của việc gây tắc nghẽn giao thông cao nhất ở loại chợ tự phát (100%) và giảm dần cho loại chợ chưa có quyết định công nhận (40%) và chợ có quyết định công nhận (22%).

Theo thiết kế, các chợ nếu được xây dựng đúng tiêu chuẩn (kể cả chợ có quyết định công nhận hay chưa có quyết định công nhận) thì bốn mặt chợ đều có khoảng trống ngăn cách với các khu dân cư. Các khoảng trống này thường là các tuyến đường dẫn vào chợ hoặc là trục đường chính đi qua chợ. ở phần lớn các chợ truyền thống hiện nay, hầu hết các khoảng trống này được bố trí các quầy sạp kinh doanh, lấn chiếm một phần hoặc toàn bộ. Đối với các chợ có các trục đường chính đi qua, các quầy sạp được bố trí lấn ra tới lề đường, đẩy người đi bộ xuống lòng đường, đồng thời người đi chợ đậu xe ở lề đường để mua hàng. Trong nhà lòng, các quầy sạp được coi nới, che chắn cả lối đi, che chắn tầm nhìn. Như vậy, việc tắc nghẽn giao thông ở các chợ không phải chỉ do không có bãi giữ xe mà còn do cách bố trí quầy sạp kinh doanh không hợp lý. Vấn đề ở đây là Ban quản lý chợ và các cơ quan quản lý Nhà nước, cơ quan chức năng vừa buông lỏng quản lý, vừa khai thác quá mức mặt bằng kinh doanh chợ mà không quan tâm tới việc đảm bảo giao thông trong và chung quanh chợ. Có thể nói, hầu hết các chợ ; khu vực chung quanh chợ hiện nay hoàn toàn không được thông thoáng.

Các chợ nếu có các bãi giữ xe sẽ góp phần quan trọng vào việc giảm tắc nghẽn giao thông. Tuy nhiên, để giải quyết triệt để việc tắc nghẽn giao thông thì phải thực hiện một cách đồng bộ giữa việc bố trí bãi giữ xe bố trí một cách hợp lý các quầy sạp kinh doanh.

3. Thực trạng về phòng cháy, chữa cháy ở các chợ :

Trong thời gian qua, Ban quản lý chợ và các cơ quan chức năng đã có nhiều cố gắng trong công tác phòng cháy chữa cháy. Nhiều biện pháp đã được áp dụng như, nhắc nhở các tiểu thương đề cao cảnh giác (152 chợ), trang bị thiết bị chữa cháy (126 chợ), kiểm tra thường xuyên hệ thống điện (122 chợ), làm vệ sinh phòng cháy (81 chợ), trang bị hệ thống báo cháy (21 chợ), trang bị hệ thống cầu dao (65 chợ). Những biện pháp trên đã góp phần quan trọng vào việc đảm bảo an toàn cho các chợ.

Tuy nhiên, hiện nay công tác phòng cháy chữa cháy ở các chợ tồn tại một số vấn đề sau :

Thứ nhất, nhiều chợ chưa có đội phòng cháy chữa cháy. Theo số liệu khảo sát tại 367 chợ các loại trên địa bàn thành phố, chỉ có 114 chợ có thành lập đội PCCC (chiếm tỷ lệ 31%) ; số còn lại 253 chợ (chiếm tỷ lệ 69%) chưa thành lập đội PCCC. Đối với chợ có quyết định công nhận, chỉ mới có 81,2% số chợ có đội phòng cháy chữa cháy ; chợ chưa có quyết định công nhận thì chỉ có 42,1%. Riêng các chợ tự phát thì không có đội PCCC.

Thứ hai, chưa đảm bảo về thoát nạn. Đồ vật dụng, hàng hóa trên lối thoát nạn, gây cản trở lưu thông trên lối thoát nạn. Lối thoát nạn, hành lang thoát nạn, buồng đệm thoát nạn được bọc lót bằng chất dễ cháy, không an toàn cho việc thoát nạn cần phải tháo dỡ. Thiếu đèn chỉ dẫn thoát nạn, đèn chiếu sáng sự cố trên đường thoát nạn cần phải lắp đặt thêm.

Thứ ba, về ngăn cháy và chống cháy lan. Nhiều chợ có vách ngăn bằng chất dễ cháy trên diện rộng như ván ép. Thiếu tường ngăn cháy và thiếu cửa chống cháy nên nếu xảy ra cháy sẽ cháy lớn vì không được ngăn chặn.

Thứ tư, về hệ thống điện. Đường dây điện không đi trong ống bảo vệ, trên đường dây có nhiều mối nối mà không dùng hộp đấu dây nên dễ gây chập mạch. Sắp xếp hàng hóa gần thiết bị tiêu điện, bắt đèn neon sát trần ván ép. Thiết bị đóng ngắt điện của các hộ kinh doanh trong nhiều chợ thiếu an toàn.

Thứ năm, công tác chữa cháy và cứu hộ. Hệ thống ống dẫn nước chữa cháy làm bằng ống nhựa không đảm bảo chữa cháy. Số lượng họng nước chữa cháy hư hỏng hoặc thiếu. Thiếu hệ thống báo cháy tự động. Thiếu kiểm tra, sửa chữa, sung nạp bình chữa cháy. Bố trí bình chữa cháy không hợp lý. Trang bị bình chữa cháy thiếu. Thiếu máy bơm chữa cháy dự phòng. Ngoài ra, nhiều chợ có trang bị máy bơm chữa cháy là loại động cơ đất trong không đảm bảo hoạt động nhanh khi có sự cố và phục vụ chữa cháy. Việc sử dụng thành thạo các loại phương tiện phòng và chống cháy còn yếu, chưa thành thạo. Nhiều chợ có lối vào bị lấn chiếm nên không đảm bảo cho xe chữa cháy tiếp cận. Chưa trang bị dụng cụ cứu người như thang, thang dây.

Thứ sáu, các vi phạm khác. Xây dựng thêm phần mái che gây cản trở thoát khói khi có cháy. Tại một số chợ trung tâm (có qui mô lớn), hiện tượng quá tải về số lượng hộ kinh doanh và số lượng hàng hóa mua sắm trong khu

vực chợ nên các hộ kinh doanh thường xuyên chiếm dụng đường đi nội bộ chợ, không đảm bảo cho thoát nạn và chống cháy lan. Chưa có phương án thoát nạn khi xảy ra cháy.

Theo Báo cáo số 2119/BC-ĐKTLN (PCCC) ngày 11/12/2002 của Đoàn Kiểm tra liên ngành công tác PCCC, dưới đây là một số chợ bị khuyến cáo về nguy cơ cháy và sẽ gây hậu quả nghiêm trọng về người và của nếu xảy ra cháy:

+ Các tầng trên của chợ vải Soái Kinh Lâm là trường học, chung cư trong khi đó lối thoát nạn còn thiếu, nhiều hộ dân sống trên chung cư còn cho thuê nhà làm kho chứa vải.

+ Các khu chợ cấp tạm xung quanh chợ Bình Tây không được giải tỏa mặc dù đã được cơ quan PCCC kiến nghị nhiều lần. Ngoài ra, ủy ban nhân dân quận 6 còn cấp giấy phép cho Hội Cựu chiến binh của quận chiếm toàn bộ khu vực mặt tiền bãi giữ xe gây cản trở thoát nạn và công tác chữa cháy.

+ Các đơn vị chủ quản của Thương xá Đồng Khánh, trung tâm thương mại EDEN,... đã không quan tâm đến công tác PCCC do công trình sử dụng chung. Các khu vực chợ nói chung đều xâm lấn hành lang chiếm dụng an toàn giữa các ngôi nhà để làm thêm sạp cho thuê buôn bán gây quá tải so với thiết kế ban đầu và dễ gây cháy lan trên diện rộng.

VIII.- THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC Ở CÁC CHỢ :

1. Cơ sở pháp lý về quản lý Nhà nước ở các chợ :

Trong thời gian qua, hoạt động của các chợ chịu sự điều chỉnh của Quyết định số 1117/QĐ-UB-TM ngày 22/7/1993 của Ủy ban nhân dân thành phố và sau đó là Thông tư số 15/TM-CSTTTN ngày 16/10/1996 của Bộ Thương mại hướng dẫn về tổ chức và quản lý chợ, nhưng Nghị định thì chưa. Đến đầu năm 2003 Chính phủ mới ban hành Nghị định 02/2003/NĐ-CP phát triển và quản lý chợ, nhưng đến nay Bộ Thương mại và các Bộ ngành Trung ương chưa có những Thông tư hướng dẫn cụ thể.

2. Đánh giá việc thực hiện công tác quản lý Nhà nước ở các chợ :

2.1- Sở Thương mại :

Sở Thương mại thành phố Hồ Chí Minh đã có nhiều nỗ lực thực hiện chức năng tham mưu đầu mối cho Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh trong việc quản lý Nhà nước đối với các chợ được phân cấp theo quy định của Thông tư 15. Cụ thể :

- Lập quy hoạch xây dựng 3 chợ đầu mối về nông sản thực phẩm trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh.

- Lập kế hoạch di dời 10 chợ đầu mối trong nội thành ra 3 chợ đầu mối được xây dựng.
- Chỉ đạo, hướng dẫn và kiểm tra việc triển khai các quy định của Nhà nước về tổ chức, quản lý chợ, về thực hiện các chính sách lưu thông hàng hóa trong chợ.
- Theo dõi, tổng hợp và đánh giá kết quả hoạt động của chợ ; tổng kết rút kinh nghiệm về công tác tổ chức và quản lý chợ.

2.2- Ủy ban nhân dân các quận huyện :

Trong thời gian qua, các quận-huyện đã có nhiều cố gắng trong việc thực hiện chức năng quản lý Nhà nước đối với các chợ được phân cấp cho quận- huyện với những nội dung đã được quy định tại Thông tư 15. Nhiều quận-huyện đã tiến hành quy hoạch, đầu tư xây dựng chợ mới, tổ chức nâng cấp, sửa chữa các chợ bị xuống cấp nhằm đảm bảo nhu cầu sinh hoạt của dân cư trên địa bàn. Tuy nhiên, phần lớn các quận-huyện chưa chú trọng nhiều đến việc quy hoạch, đầu tư phát triển chợ ; nhất là ở các khu dân cư mới hình thành, ở các khu công nghiệp. Thiếu kiên quyết trong việc xử lý các trường hợp vi phạm như tình trạng lấn chiếm chợ, trong việc xử lý các chợ tự phát,... Chưa có kế hoạch xử lý các chợ truyền thống chưa có quyết định công nhận.

2.3- Chức năng nhiệm vụ quyền hạn của Ban quản lý chợ :

Ban quản lý các chợ hoạt động theo Quyết định 1117/QĐ-UB của Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh ; một số Ban quản lý chợ lại hoạt động theo Thông tư 15 của Bộ Thương mại ; một số Ban quản lý lại vận dụng một số quy định của QĐ 1117 và một số quy định của Thông tư 15. Nhiệm vụ chức năng quyền hạn của Ban quản lý chợ theo tinh thần Nghị định 02/CP, thì chưa được Bộ Thương mại và các Bộ ngành Trung ương quy định cụ thể. Trong những năm qua, Ban quản lý các chợ đã có nhiều nỗ lực trong việc thực hiện các nhiệm vụ được giao như tổ chức sắp xếp, bố trí các quầy sạp kinh doanh khi tiếp nhận các hộ tiểu thương từ những nơi khác đến do việc giải tỏa các chợ tự phát, đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất ở các chợ, giữ gìn vệ sinh, an ninh trật tự ở các chợ và an toàn phòng cháy chữa cháy. Tuy nhiên, Ban quản lý chợ còn gặp nhiều khó khăn trong việc thực hiện nhiệm vụ do những nguyên nhân khách quan và chủ quan. Điều này thể hiện ở một số khía cạnh sau : *Thứ nhất*, vấn đề san nhượng sạp hiện nay chưa được kiểm soát do phần lớn các chợ chưa cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng sạp cho các hộ tiểu thương nên các hộ này tự sang tay lẫn nhau dẫn đến thất thu thuế. *Thứ hai*, vai trò của Ban quản lý chợ còn nhiều hạn chế và các chính sách của nhà nước đối với Ban quản lý chợ không khuyến khích Ban quản lý chợ phát huy tính năng động của mình. Ban quản lý chợ chưa thực hiện được việc quản lý theo nguyên tắc tập trung đầu mối quản lý do trong cùng một chợ nhưng một số khu vực do cơ quan khác quản lý và cho thuê mặt bằng và gần như nằm ngoài

sự kiểm soát của Ban quản lý. Kinh phí hoạt động của Ban quản lý do ngân sách cấp và không có chế độ đãi ngộ cho các Ban quản lý hoạt động tốt nên không tạo động lực. Hiện nay, mức lương của Trưởng ban quản lý là 330.000 đồng/tháng, Phó ban quản lý là 297.000 đồng và nhân viên là 275.000 đồng. Mức lương này áp dụng cho toàn địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Ngoài mức lương trên, Ban quản lý chợ còn thu theo quy định 400 đồng/hộ kinh doanh/ngày gọi là lệ phí trật tự kinh doanh để chi cho công việc quản lý hàng ngày trong chợ. Có thể nói, mức lương quy định hiện nay đối với Ban quản lý chợ là khá thấp, không đảm bảo cuộc sống hàng ngày của Ban quản lý. Điều này rất dễ nảy sinh tiêu cực. *Thứ ba*, việc quy hoạch, tổ chức sắp xếp các quầy sạp kinh doanh còn gặp nhiều khó khăn. Do chưa thống nhất được đầu mối quản lý, nhiều quầy sạp do các cơ quan khác cho thuê lại không tuân thủ quy hoạch ngành hàng của Ban quản lý chợ mà kinh doanh theo ý mình gây nhiều khó khăn trong việc quản lý chợ. Mặt khác, các hộ tiểu thương tự tiện coi nới, che chắn các quầy sạp nhưng không bị xử lý triệt để. *Thứ tư*, việc khai thác, sử dụng mặt bằng chưa thật sự hiệu quả ở nhiều chợ. Nhiều khu vực ở các chợ bị bỏ trống lâu ngày, nhất là khu vực nhà lồng nhưng Ban quản lý chợ chưa tìm được biện pháp khắc phục (chợ Lãnh Bình Thăng). Mặt bằng chợ bị lấn chiếm sử dụng trái phép nhưng Ban quản lý chợ không xử lý triệt để (chợ Phú Thọ). *Thứ năm*, thiếu sự phối hợp giữa Ban quản lý chợ với các cơ quan chức năng của phường trong việc giải tỏa các chợ tự phát lấn chiếm lòng, lề đường ở khu vực chung quanh chợ truyền thống. *Thứ sáu*, không chủ động trong việc sử dụng kinh phí tái đầu tư cho chợ. Các chợ có những đóng góp quan trọng trong việc tạo nguồn thu cho ngân sách ; tuy nhiên, nguồn thu này không được trích lại để đầu tư nâng cấp sửa chữa chợ, do đó khi chợ bị xuống cấp, hư hỏng thì không có tiền để sửa chữa. *Thứ bảy*, tình trạng nói thách, không niêm yết giá, bán hàng không đúng giá niêm yết còn diễn ra khá phổ biến nhưng không được xử lý.

IX.- CHỢ TỰ PHÁT :

1. Đặc điểm hình thành chợ tự phát :

Do sự bùng nổ phát triển dân cư trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh trong những năm gần đây, nhất là các khu đông dân cư, khu dân cư mới, các khu công nghiệp,... thành phố đã phát triển nhiều chợ tự phát không phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế-xã hội thành phố và 22 quận-huyện, không đảm bảo lộ giới, lấn chiếm lòng lề đường, gây ách tắc giao thông, không đảm bảo vệ sinh môi trường, vệ sinh thực phẩm, an ninh trật tự, phòng cháy chữa cháy. Đến cuối tháng 12 năm 2002 thành phố Hồ Chí Minh có 173 chợ tự phát các loại. Chợ tự phát phát triển mạnh nhất trong vòng 10 năm trở lại đây.

Chợ tự phát hình thành bằng hai cách :

+ Chợ tự phát hình thành xuất phát từ nhu cầu khách quan ở những khu vực không có chợ, như các khu công nghiệp, khu chế xuất tập trung đông dân cư, các khu dân cư mới.

+ Chợ tự phát hình thành ở những khu vực chung quanh chợ chính thức (ăn theo chợ chính thức). Hầu hết các chợ chính thức đều có chợ tự phát hình thành. Việc hình thành các chợ tự phát ăn theo chợ chính thức chủ yếu xuất phát từ vấn đề quản lý nhà nước chưa thật sự hiệu quả. Điều này đặt ra vấn đề là muốn xử lý chợ tự phát không phải chỉ xây thêm chợ là đủ mà phải tăng cường công tác quản lý ở những khu vực có chợ chính thức đang hoạt động.

Ủy ban nhân dân thành phố cũng đã ban hành Chỉ thị 13 về việc chấn chỉnh mua bán lấn chiếm lòng, lề đường và khu vực chung quanh chợ. Theo quy định này thì mỗi năm mỗi quận-huyện phải tiến hành giải tỏa từ 1 - 2 chợ tự phát lấn chiếm lòng, lề đường. Kết quả thực hiện chỉ thị này còn hết sức khiêm tốn. Hiện nay, hầu hết các chợ chính thức đều có các chợ tự phát hình thành.

2. Phân bố chợ tự phát :

Chợ tự phát tập trung chủ yếu ở các quận, như quận 1 (14 chợ), quận 8 (12 chợ), quận 3 (8 chợ), quận 10 (9 chợ), quận Bình Thạnh (18 chợ), quận Gò Vấp 19 chợ, quận Thủ Đức (18 chợ), huyện bình Chánh (23 chợ). Quận Thủ Đức và huyện Bình Chánh hình thành nhiều khu công nghiệp, tập trung khá đông công nhân nhưng không đầu tư xây dựng chợ. Quận Bình Thạnh, quận Gò Vấp, quận 8 là những quận đô thị hóa trễ, các khu dân cư mới hình thành chủ yếu mang tính tự phát, đồng thời việc quy hoạch phát triển mạng lưới chợ cũng chưa được coi trọng nên chợ tự phát hình thành khá nhiều ở khu vực này. Các quận trung tâm, như quận 1, quận 3, quận 10 là những khu vực tập trung đông dân cư, sức mua lớn, dẫn đến hình thành các chợ tự phát ăn theo chợ chính thức. Mặt khác, một số khu vực lại không có chợ nên hình thành chợ tự phát. Quận 10 chỉ có 2 chợ chính thức, không đáp ứng đủ nhu cầu mua sắm nên đã hình thành 9 chợ tự phát.

Các hộ kinh doanh ở chợ tự phát ăn theo chợ chính thức bao gồm nhiều hình thức khác nhau, như kinh doanh cố định, kinh doanh lưu động. Các hộ kinh doanh cố định một phần từ nơi khác đến, thuê nhà hoặc thuê một phần trước cửa nhà, che dù lên buôn bán ; một phần do chủ nhà trực tiếp kinh doanh. Các hộ này thường lấn chiếm lối đi, sử dụng đường bao quanh chợ để kinh doanh.

3. Những ảnh hưởng của chợ tự phát đối với đời sống kinh tế-xã hội trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh :

Trên thực tế, chợ tự phát góp phần đáp ứng nhu cầu mua sắm của dân cư ở những khu vực không có chợ. Tuy nhiên, xét trên bình diện chung, chợ tự phát có ảnh hưởng tiêu cực đến đời sống kinh tế-xã hội trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh nói chung và đối với các chợ chính thức nói riêng.

Trước hết, chợ tự phát cạnh tranh không bình đẳng với các chợ chính thức. Hầu hết các hộ kinh doanh tự phát chung quanh chợ chính thức không phải tốn nhiều chi phí trong kinh doanh và lại đón đầu khách hàng vào chợ chính thức. Do đó, người đi chợ không cần vào trong chợ để mua hàng, nhất là các loại hàng thực phẩm tươi sống phục vụ bữa ăn hàng ngày. Điều này đã làm cho hoạt động kinh doanh ở các chợ kém hiệu quả, sức mua giảm.

Thứ hai, chợ tự phát ảnh hưởng tiêu cực đến việc thu hút đầu tư xây dựng chợ. Chợ tự phát làm giảm lợi nhuận của các hộ kinh doanh trong chợ chính thức, ảnh hưởng đến việc khai thác công suất thiết kế các quầy sạp kinh doanh. Điều này làm nản lòng các nhà đầu tư khai thác kinh doanh chợ.

Thứ ba, chợ tự phát gây mất an ninh, trật tự, vệ sinh môi trường, mỹ quan đô thị, an toàn giao thông và an toàn phòng cháy chữa cháy do các chợ tự phát hình thành trên các tuyến đường vào chợ, các hẻm, các đường bao quanh chợ.

Thứ tư, chợ tự phát tạo nên thói quen không tốt trong sinh hoạt và mua sắm của một bộ phận dân cư, đi ngược lại những nỗ lực xây dựng thành phố theo hướng văn minh, hiện đại, trong đó có văn minh thương nghiệp và mỹ quan đô thị. Chợ tự phát tạo nên thói quen không tuân thủ luật lệ giao thông, không có ý thức giữ gìn vệ sinh môi trường.

4. Nguyên nhân hình thành chợ tự phát :

Thứ nhất, do đời sống kinh tế khó khăn, nhất là các tỉnh. Kinh tế Việt Nam nói chung và thành phố Hồ Chí Minh nói riêng mặc dù có bước tăng trưởng đáng kể nhưng nhìn chung vẫn còn nhiều khó khăn, tỷ lệ thất nghiệp còn ở mức cao. Những người không có công ăn việc làm ở các tỉnh đổ xô về thành phố sinh sống bằng đủ loại nghề khác nhau. Theo số liệu thống kê của thành phố Hồ Chí Minh, tỷ lệ tăng cơ học trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh trong những năm gần đây khoảng 0,84%/năm. Mỗi năm có khoảng 44 ngàn dân nhập cư vào thành phố. Phần lớn trong số này không có nghề nghiệp, công ăn việc làm ổn định. Vì vậy, chợ, các khu dân cư mới hình thành, các khu công nghiệp, các công sở, trường học, bệnh viện,... là những nơi mà dân nhập cư tìm đến để kiếm sống bằng nghề buôn bán nhỏ. Ngoài ra, một bộ phận dân cư thành phố không có công ăn việc làm cũng tìm đến các chợ để buôn bán. Qua thời gian các khu vực này hình thành các chợ tự phát.

Thứ hai, do thói quen sở thích của nhiều người, chỉ thích mua hàng hóa, nhất là hàng nông sản thực phẩm tươi sống và tiêu dùng hàng ngày bán

đọc theo lòng lề đường và khu vực chung quanh chợ, vì như vậy vừa nhanh và không cần phải gọi xe.

Thứ ba, các cấp chính quyền địa phương, nhất là công an phường-xã buông lỏng quản lý, chưa xử lý nghiêm túc và triệt để việc mua bán lấn chiếm lòng, lề đường và khu vực quanh chợ theo các văn bản quy định của Chính phủ và Ủy ban nhân dân thành phố, thậm chí có địa phương phường-xã coi việc hình thành và phát triển chợ tự phát là nguồn thu của phường-xã.

Thứ tư, do yếu kém về quản lý.

+ Việc quy hoạch đầu tư phát triển chợ của các cấp chính quyền chưa được coi trọng, dẫn đến nhiều khu vực không có chợ.

+ Đối với những khu vực đã có chợ nhưng các cơ quan chức năng không kiên quyết xử lý các hộ kinh doanh tự phát mới chớm hình thành mà để tồn tại một thời gian dài dẫn đến việc rất khó giải quyết sau này.

+ Các cơ quan chức năng thiếu sự phối hợp với nhau trong việc giải quyết các chợ tự phát trên phạm vi từng phường-xã, từng quận-huyện, liên phường, liên quận. Điều này dẫn đến tình trạng giải tỏa nơi này thì các hộ tiểu thương chạy về nơi khác tiếp tục kinh doanh.

+ Việc giải tỏa các chợ tự phát còn thụ động, chủ yếu mang tính chất đối phó, chưa giải quyết được vấn đề căn bản là đào tạo nghề cho những người này để họ có thể từ bỏ nghề buôn bán tự phát lấn chiếm lòng lề đường. Vì vậy, mặc dù có nhiều nỗ lực, nhưng việc giải tỏa chợ tự phát vẫn chưa mang lại kết quả mong muốn. Điều này cho thấy, việc giải tỏa chợ tự phát là vấn đề của toàn xã hội chứ không phải chỉ một cơ quan chức năng nào. Kinh nghiệm việc giải tỏa các hộ kinh doanh tự phát chung quanh Hồ con rùa ở quận 3 cho thấy không phải là không có hướng giải quyết đối với vấn đề chợ tự phát.

Thứ năm, các chợ chính thức không đảm bảo những điều kiện về cơ sở vật chất, vệ sinh môi trường, không có bãi giữ xe làm cho người đi chợ không muốn vào chợ mua sắm.

Các nguyên nhân chủ yếu trên đưa đến hậu quả các năm gần đây trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh chợ tự phát phát triển rất nhanh, rất phức tạp, hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước đối với các chợ tự phát còn rất thấp so với yêu cầu, ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển của một đô thị lớn nhất nước.

Vì vậy, nội dung giải tỏa, sắp xếp, di dời các chợ tự phát là nội dung quan trọng của đề án quy hoạch phát triển chợ, cũng là công tác trọng tâm của trật tự đô thị thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2003-2010.

Nhận xét chung về hoạt động chợ :

- Thành phố Hồ Chí Minh có điều kiện kinh tế-xã hội rất thuận lợi cho sự hình thành và phát triển chợ. Đặc điểm điều kiện tự nhiên, kinh tế-xã hội đã tạo nên sự phong phú và đa dạng của mạng lưới chợ trên địa bàn : chợ bán buôn, chợ bán lẻ, chợ đầu mối, chợ chuyên doanh, chợ đêm, chợ hoa tươi, chợ cây- chim-cá cảnh và một số chợ mang tính chất giao dịch hàng hóa.

- Chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đóng vai trò quan trọng không những trong đời sống và sinh hoạt của dân cư mà còn đối với hoạt động sản xuất kinh doanh. Chợ là nơi tiêu thụ phần lớn hàng hóa do các doanh nghiệp sản xuất và phân phối đến các địa phương trong cả nước. Mặt khác, chợ còn là nơi tập trung phần lớn các mặt hàng nông sản của đồng bằng sông Cửu Long, vùng Đông Nam bộ cung cấp cho người dân thành phố và các tỉnh.

- Cùng với sự phát triển dân cư, nhiều chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh không còn phù hợp với quy hoạch, như các chợ đầu mối kinh doanh hàng nông sản ở khu vực trung tâm thành phố. Điều này đặt ra vấn đề phải di dời các chợ ra khu vực ngoại thành và quận ven.

- Với mức sống ngày càng được nâng cao ; sự hình thành và phát triển nhanh chóng mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại và cửa hàng bán lẻ ; đã tạo ra sự thay đổi về cơ cấu mặt hàng kinh doanh ở các chợ : các mặt hàng thực phẩm chế biến, hàng may mặc, vải sợi, hàng công nghệ phẩm,... từng bước bị thu hẹp. Điều này đặt ra vấn đề phải có sự kết hợp giữa chợ và siêu thị, trung tâm thương mại nhằm khai thác một cách hiệu quả mặt bằng kinh doanh chợ.

- Thực tiễn cho thấy, đối với mô hình chợ có tính truyền thống, việc xây lầu đã tỏ ra không hiệu quả. Nhiều chợ không khai thác hết tầng lầu để đưa vào kinh doanh, nhiều chợ phải chuyển công năng đối với các tầng lầu ở chợ. Đây là một bài học kinh nghiệm quý giá cho việc quy hoạch phát triển mạng lưới chợ sau này.

- Mặc dù có những đóng góp quan trọng trong sản xuất và đời sống, nhưng trong thời gian qua, công tác quy hoạch đầu tư phát triển chợ chưa được quan tâm đúng mức, sự phân bố mạng lưới chợ ở một số khu vực chưa hợp lý, nhiều khu vực không có chợ dẫn đến việc hình thành các chợ tự phát.

- Công tác quản lý Nhà nước đối với các chợ tự phát, chợ tạm mặc dù có nhiều cố gắng nhưng kết quả mang lại còn nhiều hạn chế. Chợ tự phát hình thành không chỉ ở những nơi không có chợ mà còn hình thành chung quanh các chợ chính thức. Nhiều chợ tạm không phù hợp với quy hoạch chung của 22 quận-huyện, vi phạm lộ giới, lấn chiếm lòng lề đường nhưng lại không có biện pháp xử lý triệt để, gây mất an ninh trật tự và mỹ quan đô thị.

Qua 10 năm phát triển từ 1993 đến nay mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại như trên, đã góp phần thay đổi bộ mặt thương mại thành phố văn minh, lịch sự hơn và góp phần tích cực trong việc phục vụ đời sống kinh tế-xã hội của thành phố.

Nhưng việc phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại hiện nay còn nhiều bất cập. Điều này thể hiện qua các nội dung chủ yếu như sau :

(1) Vì việc quy hoạch phát triển siêu thị-trung tâm thương mại chưa thực hiện, nên việc phát triển thường theo chủ quản cục bộ của địa phương và của các nhà đầu tư, nên việc hình thành phát triển phân bố hiện nay chưa hợp lý. Nhiều khu vực tập trung quá nhiều siêu thị kế cận nhau trong khi những khu vực khác lại không có. Các nhà đầu tư kinh doanh siêu thị, trung tâm thương mại trong thời gian qua gặp nhiều khó khăn trong việc tìm kiếm mặt bằng kinh doanh, tìm kiếm được mặt bằng ở đâu thì đầu tư kinh doanh ở đó chứ chưa tính đến việc đầu tư kinh doanh theo quy hoạch của thành phố quận-huyện.

(2) Siêu thị, Trung tâm thương mại phát triển nhanh chóng trong thời gian qua nhưng Nhà nước chưa có văn bản nào quy định về quy chế hoạt động phát triển và quản lý siêu thị, trung tâm thương mại. Vì vậy, công tác quản lý Nhà nước về siêu thị, trung tâm thương mại hiện nay lỏng lẻo, phân tán và kém hiệu quả.

(3) Vấn đề trật tự xã hội, an toàn giao thông khu vực quanh siêu thị chưa được đảm bảo tốt. Hầu hết các siêu thị ở khu vực nội thành không có bãi đậu xe hơi, trong khi đó việc mua sắm ở siêu thị bằng xe hơi diễn ra ngày càng phổ biến đã dẫn đến tình trạng tắc nghẽn giao thông. Việc đậu xe hơi đã gây cản trở giao thông ở các khu vực chung quanh siêu thị vẫn không được xử lý. Diện tích giữ xe hai bánh của các siêu thị còn nhiều hạn chế so với yêu cầu.

PHẦN THỨ HAI

QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐẾN NĂM 2010.

I.- VỊ TRÍ, VAI TRÒ CỦA CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI ĐỐI VỚI SINH HOẠT CỦA NGƯỜI DÂN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH :

1. Vị trí vai trò của chợ đối với sinh hoạt của dân cư ở khu vực nội thành :

Đối với khu vực nội thành, chợ hiện nay vẫn có vai trò quan trọng đối với các loại hàng hóa như thực phẩm tươi sống, trái cây, đồ gia vị và nhiều loại hàng hóa khác. Mặc dù mạng lưới siêu thị, cửa hàng bán lẻ xuất hiện nhiều nhưng chưa thể thay thế được vai trò của chợ đối với những mặt hàng này. Mặt khác, tổng mức hàng hóa bán ra ở các chợ nội thành vẫn chiếm tỷ trọng lớn, góp phần quan trọng vào việc tiêu thụ hàng hóa sản xuất ra cũng như đóng góp cho ngân sách, giải quyết công ăn việc làm, hạn chế phát sinh các chợ tự phát. Hơn nữa, siêu thị chưa tỏ ra thích hợp với một bộ phận lớn dân cư có thu nhập thấp, hàng ngày phải đi chợ mua thực phẩm. Chợ ở các khu vực nội thành còn là nơi hấp dẫn khách du lịch trong và ngoài nước đến tham quan, mua sắm. Như vậy, chợ còn là nơi góp phần tạo nên bản sắc văn hóa truyền thống của thành phố.

2. Vị trí, vai trò của chợ đối với sinh hoạt dân cư ở khu vực ngoại thành :

Đối với khu vực ngoại thành và các quận ven, mạng lưới thương mại dịch vụ chưa thật sự phát triển; chợ là nơi mua bán, trao đổi hàng hóa quan trọng nhất của nông thôn, nông dân ngoại thành. Mặt khác, khu vực ngoại thành, các quận ven sẽ là nơi tập trung các chợ đầu mối quan trọng nhất của thành phố, cung cấp hàng hóa cho toàn thành phố và phục vụ xuất khẩu.

II.- DỰ BÁO CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRONG TƯƠNG LAI :

Sự phát triển mạng lưới chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh trong những giai đoạn tới phụ thuộc vào nhiều yếu tố, từ kinh tế đến xã hội trên địa bàn thành phố cũng như trong khu vực kinh tế trong điểm phía Nam và cả nước ; từ việc phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng bán lẻ đến việc phát triển thương mại điện tử,... Dưới đây là một số dự báo các yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự phát triển mạng lưới chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2010.

1. Các yếu tố xã hội :

1.1- Sự gia tăng dân số, sự hình thành các khu dân cư mới :

Dân số trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2010 dự kiến sẽ đạt mức 7,1 triệu người. Trong đó, khu vực nội thành hiện hữu khoảng 4,4 triệu người, các quận mới 1,3 triệu người và các huyện ngoại thành là 1,4 triệu người. Như vậy, dân số trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2010 sẽ tăng khoảng 1,8 triệu người so với năm 2001; trong đó, các quận nội thành hiện hữu tăng khoảng 860 ngàn người, 5 quận mới tăng khoảng 500 ngàn người và các huyện ngoại thành tăng khoảng 441 ngàn người. Như vậy, nhiều

khu dân cư mới sẽ hình thành trên địa bàn thành phố nhằm đáp ứng nhu cầu nhà ở ngày càng tăng. Điều này phát sinh nhu cầu phát triển mạng lưới thương mại-dịch vụ, trong đó có chợ.

1.2- Mức sống dân cư :

Mức sống dân cư có xu hướng gia tăng dẫn đến sự gia tăng về tiêu dùng. Dự báo GDP trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh năm 2005 là 1985 USD/người và năm 2010 là 3112 USD/người. Số lượng hộ nghèo đến năm 2010 còn khoảng 8 - 8,5% tổng số hộ gia đình. Cơ cấu chi tiêu có xu hướng thay đổi, chi cho ăn uống sẽ giảm xuống đồng thời chi cho vui chơi giải trí, giáo dục, y tế, đi lại sẽ gia tăng. Theo số liệu của Cục Thống kê thành phố Hồ Chí Minh mức chi tiêu bình quân đầu người năm 2000 khoảng 596 ngàn đồng/tháng. Như vậy, tổng mức tiêu thụ hàng hóa trên địa bàn thành phố năm 2000 vào khoảng 38 ngàn tỷ đồng, trong đó chi cho ăn uống và may mặc (những khoảng chi mà xác suất người tiêu dùng mua sắm ở chợ nhiều nhất) đạt 19 ngàn tỷ đồng. Đến năm 2005 tổng mức chi tiêu đạt 65 ngàn tỷ đồng và năm 2010 đạt 153 ngàn tỷ đồng. Chi cho ăn uống đến năm 2010 mặc dù giảm về mặt tỷ trọng nhưng giá trị tuyệt đối tăng 269% so với năm 2000.

BẢNG DỰ BÁO MỨC CHI TIÊU TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

	ĐVT	2000	2010
1. Dân số	Người	5.295.454	7.101.566
2. Mức chi tiêu bình quân đầu người	Tr.Đ/ng/tháng	0,596	1,8
3. Cơ cấu chi tiêu	%	100	100
3.1. Chi cho ăn uống	%	45	41
3.2. Chi cho may mặc	%	6	11
3.3. Chi cho đi lại	%	4,5	9
3.4. Chi cho việc học hành	%	7,5	9
3.5. Chi cho y tế, bảo vệ sức khỏe	%	4	12
3.6. Chi cho vui chơi, giải trí	%	5	8
3.7. Chi khác	%	28	10
4. Tổng mức chi tiêu	Tr.Đ	37.873.087	153.393.826
4.1. Chi cho ăn uống	“	17.042.889	62.891.468
4.2. Chi cho may mặc	“	2.272.385	16.873.321

4.3. Chi cho đi lại	“	1.704.289	13.805.444
4.4. Chi cho việc học hành	“	2.840.482	13.805.444
4.5. Chi cho y tế, bảo vệ sức khỏe	“	1.514.923	18.407.259
4.6. Chi cho vui chơi, giải trí	“	1.893.654	12.271.506
4.7. Chi khác	“	10.604.464	15.339.383

Nguồn: Cục Thống kê TP.HCM, Viện kinh tế TP.HCM

Căn cứ vào mức chi tiêu dự báo nêu trên, đối chiếu với doanh thu ở các chợ hiện nay cho thấy năm 2001 chợ đáp ứng khoảng 37% tổng mức chi tiêu trên địa bàn thành phố và với năng lực như hiện nay, đến năm 2010 chợ chỉ có khả năng đáp ứng được khoảng 10% tổng mức chi tiêu trên địa bàn.

Mức sống dân cư tăng lên tạo áp lực rất lớn đến sự tồn tại và phát triển chợ. Điều này thể hiện qua việc chợ bị cạnh tranh bởi siêu thị. Đối với các mặt hàng công nghệ phẩm, thực phẩm chế biến, hàng may mặc, mỹ phẩm,... chợ khó có khả năng cạnh tranh với siêu thị do những điều kiện mua sắm ở siêu thị tốt hơn. Đối với hàng thực phẩm tươi sống, người tiêu dùng đòi hỏi chất lượng hàng hóa ngày càng cao hơn, an toàn hơn, vệ sinh hơn. Điều này siêu thị có lợi thế hơn chợ. Như vậy, chợ phải trở thành nơi mua bán văn minh và hiện đại nhưng vẫn giữ được bản sắc văn hóa của chợ truyền thống thì mới có khả năng tồn tại. Do sự cạnh tranh của mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng bán lẻ và trước sự đòi hỏi càng cao của người tiêu dùng; đối với khu vực nội thành, trong những năm sắp tới chợ có thể sẽ giảm về số lượng nhưng chất lượng sẽ được nâng cao.

Tuy nhiên, mức sống dân cư phát triển không đồng đều giữa các khu vực. ở ngoại thành và các quận ven, mức sống dân cư vẫn còn thấp và chợ sẽ đóng vai trò quan trọng đối với hoạt động mua sắm của dân cư trong khu vực. Vì vậy, trong những giai đoạn sắp tới, chợ sẽ vẫn còn phát triển ở khu vực ngoại thành và các quận mới.

1.3- Thói quen mua sắm của người tiêu dùng :

Thói quen mua sắm ở lề đường của một bộ phận dân cư vẫn tồn tại trong một thời gian dài nếu không có những giải pháp hữu hiệu để khắc phục. Điều này ảnh hưởng tiêu cực đối với việc tổ chức, sắp xếp lại mạng lưới chợ, xóa bỏ các chợ tự phát.

1.4- Những thay đổi về tâm lý mua sắm :

Xu hướng mua sắm ở các siêu thị, trung tâm thương mại ngày càng gia tăng ở những tầng lớp dân cư có mức thu nhập từ trung bình trở lên. Điều này sẽ làm giảm lượng khách hàng mua sắm ở các chợ, nhất là đối với những loại hàng tiêu dùng, mỹ phẩm, hàng may mặc, vải sợi,... Điều này đặt ra vấn đề cơ cấu lại mặt hàng kinh doanh ở các chợ theo hướng giảm dần các quầy sạp kinh doanh hàng may mặc, thực phẩm chế biến, mỹ phẩm, công nghệ phẩm,...

1.5- Yêu cầu về phát triển đô thị văn minh, hiện đại :

Thành phố Hồ Chí Minh là một thành phố được xếp vào loại văn minh và hiện đại nhất của Việt Nam, là một trung tâm đa chức năng, có tầm quan trọng đặc biệt đối với cả nước trong hầu hết các lĩnh vực từ kinh tế-xã hội, chính trị và an ninh quốc phòng. Phát triển thành phố theo hướng văn minh và hiện đại là yêu cầu và là nhiệm vụ mà thành phố phải thực hiện. Vì vậy, sẽ không thể tồn tại những chợ tự phát lấn chiếm lòng, lề đường cũng như những chợ không đảm bảo an ninh trật tự, vệ sinh môi trường, an toàn phòng cháy chữa cháy,...

2. Các yếu tố kinh tế :

2.1- Dự báo tốc độ tăng trưởng kinh tế và quy mô kinh tế trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh và cả nước :

Dự báo tốc độ tăng trưởng kinh tế trên địa bàn thành phố giai đoạn 2001-2005 tăng bình quân 11%/năm và giai đoạn 2006-2010 là 13%/năm ; đưa quy mô của kinh tế thành phố lên gấp 3 lần so với hiện nay. GDP (theo giá so sánh năm 1994) trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh năm 2010 dự kiến đạt 164.000 tỷ đồng (năm 2001 là 57.000 tỷ đồng). Như vậy, khối lượng hàng hóa sản xuất ra đến năm 2010 sẽ gấp 3 lần so với hiện nay. Dự kiến tốc độ tăng trưởng kinh tế của cả nước vào khoảng 7%/năm giai đoạn 2001-2010 thì quy mô của nền kinh tế đến năm 2010 vào khoảng 537.000 tỷ đồng (giá so sánh năm 1994), gấp 1,8 lần so với năm 2001.

2.2- Dự báo khối lượng hàng hóa nhập khẩu qua thành phố Hồ Chí Minh :

Theo báo cáo quy hoạch phát triển kinh tế-xã hội trên địa bàn thành phố đến năm 2010, tốc độ tăng kim ngạch nhập khẩu trên địa bàn thành phố dự kiến đạt 17%/năm giai đoạn 2001-2005 và 15%/năm giai đoạn 2006-2010. Như vậy, đến năm 2010 kim ngạch hàng hóa nhập khẩu trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đạt khoảng 13,8 tỷ USD, gấp 3,8 lần so với năm 2001. Với cơ cấu hàng tiêu dùng chiếm khoảng 7% vào năm 2005 và 5% vào năm 2010 thì kim ngạch nhập khẩu hàng tiêu dùng vào năm 2005 đạt 483 triệu USD (gấp 2,7 lần năm 2001) và năm 2010 sẽ đạt 693 triệu USD (gấp 3,9 lần năm 2001).

2.3- Dự báo tổng mức lưu chuyên hàng hóa trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh :

Dự kiến tốc độ tăng tổng mức hàng hóa bán ra giai đoạn 2001-2005 khoảng 7%/năm và giai đoạn 2006-2010 khoảng 12%/năm. Như vậy, tổng mức hàng hóa bán ra đến năm 2005 khoảng 198.000 tỷ đồng và năm 2010 là 350.000 tỷ đồng. Cơ cấu hàng hóa bán lẻ vào năm 2005 chiếm tỷ trọng khoảng 43% và năm 2010 là 44%. Giá trị tổng mức hàng hóa bán lẻ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh vào năm 2005 khoảng 85.000 tỷ đồng và năm 2010 là 154.000 tỷ đồng. Vì chợ chỉ có khả năng đáp ứng từ 10% - 15% tổng mức hàng hóa bán lẻ trên địa bàn đòi hỏi phải phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại trong những giai đoạn sắp tới.

2.4- Dự báo sự hình thành và phát triển mạng lưới siêu thị, cửa hàng bán lẻ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh :

Đối với khu vực nội thành, khả năng xây thêm chợ trong những giai đoạn sắp tới hầu như không thể thực hiện được, trong khi đó số lượng chợ có nguy cơ bị giảm do bị giải tỏa để xây dựng các công trình như Đại lộ Đông-Tây..., một số chợ đầu mối phải di dời ra khu vực ngoại thành hoặc các quận mới. Như vậy, để đáp ứng nhu cầu mua sắm của người dân trên địa bàn thành phố theo nhu cầu văn minh và phát triển của xã hội đòi hỏi phải phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại và các cửa hàng bán lẻ tự chọn. Loại hình này không chỉ đáp ứng nhu cầu mua sắm mà còn phù hợp với xu thế phát triển của một đô thị văn minh hiện đại. Như vậy, ở khu vực nội thành, các siêu thị, trung tâm thương mại các cửa hàng tự chọn sẽ phát triển mạnh trong những năm tới.

Đối với khu vực ngoại thành và các quận ven, dự kiến những năm tới mạng lưới siêu thị cũng sẽ hình thành và phát triển do đô thị hóa và mật độ dân cư ngày càng đông.

2.5- Dự báo sự hình thành các kênh phân phối giữa doanh nghiệp và các địa phương thông qua hệ thống đại lý, chi nhánh :

Hiện nay, hầu hết các địa phương trong cả nước đều có sản phẩm của các doanh nghiệp hàng đầu trong nước sản xuất và sản phẩm nhập khẩu. Sản phẩm này được cung cấp bởi hai nguồn chủ yếu là các chợ bán buôn trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh và của các nhà sản xuất thông qua mạng lưới phân phối trực tiếp của mình như chi nhánh, đại lý,... Nguồn cung cấp thứ hai ngày càng được mở rộng do sự phát triển của mạng lưới đại lý và các dịch vụ hậu mãi được chú trọng. Điều này ảnh hưởng lớn đến hoạt động của các chợ bán buôn trên địa bàn thành phố trong những năm sắp tới.

2.6- Dự báo những thay đổi về trình độ sản xuất và tiêu dùng :

Những thay đổi về trình độ sản xuất và tiêu dùng ảnh hưởng lớn đến sự phát triển của chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Những ứng dụng của khoa học và công nghệ vào sản xuất trong những giai đoạn tới cho phép sản xuất những sản phẩm chất lượng cao. Trong nông nghiệp sản phẩm sạch sẽ dần dần chiếm tỷ trọng lớn. Thực phẩm tươi sống được đóng gói và làm sạch trước khi đưa ra thị trường sẽ ngày càng được ưa chuộng do phù hợp với lối sống công nghiệp ngày càng phát triển và đảm bảo vệ sinh thực phẩm. Như vậy, những chợ không đảm bảo vệ sinh môi trường, cơ sở vật chất yếu kém sẽ gặp nhiều khó khăn.

2.7- Dự báo sự phát triển của thương mại điện tử trong thời gian tới :

Mức sống dân cư ngày càng được cải thiện, công nghệ thông tin ngày càng phát triển nhanh chóng, đặc biệt, Chính phủ trong thời gian qua đã có nhiều nỗ lực trong việc khuyến khích phát triển công nghệ thông tin, như giảm giá cước nhằm tăng tỷ lệ người sử dụng Internet, thực hiện chính phủ điện tử trong những năm tới,... là những yếu tố hết sức quan trọng góp phần hình thành và phát triển thương mại điện tử trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Dự kiến trong tương lai, thương mại điện tử sẽ hình thành và phát triển mạnh trên địa bàn thành phố. Mặc dù vậy, trong giai đoạn trước mắt, thương mại điện tử chưa thể thay thế vai trò của chợ, siêu thị, trung tâm thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh cũng như hiện nay siêu thị, trung tâm thương mại mặc dù có quá trình hình thành gần 10 năm nhưng vẫn chưa thể thay thế các chợ truyền thống.

III.- QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU QUY HOẠCH CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI :

1. Quan điểm :

- Phát triển mạng lưới chợ phải đặt trong mối quan hệ tổng thể phát triển mạng lưới thương mại-dịch vụ trên địa bàn quận bao gồm chợ, như siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng bán lẻ và phải mang tính đồng bộ giữa đầu tư phát triển, di dời, giải tỏa.

- Quan điểm về kết hợp giữa chợ, siêu thị và trung tâm thương mại. Tùy từng giai đoạn phát triển, các chợ hiện hữu sẽ được đầu tư nâng cấp thành siêu thị, trung tâm thương mại khi có điều kiện. Một số chợ sẽ kết hợp xây dựng chợ và siêu thị, trung tâm thương mại với tầng trệt dùng kinh doanh thực phẩm tươi sống, các tầng lầu dùng làm siêu thị, trung tâm thương mại.

2. Mục tiêu quy hoạch phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, trung tâm thương mại :

- Đáp ứng nhu cầu mua sắm của dân cư.

- Góp phần thúc đẩy việc lưu chuyển hàng hóa (bán buôn và bán lẻ), kích thích phát triển sản xuất.

- Đảm bảo tính văn minh thương nghiệp, trật tự, an toàn giao thông, vệ sinh, an toàn cháy nổ. Tiến tới việc giải quyết triệt để tình trạng chợ tự phát lấn chiếm lòng, lề đường.

- Nâng cao hiệu quả kinh doanh của các chợ, siêu thị, trung tâm thương mại.

IV.- ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH :

1. Các căn cứ pháp lý cho việc phát triển mạng lưới chợ, siêu thị, trung tâm thương mại :

1.1- Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ :

Hiện nay, Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 được xem là căn cứ pháp lý cao nhất về phát triển và quản lý chợ trên phạm vi cả nước. Nghị định 02 quy định khá cụ thể về phạm vi chợ, điểm kinh doanh tại chợ, chợ loại 1, 2, 3 ; về quy hoạch phát triển chợ ; đầu tư xây dựng chợ ; kinh doanh khai thác và quản lý chợ ; nội quy chợ ; quản lý Nhà nước về chợ...Cụ thể :

- Phạm vi chợ :

Là khu vực được quy hoạch dành cho hoạt động chợ, bao gồm diện tích để bố trí các điểm kinh doanh, khu vực dịch vụ (như bãi để xe, kho hàng, khu ăn uống, vui chơi giải trí và các dịch vụ khác) và đường bao quanh chợ.

- Điểm kinh doanh tại chợ :

Bao gồm quầy hàng, sạp hàng, ki-ốt, cửa hàng được bố trí trong phạm vi chợ theo thiết kế xây dựng chợ, có diện tích quy chuẩn tối thiểu là 3m²/điểm.

Chợ loại 1 :

Là chợ có trên 400 điểm kinh doanh, được đầu tư xây dựng kiên cố, hiện đại theo quy hoạch ;

Được đặt ở các vị trí trung tâm kinh tế thương mại quan trọng của tỉnh, hoặc là chợ đầu mối của ngành hàng, của khu vực kinh tế được tổ chức họp thường xuyên ;

Có mặt bằng phạm vi chợ phù hợp với quy mô hoạt động của chợ và tổ chức đầy đủ các dịch vụ tại chợ : trông giữ xe, bốc xếp hàng hóa, kho bảo quản hàng hóa, dịch vụ đo lường, dịch vụ kiểm tra chất lượng hàng hóa, vệ sinh an toàn thực phẩm và các dịch vụ khác.

Chợ loại 2 :

Là chợ có trên 200 điểm kinh doanh, được đầu tư xây dựng kiên cố và bán kiên cố theo quy hoạch ;

Đặt ở trung tâm giao lưu kinh tế của khu vực và được tổ chức họp thường xuyên hay không thường xuyên ;

Có mặt bằng phạm vi chợ phù hợp với quy mô hoạt động chợ và tổ chức các dịch vụ tối thiểu tại chợ : trông giữ xe, bốc xếp hàng hóa, kho bảo quản hàng hóa, dịch vụ đo lường.

Chợ loại 3 :

Là chợ có dưới 200 điểm kinh doanh hoặc các chợ chưa được đầu tư xây dựng kiên cố hoặc bán kiên cố.

Chủ yếu phục vụ nhu cầu mua bán hàng hóa của nhân dân trong xã, phường và địa bàn phụ cận.

Nguồn vốn đầu tư xây dựng chợ bao gồm : nguồn vốn của các doanh nghiệp, cá nhân sản xuất kinh doanh và của nhân dân đóng góp ; nguồn vốn vay tín dụng ; nguồn vốn đầu tư phát triển của Nhà nước, trong đó chủ yếu là nguồn vốn của các doanh nghiệp, cá nhân sản xuất kinh doanh và nguồn vốn vay tín dụng.

- Về kinh doanh khai thác và quản lý chợ :

Chợ do Nhà nước đầu tư hoặc hỗ trợ vốn đầu tư xây dựng được Ủy ban nhân dân tỉnh giao cho các chủ thể tổ chức kinh doanh khai thác và quản lý các hoạt động tại chợ theo các quy định sau :

+ Đối với các chợ xây dựng mới, giao hoặc tổ chức đấu thầu để lựa chọn doanh nghiệp kinh doanh khai thác và quản lý chợ.

+ Đối với chợ đang hoạt động do Ban quản lý chợ điều hành, từng bước chuyển sang thực hiện theo hình thức giao hoặc tổ chức đấu thầu để lựa chọn doanh nghiệp kinh doanh khai thác và quản lý chợ.

Như vậy, theo Nghị định số 02/2003/NĐ-CP thì phần lớn các chợ hiện hữu có quyết định công nhận trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh phải được chỉnh trang, cải tạo lại cho phù hợp, như chợ phải có đường bao quanh chợ, điểm kinh doanh phải đảm bảo diện tích tối thiểu là 3m² trở lên,...

1.2- Quy hoạch phát triển kinh tế-xã hội trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2010 :

Quy hoạch phát triển kinh tế-xã hội trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2010 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt cũng là một trong những căn cứ pháp lý quan trọng cho việc quy hoạch phát triển mạng lưới chợ. Đến năm 2010 dân số trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh vào khoảng 7,2 triệu người, tăng khoảng 1,8 triệu người. Nhiều khu dân cư mới sẽ hình thành, đặc biệt là khu vực ngoại thành và các quận ven. Các dự án đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng với quy mô lớn sẽ được thực hiện,... Điều này đặt ra vấn đề phải quy hoạch đầu tư phát triển mạng lưới chợ, bao gồm xây dựng mới, nâng cấp sửa chữa và di dời các chợ hiện hữu.

1.3- Nghị quyết 7 của Thành ủy về phát triển thương mại-dịch vụ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh :

Tại Hội Nghị lần thứ 9 Ban Chấp hành Đảng bộ thành phố (Khóa VII), tháng 10 năm 2002, Thành ủy đã thông qua Nghị quyết về tiếp tục đẩy mạnh phát triển các ngành dịch vụ-thương mại đến năm 2005 đã chỉ đạo :

- Sắp xếp lại hoạt động các chợ bán buôn để bố trí hợp lý các luồng hàng hóa, giảm áp lực lưu thông vào trung tâm thành phố và di dời các chợ bán buôn ở nội thành vào 3 chợ đầu mối ở cửa ngõ thành phố.

- Xây dựng trung tâm giao dịch mua bán chuyên ngành : trung tâm giao dịch nguyên phụ liệu ngành may, trung tâm trưng bày sản phẩm xuất khẩu và dịch vụ hỗ trợ phát triển doanh nghiệp, trung tâm trưng bày hàng thủ công mỹ nghệ kết hợp làng nghề.

- Quy hoạch vị trí, nghiên cứu mô hình, chuẩn bị dự án và tìm nguồn vốn để đầu tư trung tâm thương mại quốc tế quy mô lớn gắn kết với hoạt động hội chợ, triển lãm, hội thảo quốc tế.

- Đầu tư xây dựng theo quy hoạch một số khu vực cụm bán lẻ để tổ chức các hoạt động dịch vụ-thương mại kinh doanh buôn bán văn minh, trật tự, hạn chế việc kinh doanh phát triển dọc theo các tuyến đường giao thông trên địa bàn thành phố.

- Phối hợp với các Bộ-Ngành Trung ương chuẩn bị các điều kiện cần thiết để triển khai thực hiện thương mại điện tử ngay trong quá trình Việt Nam tham gia AFTA và thực hiện Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ.

1.4- Quy chế tạm thời về siêu thị, trung tâm thương mại do Bộ Thương mại (Dự thảo) :

1.4.1- Siêu thị :

Siêu thị hạng I : có danh mục hàng hóa từ 20 ngàn tên hàng trở lên ; hàng thực phẩm phải chiếm tối thiểu là 20% doanh số ; diện tích mặt bằng từ 3.000m² trở lên ; trong đó dành ít nhất 30% diện tích cho các công trình phụ trợ ; có bãi đỗ xe phù hợp với lưu lượng khách hàng ; có thiết bị kỹ thuật bán hàng hiện đại, tiên tiến ; có thiết bị và tổ chức dịch vụ trong khi bán hàng và các dịch vụ phục vụ khách hàng khác ; tối thiểu là dịch vụ bảo quản hành lý cá nhân ; dịch vụ thanh toán ; dịch vụ bán hàng tận nhà, bán hàng qua bưu điện ; dịch vụ bảo hành ; dịch vụ quảng cáo - khuyến mãi ; dịch vụ thẩm mỹ, dịch vụ ăn uống nghỉ ngơi, giải trí và thư giãn.

Siêu thị hạng II : có danh mục hàng hóa từ 10 ngàn tên hàng đến 20 ngàn tên hàng ; hàng thực phẩm phải chiếm tối thiểu là 30% doanh số ; diện tích mặt bằng từ 1.000m² đến dưới 3.000 m² ; trong đó dành ít nhất 30% diện tích cho các công trình phụ trợ ; có bãi đỗ xe phù hợp với lưu lượng khách hàng ; có thiết bị và tổ chức dịch vụ trong khi bán hàng và một số dịch vụ phục vụ khách hàng khác ; tối thiểu là dịch vụ bảo quản hành lý cá nhân ; dịch vụ thanh toán ; dịch vụ bảo hành ; dịch vụ quảng cáo - khuyến mãi.

Siêu thị hạng III : có danh mục hàng hóa từ 5 ngàn tên hàng đến 10 ngàn tên hàng ; hàng thực phẩm phải chiếm tối thiểu là 40% doanh số ; diện tích mặt bằng từ 100m² đến dưới 800 m² ; có bãi đỗ xe phù hợp với lưu lượng khách hàng ; có thiết bị và tổ chức dịch vụ trong khi bán hàng.

1.4.2- Trung tâm thương mại :

- Trung tâm thương mại cấp vùng là trung tâm có quy mô lớn và hội đủ các tiêu chuẩn : có bán kính thương mại vượt ra khỏi phạm vi tỉnh, thành phố ; có diện tích mặt bằng từ 30.000 m² trở lên ; từ 50 cửa hàng trở lên, trong đó có ít nhất 01 siêu thị ; có bãi đỗ xe phù hợp với lưu lượng khách hàng ; có kinh doanh dịch vụ thương mại và thương mại dịch vụ phong phú, đa dạng như : các dịch vụ vui chơi giải trí ; nhà hàng, khách sạn ; dịch vụ trưng bày quảng cáo và biểu diễn thời trang ; dịch vụ tài chính-ngân hàng ; bưu chính viễn thông ; bảo hiểm ; kho vận ; môi giới đầu tư ; hội chợ triển lãm ; điện tử-tin học ; tư vấn ; phân phối ; dịch vụ môi trường ; dịch vụ du lịch ; cho thuê văn phòng đại diện, trụ sở làm việc, hội trường, phòng họp, nơi tổ chức các hội nghị, hội thảo, giao dịch và ký kết các hợp đồng thương mại trong và ngoài nước,...

- Trung tâm thương mại cấp tỉnh, thành phố là trung tâm có quy mô trung bình và hội đủ các tiêu chuẩn: có bán kính thương mại trong phạm vi tỉnh, thành phố ; có diện tích mặt bằng từ 5 ngàn m² đến 30 ngàn m² ; có từ 10 đến 50 cửa hàng, trong đó có ít nhất 01 siêu thị ; có bãi đỗ xe phù hợp với lưu lượng khách hàng ; có kinh doanh dịch vụ thương mại và một số lĩnh vực thương mại dịch vụ như : tài chính - ngân hàng ; du lịch ; bảo hiểm ; cho thuê văn phòng đại diện, trụ sở làm việc, hội trường; bưu chính viễn thông, tư vấn.

- Trung tâm thương mại cấp quận-huyện là trung tâm có quy mô nhỏ và hội đủ các tiêu chuẩn : diện tích mặt bằng dưới 5.000 m² ; có dưới 10 cửa hàng, trong đó có ít nhất 01 siêu thị ; có bãi đỗ xe phù hợp với lưu lượng khách hàng ; có kinh doanh dịch vụ thương mại.

2. Một số định hướng chung về phát triển mạng lưới chợ, siêu thị trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh :

2.1- Định hướng phát triển mạng lưới chợ :

- Phát triển chợ mới ở khu vực ngoại thành và các quận mới, quận ven xuất phát từ nhu cầu khách quan. Đối với khu vực nội thành, không phát triển thêm chợ mới mà chủ yếu tập trung khai thác một cách có hiệu quả các chợ hiện hữu trên cơ sở nâng cấp, cải tạo hoặc xây dựng lại; đồng thời phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại. Xây dựng mô hình kết hợp phát triển giữa chợ và siêu thị, trung tâm thương mại.

- Về quy mô chợ xây dựng mới : ngoài 3 chợ đầu mối là chợ loại 1, các chợ còn lại chủ yếu là chợ loại 2 và loại 3, kinh doanh các mặt hàng phục vụ nhu cầu thiết yếu hàng ngày của dân cư trong khu vực như thực phẩm tươi sống, hoa quả,...

- Đối với các chợ truyền thống đang tồn tại và sẽ tồn tại trong tương lai, có kế hoạch đầu tư nâng cấp, sửa chữa phù hợp với xu hướng phát triển của một đô thị văn minh, hiện đại.

- Các chợ đầu mối sẽ bố trí ở khu vực ngoại thành và quận ven. Thực hiện việc di dời các chợ đầu mối kinh doanh nông sản thực phẩm ; thủy-hải sản ra khu vực ngoại thành.

- Đối với các chợ hoạt động không hiệu quả trên phương diện phục vụ dân cư sẽ chuyển công năng đồng thời phát triển những tụ điểm kinh doanh với quy mô phù hợp và đảm bảo những điều kiện về vệ sinh môi trường.

- Đối với các chợ tự phát ; căn cứ vào tính chất và đặc điểm hình thành chợ ; sẽ có những biện pháp thích hợp để xử lý như giải tỏa, di dời vào các chợ truyền thống hiện hữu, đầu tư xây dựng thành chợ truyền thống hoặc thay thế bằng các tụ điểm kinh doanh. Kiên quyết giải tỏa các chợ tự phát chung quanh các chợ truyền thống.

- Đối với các chợ tạm, chợ truyền thống chưa có quyết định công nhận; tùy theo tính chất và đặc điểm hình thành chợ sẽ có biện pháp thích hợp. Đối với những chợ có quy mô quá nhỏ, chợ vi phạm lộ giới sẽ thực hiện việc chuyển công năng và xây dựng các tụ điểm kinh doanh. Đối với những chợ nằm trên lòng đường sẽ thực hiện việc di dời, giải tỏa.

Một số định hướng về phát triển mạng lưới chợ đến năm 2010 như sau :

Số lượng chợ xây dựng mới : 116 chợ.

Số lượng chợ có quyết định công nhận và chưa có quyết định công nhận phải di dời, giải tỏa vì không phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế-xã hội của thành phố là 51 chợ.

Số chợ tự phát phải giải tỏa, di dời : 169 chợ. Có 9 chợ tự phát được nâng cấp thành chợ chính thức.

Số lượng chợ nâng cấp sửa chữa là 116 chợ, trong đó xây dựng mới 13 chợ.

Số lượng chợ đến năm 2010 là 272 chợ. Trong đó, 14 chợ loại 1.

2.1.1- Định hướng về xây dựng chợ mới :

2.1.1.1- Cơ sở khoa học và cơ sở pháp lý của việc đầu tư xây dựng chợ mới.

Việc xác định nhu cầu xây dựng chợ mới dựa trên những cơ sở sau :

Thứ nhất, đáp ứng nhu cầu tiêu thụ hàng hóa ở các khu vực sản xuất hàng hóa tập trung, góp phần thúc đẩy sản xuất phát triển.

Thứ hai, mật độ dân cư ở khu vực trong hiện tại và dự kiến trong tương lai ; bán kính phục vụ của chợ, khả năng hình thành và phát triển mạng lưới siêu thị, cửa hàng bán lẻ, trung tâm thương mại ; khoảng cách khu vực dự định xây chợ với các chợ hiện hữu ; khả năng xảy ra nếu không xây dựng chợ là sẽ hình thành chợ tự phát lấn chiếm lòng lề đường. Mỗi khu dân cư có quy mô dân số từ 20.000 - 25.000 người sẽ xây dựng một chợ với khoảng cách mỗi chợ từ 500m - 1.000 m.

Thứ ba, thuận tiện trong việc đi lại, mua bán, đảm bảo an toàn giao thông.

Thứ tư, hiệu quả kinh tế-xã hội của việc xây chợ : khả năng thu hút tiểu thương vào chợ, khả năng giải quyết tình trạng chợ tự phát.

Thứ năm, về cơ sở pháp lý, sẽ căn cứ vào Nghị định 02 của Chính phủ.

Căn cứ vào các tiêu chí trên, đối chiếu với những khu vực trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, đề án đề xuất xây dựng thêm một số chợ mới trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh như sau :

2.1.1.2- Số lượng chợ cần xây dựng mới :

Số lượng chợ cần xây dựng mới từ nay đến năm 2010 là 116 chợ.

Trong đó :

- Các quận nội thành hiện hữu : 27 chợ.
- Các huyện ngoại thành : 47 chợ.
- Các quận mới : 42 chợ.

2.1.1.3- Xác định quy mô diện tích xây dựng :

Tổng diện tích xây dựng thêm chợ mới là 735.616 m².

Trong đó :

- Các chợ thuộc các quận nội thành hiện hữu : 297.677 m².
- Các chợ thuộc các huyện ngoại thành : 272.768 m².
- Các chợ ở 5 quận mới : 165.171 m².

2.1.1.4- Xác định nhu cầu vốn đầu tư :

- Tổng vốn đầu tư : 1.183.681 tỷ đồng.

Phân theo lãnh thổ :

- Các chợ thuộc khu vực nội thành hiện hữu : 313.250 tỷ đồng.
- Các chợ thuộc các huyện ngoại thành : 543.424 tỷ đồng.
- Các chợ thuộc các quận mới : 327.007 tỷ đồng.

2.1.1.5- Phân kỳ đầu tư :

- Giai đoạn 2003-2005 : xây dựng thêm 72 chợ.
- Giai đoạn 2006-2010 : xây dựng thêm 44 chợ.

2.1.2- Định hướng về chỉnh trang, nâng cấp, sửa chữa các chợ hiện hữu:

2.1.2.1- Số lượng chợ phải chỉnh trang, nâng cấp sửa chữa : 116 chợ

Trong đó :

- Khu vực nội thành hiện hữu : 60 chợ, gồm xây mới 11 chợ và nâng cấp 49 chợ.

- Các huyện ngoại thành : 30 chợ, gồm xây mới 2 chợ và nâng cấp sửa chữa 28 chợ.

Các quận mới : 26 chợ.

2.1.2.2- Dự trù kinh phí :

Tổng vốn đầu tư nâng cấp, sửa chữa : 193,445 tỷ đồng.

Phân theo lãnh thổ :

- Khu vực nội thành hiện hữu : 81,290 tỷ đồng.

- Các huyện ngoại thành : 106,125 tỷ đồng.

- Các quận mới : 6,030 tỷ đồng.

2.1.3- Định hướng về giải tỏa di dời các chợ truyền thống :

2.1.3.1- Di dời 10 chợ đầu mối ra 3 chợ đầu mối ở ngoại thành và quận ven :

Có khoảng 10 chợ đầu mối trong nội thành sẽ được di dời ra 3 chợ đầu mối ngoại thành trong thời gian tới. Đó là các chợ :

- Chợ cầu Muối (quận 1) ;
- Chợ Cầu Ông Lãnh (quận 1) ;
- Chợ cá Hòa Bình (quận 5) ;
- Chợ Thủy hải sản khô (quận 5) ;
- Chợ Trần Chánh Chiếu (quận 6) ;
- Chợ sân cá 50 (quận 6) ;
- Chợ Mai Xuân Thưởng (quận 6) ;
- Chợ cá Xóm Củi (quận 8) ;
- Chợ Thịt heo Phạm Văn Hai (quận Tân Bình) ;
- Chợ Thịt heo An Lạc (huyện Bình Chánh).

Ngoài ra, một số chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh không phù hợp với quy hoạch sẽ di dời đến địa điểm khác và được đầu tư xây dựng mới. Việc di dời này chủ yếu diễn ra trong phạm vi của quận-huyện.

2.1.3.2- Giải tỏa các chợ hiện hữu :

- Một số chợ hiện hữu không phù hợp quy hoạch hoặc rơi vào khu vực các dự án đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng sẽ bị giải tỏa.

- Ngoài ra, một số chợ sẽ được giải tỏa để xây dựng siêu thị, trung tâm thương mại.

- Tổng số chợ giải tỏa, di dời trên địa bàn thành phố đến năm 2010 là 51 chợ. Trong đó:

+ Nội thành hiện hữu là 31 chợ ;

+ 5 quận mới là 26 chợ : 6

+ Các huyện ngoại thành 14.

2.1.4- Chợ tự phát giải tỏa, di dời :

Từ nay đến năm 2010, số lượng chợ tự phát phải giải tỏa, sắp xếp, di dời là 169. Có 9 chợ được nâng cấp, đầu tư xây dựng thành chợ chính thức.

2.1.4.1- Các nguyên tắc tổ chức sắp xếp lại mạng lưới chợ tự phát lần chiếm lòng, lề đường :

- Đảm bảo đáp ứng nhu cầu về mua bán của dân cư trên địa bàn. Những khu vực xét thấy việc tồn tại chợ là cần thiết sẽ tiến hành đầu tư xây dựng chợ hoàn chỉnh, tạo điều kiện cho việc mua bán đi vào nề nếp, trật tự, vệ sinh.

- Đảm bảo tính nghiêm minh của pháp luật. Những khu vực xét thấy không cần tồn tại chợ do không đảm bảo an ninh trật tự, an toàn giao thông, an toàn phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường cũng như đã có chợ truyền thống gần đó thì sẽ kiên quyết dẹp bỏ chợ tự phát này.

2.1.4.2- Các hình thức tổ chức sắp xếp lại các chợ tự phát lần chiếm lòng lề đường :

- Tổ chức sắp xếp lại.

- Giải tỏa và di dời các hộ tiểu thương vào các chợ truyền thống.

- Giải tỏa trắng.

Như vậy, đến năm 2010 về căn bản đã giải quyết xong tình trạng chợ tự phát.

2.2- Định hướng phát triển siêu thị, trung tâm thương mại :

- Đối với các khu vực trung tâm thành phố, sẽ phát triển các siêu thị, trung tâm thương mại với quy mô vừa và nhỏ, nhưng với số lượng lớn, phân bố đều khắp các địa bàn.

- Đối với khu vực ngoại thành và các quận ven, tùy theo vị trí thích hợp sẽ xây dựng các đại siêu thị phục vụ bán sỉ. Xây dựng một số siêu thị, trung tâm thương mại quy mô vừa và nhỏ ở những khu vực đông dân cư, phục vụ nhu cầu mua sắm của dân cư trên địa bàn.

2.2.1- Phát triển siêu thị :

Từ nay đến năm 2010 sẽ phát triển 38 siêu thị các loại. Trong đó, 15 siêu thị loại 1, 7 siêu thị loại 2 và 16 siêu thị loại 3.

Tổng diện tích đầu tư là 152.920 m².

Tổng vốn đầu tư: 6.798,5 tỷ đồng.

2.2.2- Phát triển Trung tâm thương mại :

Đến năm 2010 sẽ phát triển 50 trung tâm thương mại các loại. Trong đó, 5 trung tâm loại 1 ; 20 trung tâm loại 2 và 25 trung tâm loại 3.

Tổng diện tích khoảng 491.989 m² .

Tổng vốn đầu tư khoảng 63.722,7 tỷ đồng.

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN SIÊU THỊ (ĐẾN NĂM 2010)

Q-H	Siêu thị đến 2002				Giai đoạn phát triển								Siêu thị đến 2010			
	Tổng	1	2	3	Tổng	2003-2005			Tổng	2006-2010			Tổng	1	2	3
						1	2	3		1	2	3				
1	14	1	5	8					6			6	19	1	4	14
2	1	1			2	1		1					3	2		1
3	4	1	2	1									4	1	2	1
4																
5	4		1	3	3		2	1					7		3	4
6	3	2	1		1			1	2			2	6	2	1	3
7	1			1	1	1			1		1		3	1	1	1
8																
9					1	1							1	1		

10	8	4	2	2	1	1			2		1	1	11	5	3	3
11	2	1		1									2	1		1
12					1		1		1	1			2	1	1	
PN	2	1		1	2	2							4	3		1
BT	2	1		1	2	2							4	3		1
TĐ					4	2	1	2					5	2	1	2
TB	3	2		1									3	2		1
GV	1	1			1		1		1			1	3	1	1	1
HM					1	1							1	1		
CC									1	1			1	1		
NB								1					1			1
BC	1	1											1	1		
CG					2	2							2	2		
Tổng	46	16	11	19	24	13	5	6	14	2	2	10	83	31	17	35

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI ĐẾN NĂM 2010

PHẦN III

CÁC GIẢI PHÁP THỰC HIỆN QUY HOẠCH

I.- NHÓM GIẢI PHÁP VỀ VỐN ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN CHỢ :

1. Các nguồn vốn đầu tư chợ :

Theo Nghị định 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ, có các nguồn vốn sau đây để đầu tư phát triển chợ :

(1) Nguồn vốn đầu tư xây dựng chợ bao gồm : nguồn vốn của doanh nghiệp, cá nhân sản xuất kinh doanh và của nhân dân đóng góp ; nguồn vốn vay tín dụng ; nguồn vốn đầu tư phát triển của nhà nước, trong đó, chủ yếu là vốn của các doanh nghiệp, cá nhân sản xuất kinh doanh và vốn vay tín dụng.

(2) Nhà nước khuyến khích các tổ chức, cá nhân và các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế đầu tư hoặc góp vốn cùng Nhà nước đầu tư xây dựng chợ.

(3) Nguồn vốn đầu tư phát triển của Nhà nước (bao gồm vốn ngân sách Trung ương, địa phương và viện trợ không hoàn lại) chỉ hỗ trợ đầu tư xây dựng một số chợ sau :

- Chợ đầu mối chuyên ngành nông sản thực phẩm để tiêu thụ hàng hóa ở các vùng sản xuất tập trung về nông, lâm, thủy sản.
- Chợ các cụm xã vùng cao, vùng sâu, vùng xa, hải đảo thuộc các chương trình phát triển kinh tế-xã hội, xóa đói giảm nghèo, định canh định cư của Nhà nước.
- Chợ loại 1 theo quy hoạch ở vị trí trọng điểm về kinh tế thương mại của tỉnh, thành phố. Làm trung tâm giao lưu hàng hóa và phục vụ nhu cầu tiêu dùng ở các thành phố, thị xã lớn.

(4) Chủ đầu tư xây dựng chợ được quyền :

- Huy động vốn để xây dựng chợ trên cơ sở thỏa thuận với thương nhân đăng ký sử dụng hoặc thuê điểm kinh doanh tại chợ và các nguồn vốn khác của nhân dân đóng góp theo quy định của pháp luật và hướng dẫn cụ thể của Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương

- Sử dụng quyền sử dụng đất các công trình trong phạm vi thuộc quyền sử dụng của mình để thế chấp vay vốn tín dụng ngân hàng theo quy định hiện hành để đầu tư sửa chữa lớn, cải tạo, nâng cấp chợ.

Căn cứ theo quy định trên, dưới đây là một số giải pháp về vốn đầu tư cho xây dựng chợ.

1.1- Vốn ngân sách :

1.1.1- Ngoài các chợ đầu mối mà thành phố cần phải đầu tư, thành phố có thể dùng ngân sách để đầu tư xây dựng và nâng cấp sửa chữa các chợ thuộc vùng sâu, vùng xa của thành phố ; nhằm khuyến khích phát triển mạng lưới chợ ở những khu vực này với chi phí thấp, đáp ứng nhu cầu sinh hoạt, mua sắm của dân cư.

1.1.2- Đối với một số chợ trong thành phố quá bức xúc về vấn đề an toàn phòng cháy chữa cháy, an toàn giao thông, an ninh trật tự, nhưng không có khả năng thu hút các nhà đầu tư khai thác kinh doanh chợ do kinh phí giải tỏa quá lớn thì ngân sách thành phố cần hỗ trợ để giải quyết triệt để các vấn đề nêu trên bằng việc đầu tư xây dựng mới hoặc nâng cấp sửa chữa, cải tạo và giải tỏa các hộ dân lấn chiếm mặt bằng chợ.

Hai nội dung trên, nếu được thống nhất về chủ trương, sau khi đề án quy hoạch chợ được phê duyệt, Sở Thương mại thành phố Hồ Chí Minh sẽ phối hợp với các quận huyện lên danh sách những chợ cần đầu tư xây dựng mới, nâng cấp sửa chữa hay giải tỏa các khu vực bị lấn chiếm bằng nguồn vốn ngân sách trình Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt, trên cơ sở đó ghi vốn và phân kỳ đầu tư.

2. Vốn các doanh nghiệp hợp tác xã :

Trong thời gian tới, vốn để đầu tư xây dựng mới, nâng cấp, sửa chữa, cải tạo các chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh chủ yếu là từ các doanh nghiệp thông qua hình thức đấu thầu để lựa chọn doanh nghiệp đầu tư khai thác kinh doanh chợ. Hiện nay có nhiều doanh nghiệp có kinh nghiệm trong việc khai thác kinh doanh chợ và các lĩnh vực thương mại-dịch vụ khác, như Liên minh các Hợp tác xã, Sài Gòn Co-op, và một số Ban quản lý các chợ cũng đã thực hiện việc đấu thầu khai thác kinh doanh các chợ có quy mô nhỏ theo dạng thí điểm. Có thể hình thành công ty cổ phần đầu tư, khai thác kinh doanh chợ trên địa bàn thành phố, tổ chức xây dựng mới các chợ ở các khu công nghiệp tập trung, các khu dân cư mới. Thực tế cho thấy, việc huy động vốn từ các doanh nghiệp để đầu tư xây dựng mới, nâng cấp, sửa chữa chợ là không khó nếu như việc đầu tư có thể mang lại lợi nhuận. Vấn đề quan trọng hiện nay là tổng kết thí điểm mô hình đấu thầu khai thác kinh doanh chợ để trên cơ sở đó tổ chức triển khai trên diện rộng, mở rộng quy mô chợ đưa vào đấu thầu khai thác kinh doanh lên loại 2.

3. Vốn huy động từ các hộ tiểu thương :

3.1- Vốn huy động từ các hộ tiểu thương để đầu tư xây dựng chợ cũng là một dạng của hình thức huy động vốn đầu tư từ các doanh nghiệp. Trong thời gian qua, nhiều hộ tiểu thương đã cùng góp vốn với nhau để mua quyền sử dụng đất và xây dựng chợ, như chợ Hoa tươi ở quận 11. Vấn đề đối với các hộ tiểu thương cùng nhau góp vốn để xây dựng chợ mới là xác định hình thức pháp lý (loại hình hợp tác xã hay công ty cổ phần) để trên cơ sở đó cơ quan quản lý Nhà nước ra quyết định công nhận.

3.2- Có thể huy động vốn của các hộ tiểu thương để thực hiện việc đầu tư nâng cấp, sửa chữa chợ hiện hữu, nơi các hộ tiểu thương trực tiếp kinh doanh.

4. Vay tín dụng :

Bên cạnh vốn tự có của các doanh nghiệp, hộ tiểu thương ; các nhà đầu tư khai thác kinh doanh chợ có thể vay tín dụng để đầu tư xây dựng chợ.

II.- NHÓM GIẢI PHÁP VỀ CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CHỢ :

1. Chính sách để thu hút vốn đầu tư từ các doanh nghiệp, các hộ tiểu thương :

Việc đầu tư xây dựng mới các chợ theo quy hoạch trong những giai đoạn sắp tới là rất tốn kém do giá chuyển nhượng quyền sử dụng đất ngày càng gia tăng. Mặt khác, phần lớn các chợ xây dựng mới theo quy hoạch nằm ở khu vực ngoại thành và các quận ven, quy mô nhỏ, phục vụ nhu cầu tiêu dùng tại chỗ của dân cư do đó sức mua thấp dẫn đến lợi nhuận thấp. Sức hấp dẫn của việc đầu tư xây dựng và khai thác kinh doanh chợ thấp hơn nhiều so với một số ngành nghề kinh doanh. Vì vậy, để có thể thu hút vốn đầu tư từ các doanh nghiệp để đầu tư xây dựng chợ, cần thực hiện những chính sách sau :

1.1- Chính sách phân bổ chi phí quyền sử dụng đất vào các dự án dân cư :

Một phần giá quyền sử dụng đất để đầu tư xây dựng chợ có thể phân bổ vào các dự án đầu tư phát triển các khu dân cư mà chợ sẽ phục vụ. Như vậy, giá quyền sử dụng đất để xây dựng chợ trong trường hợp này sẽ thấp hơn so với giá thực của nó ở một mức có thể hấp dẫn các nhà đầu tư xây dựng chợ. Hình thức này có thể áp dụng để xây dựng chợ mới đối với các khu vực hình thành các khu dân cư mới.

Để thực hiện hình thức này, đòi hỏi sự phối hợp của chính quyền địa phương với các chủ đầu tư xây dựng các khu dân cư trong việc xác định diện tích, giá cả quyền sử dụng đất đối với khu vực dành cho phát triển chợ và sự cam kết của nhà đầu tư khai thác kinh doanh chợ, rằng chỉ được xây dựng chợ chứ không được dùng vào mục đích khác đối với phần diện tích đã quy hoạch cho phát triển chợ.

1.2- Chính sách hỗ trợ lãi suất :

Việc đầu tư khai thác kinh doanh chợ không đơn thuần là vấn đề kinh tế mà còn là vấn đề xã hội, làm cơ sở để giải quyết tình trạng kinh doanh tự phát, lấn chiếm lòng, lề đường, đảm bảo an ninh trật tự, vệ sinh môi trường và mỹ quan đô thị. Do đó, để khuyến khích các doanh nghiệp bỏ vốn đầu tư xây dựng chợ, thành phố cần có chính sách hỗ trợ lãi suất hoặc áp dụng chính sách cho vay kích cầu đối với các dự án đầu tư xây dựng chợ mới.

1.3- Chính sách ưu đãi về thuế và các khoản thu :

1.3.1- Theo quy định của các Luật thuế hiện hành và Luật khuyến khích đầu tư trong nước, chưa có quy định nào về ưu đãi thuế đối với đầu tư xây dựng chợ mới cũng như di dời các hộ tiểu thương về kinh doanh ở các chợ đầu mối. Cơ sở để xét miễn giảm thuế thu nhập doanh nghiệp là hộ kinh doanh phải thực hiện đầy đủ chế độ sổ sách, kế toán, chứng từ, hóa đơn. Hầu hết các hộ kinh doanh tại chợ chưa thực hiện hoặc thực hiện chưa đầy đủ những quy định này. Tuy nhiên, theo luật thuế giá trị gia tăng và thuế thu nhập doanh nghiệp, Cục Thuế có thẩm quyền điều chỉnh tỷ lệ giá trị gia tăng và tỷ lệ thu nhập doanh nghiệp của các hộ kinh doanh ổn định thuế.

1.3.2- Căn cứ vào luật ngân sách nhà nước và các văn bản hướng dẫn thi hành luật, các khoản thu để lại 100% cho ngân sách địa phương bao gồm : tiền cho thuê mặt đất ; các khoản phí, lệ phí nộp vào ngân sách cấp tỉnh theo quy định của Chính phủ ; thuế môn bài.

1.3.3- Căn cứ vào Nghị định số 93/2001/NĐ-CP ngày 12/12/2001 của Chính phủ về việc phân cấp quản lý một số lĩnh vực cho thành phố Hồ Chí Minh trong đó có nội dung quản lý nguồn thu ngân sách Nhà nước và quản lý chi ngân sách trên địa bàn thành phố.

Từ những cơ sở pháp lý này, khó có thể sử dụng chính sách thuế như một giải pháp nhằm kích thích hoạt động kinh doanh của chợ hoặc thực hiện quy hoạch chợ của thành phố, ngoại trừ Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh kiến nghị Chính phủ có một chế độ riêng cho việc quản lý hoạt động kinh doanh của chợ, trong đó có sự khuyến khích từ chính sách thuế.

Hoạt động kinh doanh đối với chợ không đơn thuần là vấn đề kinh tế mà còn mang nặng vấn đề xã hội, liên quan tới an ninh trật tự, an toàn giao thông, vệ sinh thực phẩm, vệ sinh môi trường và an toàn phòng cháy, chữa cháy. Để góp phần giải quyết tình trạng chợ tự phát lấn chiếm lòng lề đường, khuyến khích đầu tư xây dựng chợ, nâng cấp sửa chữa chợ, thu hút tiêu thương vào chợ, cần có các chính sách ưu đãi về thuế cũng như các khoản thu khác theo hướng các hộ kinh doanh trong chợ có mức điều tiết về thuế và các khoản thu khác thấp hơn so với các hộ kinh doanh cùng ngành hàng ở khu vực đường phố.

Trong phạm vi quyền hạn của mình, Ủy ban nhân dân thành phố, Cục Thuế thành phố có thể thực hiện một số chính sách ưu đãi về thuế và điều tiết các khoản thu nhằm hỗ trợ cho các hộ tiểu thương cũng như các doanh nghiệp trong việc đầu tư xây dựng chợ mới và di dời từ chợ đầu mối cũ về chợ đầu mối mới. Cụ thể : Cục Thuế thành phố Hồ Chí Minh có thể điều chỉnh tỷ lệ giá trị gia tăng và tỷ lệ thu nhập doanh nghiệp.

2. Chính sách đảm bảo lợi ích cho các nhà đầu tư :

Để các doanh nghiệp có thể bỏ vốn đầu tư xây dựng chợ cần phải đảm bảo những lợi ích chính đáng cho các nhà đầu tư cũng như các hộ tiểu thương kinh doanh trong chợ. Cần phải được giải quyết triệt để các chợ tự phát lấn chiếm lòng lề đường ăn theo chợ chính thức. Đây là những chợ cạnh tranh không bình đẳng đối với các chợ chính thức.

3. Chính sách về mặt bằng cho xây dựng chợ :

3.1- Chợ đi theo các dự án đầu tư xây các khu dân cư mới. Các dự án đầu tư xây dựng các khu dân cư mới phải dành đất cho xây dựng chợ. Quy mô chợ tùy theo các khu dân cư mà chợ phục vụ.

3.2- Sử dụng mặt bằng của các xí nghiệp đã di dời ra khu vực ngoại thành, vào khu công nghiệp. Có thể sử dụng mặt bằng của các doanh nghiệp đã di dời ra khu vực ngoại thành hoặc các khu công nghiệp để đầu tư xây dựng chợ, siêu thị, trung tâm thương mại. Thực hiện vấn đề này, chính quyền địa phương cần công bố quy hoạch các khu vực phát triển chợ, siêu thị, trung tâm thương mại làm căn cứ để các doanh nghiệp đầu tư xây dựng.

3.3- Chủ đầu tư thương lượng với các tổ chức, cá nhân để thuê hoặc mua quyền sử dụng đất để xây dựng chợ, siêu thị, trung tâm thương mại. Thực hiện vấn đề này, chính quyền địa phương cần công bố quy hoạch các khu vực phát triển chợ, siêu thị, trung tâm thương mại làm căn cứ để các doanh nghiệp đầu tư xây dựng.

III.- NHÓM GIẢI PHÁP VỀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ CHỢ :

1. Phát triển chợ phải tuân thủ theo quy hoạch của thành phố và 22 quận-huyện, được Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt.

2. Tổ chức triển khai thực hiện những nội dung của Nghị định 02 về phát triển và quản lý chợ

2.1- Xây dựng đường bao quanh chợ :

Đối với các chợ hiện hữu chưa có đường bao quanh chợ thì phải tổ chức xây dựng đường bao quanh chợ.

Đối với các chợ có đường bao quanh chợ nhưng đã bị lấn chiếm để buôn bán hay được bố trí các quầy sạp để buôn bán thì phải giải tỏa, trả lại sự thông thoáng cho các đường bao quanh chợ.

2.2- Bố trí bãi giữ xe :

Đối với chợ có quyết định công nhận, hiện nay chỉ có 70,3% số chợ là có bãi giữ xe, 29,7% số chợ chưa có bãi giữ xe. Đối với chợ chưa có quyết định công nhận, chỉ có 57,9% số chợ là có bãi giữ xe, còn lại 42,1% là chưa có bãi giữ xe. Như vậy, cần phải tiến hành xây dựng, bố trí bãi giữ xe cho các chợ chưa có bãi giữ xe. Đối với các chợ có bãi giữ xe nhưng bị lấn chiếm hoặc sử dụng vào việc khác thì phải trả lại mặt bằng trở về đúng chức năng là bãi giữ xe. Đối với những chợ không thể bố trí bãi giữ xe trong phạm vi chợ, sẽ tổ chức một số điểm giữ xe ở khu vực gần chợ, có thể sử dụng nhà của các hộ dân cư.

2.3- Đối với các chợ loại 1, ngoài việc bố trí bãi giữ xe, khu ăn uống, khu vui chơi, cần phải có khu vực bóc xếp hàng hóa, kho bảo quản hàng hóa, dịch vụ đo lường, dịch vụ kiểm tra chất lượng hàng hóa, vệ sinh an toàn thực phẩm. Như vậy, hầu như tất cả các chợ loại 1 trên địa bàn thành phố Hồ Chí

Minh phải bố trí dịch vụ kiểm tra chất lượng hàng hóa, dịch vụ đo lường, vệ sinh an toàn thực phẩm.

3. Thực hiện việc chuyển đổi cơ chế quản lý, kinh doanh chợ :

3.1- Nhanh chóng triển khai cơ chế giao hoặc tổ chức đấu thầu để lựa chọn doanh nghiệp kinh doanh khai thác và quản lý chợ đối với những chợ đang hoạt động do Nhà nước quản lý thông qua sự điều hành của Ban quản lý chợ. Trước mắt, tổ chức tổng kết công tác thí điểm đấu thầu quản lý và hoa chi đối với các chợ có quy mô nhỏ ở quận 6 và quận Tân Bình để rút kinh nghiệm. Trong giai đoạn đầu, việc giao hoặc đấu thầu để lựa chọn doanh nghiệp đầu tư khai thác kinh doanh chợ thực hiện đối với chợ loại 2 và loại 3 sau đó mở rộng ra các chợ loại 1.

3.2- Đối với chợ xây dựng mới do ngân sách Nhà nước đầu tư, ngân sách Nhà nước sẽ đầu tư xây dựng chợ, sau đó thực hiện cơ chế giao hoặc tổ chức đấu thầu để lựa chọn doanh nghiệp khai thác kinh doanh chợ sau khi chợ được xây dựng xong. Vốn ngân sách bỏ ra có thể được thu hồi thông qua các khoản điều tiết mà doanh nghiệp phải nộp hoặc ngân sách không thu hồi lại nhằm hỗ trợ các hộ tiểu thương cũng như doanh nghiệp đối với những chợ thuộc vùng sâu, vùng xa.

3.3- Đối với những chợ Nhà nước không cần phải đầu tư, thực hiện cơ chế đấu thầu để lựa chọn doanh nghiệp đầu tư khai thác kinh doanh chợ trong trường hợp xây dựng chợ trên những mặt bằng do Nhà nước quản lý.

4. Tổ chức lại Ban quản lý chợ theo tinh thần của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ :

Đối với các chợ đang hoạt động do Nhà nước đầu tư xây dựng, chưa thực hiện việc chuyển sang hình thức giao hoặc tổ chức đấu thầu để lựa chọn doanh nghiệp khai thác kinh doanh chợ, Ban quản lý chợ cần xây dựng phương án để chuyển sang hoạt động theo quy định tại Điều 8 của Nghị định 02/2003/NĐ-CP. Cụ thể :

4.1- Ban quản lý chợ tiến hành xây dựng nội quy chợ theo 9 nội dung của Nghị định 02/2003/NĐ-CP.

4.2- Ban quản lý tiến hành tổ chức kinh doanh các dịch vụ tại chợ như giữ xe, dịch vụ đo lường, bốc xếp hàng hóa, kho bảo quản hàng hóa, dịch vụ kiểm tra chất lượng hàng hóa, vệ sinh an toàn thực phẩm,... Để thực hiện điều này, Ban quản lý cần trang bị các phương tiện cần thiết cũng như phối hợp với các cơ quan chức năng để đảm bảo rằng các loại hàng hóa được kinh doanh tại chợ phù hợp với các tiêu chuẩn về chất lượng, vệ sinh thực phẩm, vệ sinh môi trường theo quy định hiện hành.

4.3- Tổ chức kiểm tra việc chấp hành nội quy chợ đối với các hộ kinh doanh trong chợ, bố trí sắp xếp lại các khu vực kinh doanh đảm bảo các yêu cầu trật tự, vệ sinh môi trường, văn minh thương nghiệp, xử lý các trường hợp vi phạm nội quy của các hộ tiểu thương như tự ý coi nói sạp lấn chiếm lối đi, che chắn tầm nhìn,...

4.4- Phối hợp với các cơ quan chức năng của phường tiến hành giải tỏa, xử lý các hộ kinh doanh tự phát lấn chiếm lòng lề đường khu vực chung quanh chợ và bên ngoài nhà lồng, trên các đường bao quanh chợ.

5. Giải tỏa các chợ tự phát :

Giải tỏa chợ tự phát lấn chiếm lòng, lề đường là một trong những nội dung quan trọng của năm trật tự, kỷ cương đô thị. Ngoài ra, Ủy ban nhân dân thành phố cũng đã ban hành Chỉ thị 13 về việc giải tỏa các chợ tự phát lấn chiếm lòng lề đường chung quanh các chợ chính thức. Để giải tỏa các chợ tự phát, cần thực hiện các biện pháp sau :

5.1- Tiến hành tổng kết tình hình thực hiện Chỉ thị 13 để rút kinh nghiệm và có giải pháp điều chỉnh thích hợp.

5.2- Thực hiện đồng bộ trên toàn thành phố và thường xuyên, liên tục về việc giải tỏa các chợ tự phát nhằm tránh tình trạng giải tỏa chỗ này thì các hộ kinh doanh lại chuyển sang chỗ khác.

5.3- Ngăn chặn kịp thời các tụ điểm kinh doanh tự phát mới phát sinh.

5.4- Đối với các chợ tự phát ăn theo chợ chính thức, kiên quyết giải tỏa. Giải tỏa các hộ kinh doanh lưu động, các hộ kinh doanh lấn chiếm lề đường, mái hiên. Đối với các hộ sử dụng nhà để kinh doanh, hàng hóa phải đưa vào trong nhà, không cho lấn chiếm lề đường.

5.5- Đối với các chợ tự phát hình thành những nơi có nhu cầu về chợ (các khu dân cư tập trung, các khu công nghiệp,...) nhưng chưa có chợ chính thức, việc giải tỏa chợ tự phát phải đồng thời với việc xây dựng chợ mới nhằm đảm bảo nhu cầu mua sắm. Trong quá trình chờ xây dựng chợ mới, cần duy trì các chợ tự phát trong một thời gian nhưng tổ chức sắp xếp lại, tăng cường công tác quản lý không cho phát sinh thêm.

5.6- Đối với các chợ tự phát hình thành những nơi có nhu cầu về chợ nhưng không thể xây dựng chợ mới có thể tổ chức các tụ điểm kinh doanh trên cơ sở sử dụng nhà của dân cư có điều kiện làm nơi mua bán, đưa các hoạt động buôn bán vào trong nhà, giải tỏa các hộ kinh doanh lưu động.

5.7- áp dụng cơ chế quản lý thông qua đăng ký kinh doanh và các quy định hiện hành để giải tỏa các chợ tự phát. Các hộ kinh doanh phải có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, nếu không có thì cơ quan chức năng sẽ xử lý theo quy định hiện hành.

5.8- Thực hiện nghiêm túc những quy định đã có về vấn đề an ninh trật tự, vệ sinh môi trường, an toàn phòng cháy, chữa cháy để điều chỉnh các hoạt động kinh doanh của các hộ tiểu thương. Những hộ nào không đảm bảo những quy định sẽ bị xử lý. Xử lý các vi phạm của người mua hàng, như dừng xe ở lề đường gây cản trở giao thông.

5.9- Áp dụng các biện pháp kinh tế để điều chỉnh hoạt động của các chợ tự phát. Đối với các chợ tự phát tạm thời duy trì hoặc chưa thể thực hiện giải tỏa, các hộ kinh doanh tự phải bị điều tiết các khoản thu với giá trị ở mức ngang bằng hoặc lớn hơn đối với các hộ kinh doanh trong chợ chính thức.

5.10- Thực hiện công tác tuyên truyền, vận động các hộ kinh doanh tự phát trong việc giải tỏa các chợ tự phát. Chính quyền địa phương phối hợp với các cơ quan, đoàn thể, nhất là chi bộ Đảng, Đoàn thanh niên và những người có uy tín trong khu vực để tuyên truyền, vận động các hộ chấm dứt mua bán lấn chiếm lòng, lề đường.

5.11- Tổ chức đào tạo và bố trí, sắp xếp công ăn việc làm cho người lao động, giúp họ từ bỏ hoạt động mua bán lấn chiếm lòng, lề đường.

6. Giải pháp đối với các chợ chưa có quyết định công nhận :

Phần lớn các chợ chính thức chưa có quyết định công nhận là không phù hợp với quy hoạch chung của quận-huyện, như vi phạm lộ giới ; lấn chiếm lòng, lề đường, chợ nằm trên đường, chợ nằm trong khu vực giải tỏa,... (hầu hết các chợ này có quy mô nhỏ, do quận-huyện quản lý) ; chỉ một số ít chợ mới xây dựng chưa làm thủ tục để được công nhận. Việc xử lý các chợ chưa có quyết định công nhận là cần thiết không những về mặt pháp lý mà còn làm cơ sở cho việc tiến hành giao hoặc tổ chức đấu thầu khai thác kinh doanh chợ sau này. Dưới đây là một số giải pháp chính để xử lý các chợ chưa có quyết định công nhận.

6.1- Đối với các chợ nằm trên đường, lấn chiếm, lòng lề đường, nằm trong khu vực giải tỏa ở các quận-huyện còn điều kiện xây dựng chợ mới : giải tỏa các chợ này đồng thời xây dựng các chợ mới, đưa các hộ kinh doanh về các chợ mới.

6.2- Đối với các chợ nằm trên đường, lấn chiếm, lòng lề đường ở các quận trung tâm, không còn điều kiện xây dựng chợ mới : tổ chức sắp xếp lại,

đưa các hộ kinh doanh vào trong nhà, đưa các hộ kinh doanh còn lại vào kinh doanh ở một số chợ không sử dụng hết công suất.

6.3- Đối với các chợ vi phạm lộ giới, tiến hành giải tỏa phần vi phạm lộ giới, tổ chức sắp xếp lại quây sạp kinh doanh và ra quyết định công nhận.

6.4- Việc giải tỏa, tổ chức sắp xếp lại các chợ chính thức chưa có quyết định công nhận do lấn chiếm lòng, lề đường, nằm trên đường cần được thông báo, tổ chức tuyên truyền rộng rãi đối với các hộ kinh doanh và thông báo thời gian thực hiện ít nhất là 1 năm trước khi tiến hành giải tỏa để các hộ kinh doanh có thời gian chuẩn bị.

IV.- NHÓM CÁC GIẢI PHÁP VỀ SỬ DỤNG, KHAI THÁC MẶT BẰNG KINH DOANH Ở CHỢ :

1. Kết hợp giữa chợ và siêu thị, trung tâm thương mại :

Đối với các chợ khai thác không hiệu quả mặt bằng kinh doanh, đặc biệt là chợ có lầu, nằm ở những vị trí thích hợp, có thể kết hợp trong việc xây dựng chợ và siêu thị, trung tâm thương mại. Các chợ loại này sẽ được xây dựng lại, tầng trệt dùng làm chợ và bãi giữ xe. Chợ chỉ buôn bán các mặt hàng thực phẩm tươi sống, trái cây,... Các tầng lầu dành cho hoạt động của siêu thị, trung tâm thương mại.

2. Cải tạo lại kiến trúc của chợ :

Nhiều chợ (trong đó có chợ có lầu, được xây dựng trong thời kỳ bao cấp), về mặt kiến trúc không phù hợp cho hoạt động kinh doanh chợ, không thu hút người đi chợ. Đối với những chợ nhà nước còn tiếp tục quản lý nhưng hoạt động không hiệu quả, cần nghiên cứu, cải tạo lại kiến trúc chợ phù hợp với điều kiện kinh doanh hiện nay.

3. Chuyển đổi công năng :

3.1- Đối với chợ có lầu khai thác kinh doanh không hiệu quả, tầng lầu có thể bố trí các loại hình dịch vụ, nơi bảo quản, đóng gói hàng hóa, dịch vụ đo lường và kiểm tra vệ sinh thực phẩm, hoặc các dịch vụ vui chơi giải trí, khu ăn uống,...

3.2- Đối với một số chợ không cần thiết tồn tại, có thể chuyển sang xây dựng trung tâm thương mại, siêu thị,... Về lâu dài, phần lớn các chợ đang hoạt động trong khu vực nội thành sẽ chuyển đổi thành siêu thị có quy mô vừa và nhỏ.

4. Chuyển đổi hình thức quản lý :

Lựa chọn một số chợ kinh doanh không hiệu quả, thực hiện cơ chế giao hoặc tổ chức đấu thầu để lựa chọn doanh nghiệp đầu tư khai thác kinh doanh chợ.

5. Giải pháp phát triển đồng bộ giữa hệ thống chợ và hệ thống thương mại khác :

Chợ bị chi phối ngày càng nhiều bởi hệ thống siêu thị và trung tâm thương mại. Vì vậy, về mặt hàng kinh doanh, ngoài những khu vực siêu thị chưa thể phát triển trong những giai đoạn tới như khu vực ngoại thành, chợ có thể kinh doanh tổng hợp từ các loại thực phẩm tươi sống đến hàng công nghệ phẩm và thực phẩm chế biến,...; đối với những khu vực mà siêu thị có thể phát triển trong tương lai, các mặt hàng kinh doanh chủ yếu tập trung vào thực phẩm tươi sống, hàng lương thực, thực phẩm và hạn chế kinh doanh những mặt hàng công nghệ phẩm, mỹ phẩm, hàng may mặc, thực phẩm chế biến,... Điều này cho phép chợ trong thời gian tới không cần quy mô lớn. Mặt khác, những khu vực có siêu thị, trung tâm thương mại thì không phát triển chợ.

6. Giải pháp về an toàn vệ sinh thực phẩm :

6.1- Triệt để thực hiện những quy định đã có về an toàn vệ sinh thực phẩm.

Trong thời gian gần đây, Nhà nước đã ban hành nhiều văn bản quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm⁵. Tuy nhiên, trong thời gian qua, việc tổ chức triển khai thực hiện các quy định này chưa được tốt. Vì vậy, trong giai đoạn trước mắt, tổ chức sơ kết việc triển khai thực hiện những quy định đã có để rút kinh nghiệm, rà soát lại những quy định nào chưa thực hiện tốt, tìm hiểu nguyên nhân để có giải pháp khắc phục.

⁵ (1) Quyết định số 4196/1999/QĐ-BYT ngày 29/12/1999 về việc ban hành "qui định về chết l-ìng, v- sinh an t- t- ùn th- ùc ph- ìm". (2) Quyết định số 1370/1997/BYT-QĐ ngày 17/7/1997 về việc ban hành "qui ch- ki- m tra nh- ùc n- ìc v- ch- ãt l- ìng ãi v- ì th- ùc ph- ìm nh- ãp kh- ãu". (3) Quyết định số 876/1998/QĐ-BYT ngày 04/4/1998 về việc ban hành "Dan- m- c ti- u chu- ãn v- ì sinh ãi v- ì l- ñng th- ùc th- ùc ph- ìm". (4) Th- ñng t- ã s- 01/2000/TT-BYT ngày 21/01/2000 về việc "H- ñng ãn th- ùc hi- ãn c- ñng t- ã ki- m tra, ãng ký ch- ãt l- ìng v- ì sinh an t- t- ùn th- ùc ph- ìm". (5) Quyết định số 2027/2001/QĐ-BYT ngày 30/5/2001 về việc ban hành "Qui ãn t- ìm th- ãi v- ù c- ñng b- ã ti- u chu- ãn v- ì sinh an t- t- ùn th- ùc ph- ìm". (6) C- ñng v- ñn s- 04/1998/TT-BYT ngày 23/3/1998 về việc h- ñng ãn th- ùc hi- ãn qu- ñn lý an t- t- ùn v- ì sinh th- ùc ph- ìm trong kinh doanh, ãp- ã v- ù v- ñn ùng. (7) C- ñng v- ñn s- 3199/2000/QĐ-BYT ngày 11/9/2000 về việc ban hành "Ti- u chu- ãn c- ñ s- ã t- ã v- ì sinh an t- t- ùn th- ùc ph- ìm ã- ñng ph- ã". (8) Quyết định của B- tr- ñng s- 332/QĐ-BYT ngày 03/3/1997 về việc ban hành qui ch- ã t- ã ch- ãc ho- ãt ãng thanh tra v- ì sinh. (9) Quyết định số 930/YT-QLTP về việc "H- ñng ãn th- ùc hi- ãn quy- ãt ãn s- 19/2000/QĐ-TTg b- ñi bá c- ñ gi- ãy ph- ãp t- ãi v- ì qui ãn của Lu- ãt Doanh nghiệp trong ãi cũ b- ñi bá gi- ãy ch- ñng nh- ãn c- ñ s- ã t- ã ti- u chu- ãn an t- t- ùn v- ì sinh th- ùc ph- ìm. (10) Quyết định của B- tr- ñng B- ñ Y t- ã s- 4510/2000/QĐ-BYT, ngày 11/12/2000 về việc "Ban hành b- ñn qui ãn ch- ãc n- ñng, nh- ñm v- ì cũ Thanh tra S- ñ Y t- ã T- ñnh, Thanh ph- ã tr- ùc th- ùc Trung --ng". Trong v- ñn b- ñn n- ñ cũ n- ñ cũ nh- ñm v- ì cũ Thanh tra l- ù cũ v- ì sinh t- ùn th- ùc ph- ìm. Quyết định số 2279/QĐ-UBKT ngày 10/5/1997 về việc t- ãp trung gi- ãt m- ã heo t- ãi TP. Hà Ch- ñ Minh.

6.2- Bổ sung và hoàn thiện các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm.

6.2.1- Hoàn thiện hệ thống tiêu chuẩn Việt Nam về thực phẩm.

6.2.2- Xúc tiến để ban hành Pháp lệnh về vệ sinh an toàn thực phẩm cùng các Nghị định, Thông tư hướng dẫn thực hiện.

6.2.3- Cần biên soạn Nghị định hướng dẫn thi hành Pháp lệnh bảo vệ và kiểm dịch thực vật, sửa đổi đã ban hành ngày 8/8/2001 (số 36/2001/PL-BVTV-QH 10) thông qua ngày 25/7/01

6.3- Đổi mới về quy chế quản lý, quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm-vệ sinh môi trường phục vụ cho công tác quản lý, kiểm tra kiểm soát vệ sinh thực phẩm-vệ sinh môi trường nói chung, ở các chợ nói riêng. (Bảo đảm kiện toàn bộ máy, tăng cường năng lực cán bộ để có đủ trình độ quản lý Nhà nước đối với toàn hệ thống ; thành lập các đơn vị chuyên trách công tác quản lý chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm tại các quận-huyện, chợ... Tăng cường công tác đào tạo chuyên môn về quản lý chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm-vệ sinh môi trường).

6.4- Đẩy mạnh hoạt động truyền thông giáo dục thương nhân nhằm nâng cao nhận thức nhằm thay đổi hành vi, ngăn ngừa thói quen xấu ảnh hưởng đến vệ sinh an toàn thực phẩm (từ khâu sản xuất - phân phối đến tiêu dùng).

6.4.1- Sử dụng nhiều kênh thông tin, giáo dục, tuyên truyền về chất lượng vệ sinh thực phẩm, an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường... cho người tiêu dùng, nhà sản xuất kinh doanh cả ở thành thị và nông thôn...

6.4.2- Kênh trực tiếp là các cơ quan chuyên môn, các hội đoàn thể, hội Phụ nữ, chữ thập đỏ... để phối hợp tuyên truyền.

7. Giải pháp về hỗ trợ của chính quyền thành phố đối với việc xây dựng và phát triển chợ :

7.1- Về mặt bằng xây dựng chợ mới :

Các quận-huyện đã xác định một số địa điểm cho xây dựng chợ mới trong thời gian tới. Tuy nhiên, những địa điểm này phần lớn do các doanh nghiệp của thành phố quản lý. Vì vậy, Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh can thiệp với các doanh nghiệp quản lý các mặt bằng này nhượng lại cho các doanh nghiệp đầu tư xây dựng chợ mới.

7.2- Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh cần soạn thảo và ban hành các quy định cụ thể về các vấn đề theo quy định tại Điều 15 của Nghị định 02, bao gồm :

7.2.1- Quy định cụ thể về việc sử dụng, thuê điểm kinh doanh tại chợ theo quy định tại Điều 11 Nghị định 02.

7.2.2- Quy định cụ thể Nội quy chợ trên cơ sở nội quy mẫu do Bộ Thương mại ban hành và phê duyệt nội quy của các chợ loại 1.

7.2.3- Quy định cụ thể về xử lý vi phạm nội quy chợ.

7.2.4- Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh sẽ nhanh chóng ban hành quy chế về đấu thầu quản lý và thu phí các chợ có quy mô nhỏ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh ; thực hiện việc cấp chứng nhận quyền sử dụng sạp cho các tiểu thương kinh doanh trong chợ đối với các chợ do thương nhân ứng vốn trước để đầu tư xây dựng chợ hoặc trả tiền sử dụng một lần trong một thời hạn nhất định.

V.- GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH :

1. Giải pháp về quản lý Nhà nước :

Dự kiến từ nay đến năm 2010, số lượng siêu thị, trung tâm thương mại được xây dựng mới trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh là khá lớn. Về mặt quản lý Nhà nước cần thực hiện những biện pháp sau :

1.1- Phát triển và quản lý theo quy hoạch được Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt. Hiện nay, các quận-huyện, đã tiến hành xây dựng quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại trên địa bàn. Sau khi được Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt, đề án quy hoạch sẽ là căn cứ pháp lý để tổ chức thực hiện. Việc phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại theo quy hoạch sẽ góp phần hạn chế tình trạng phân bố mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại không hợp lý, như tập trung quá nhiều siêu thị tại một khu vực trong khi những khu vực khác lại không có do không chủ động được mặt bằng.

1.2- Xây dựng quy chế về tổ chức và hoạt động của siêu thị, trung tâm thương mại. Hiện nay chưa có văn bản pháp lý nào để điều chỉnh tổ chức và hoạt động của siêu thị, trung tâm thương mại, ngoài những quy định chung, áp dụng cho tất cả các loại hình hoạt động kinh doanh, như phòng cháy, chữa cháy, vệ sinh môi trường, vệ sinh thực phẩm, an ninh trật tự,... Điều này dẫn đến những khó khăn trong quản lý. Vì vậy, cần thiết phải có quy chế về tổ chức và hoạt động của siêu thị, trung tâm thương mại làm cơ sở cho quản lý.

1.3- Công bố quy hoạch và kêu gọi đầu tư.

Quy hoạch phát triển siêu thị, trung tâm thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh cần được công bố rộng rãi trên các phương tiện truyền thông, đồng thời chuẩn bị các điều kiện để mời gọi các nhà đầu tư.

2. Mặt bằng cho xây dựng siêu thị, trung tâm thương mại :

Việc đầu tư phát triển siêu thị, trung tâm thương mại chủ yếu được thực hiện bởi các doanh nghiệp. Về mặt bằng, doanh nghiệp sẽ thuê hoặc mua quyền sử dụng đất để đầu tư. Về phía Nhà nước, chính quyền các cấp phải đáp ứng được mặt bằng cho các nhà đầu tư, cũng như phải chỉ ra được những khu vực nào dành cho phát triển siêu thị và trung tâm thương mại. Mặt bằng cho phát triển siêu thị, trung tâm thương mại có thể đáp ứng từ các nguồn sau :

2.1- Mặt bằng từ các cơ sở sản xuất di dời ra các khu công nghiệp. Mặt bằng các cơ sở sản xuất công nghiệp di dời do doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau quản lý, sử dụng ; về mặt quản lý Nhà nước, chính quyền các cấp sẽ công bố quy hoạch phát triển siêu thị, trung tâm thương mại và chỉ cho phép xây dựng siêu thị, trung tâm thương mại mà không cho xây dựng các công trình khác.

2.2- Mặt bằng từ các chợ hiện hữu sẽ chuyển đổi công năng thành siêu thị, trung tâm thương mại. Từ nay đến năm 2010, thực hiện việc chuyển đổi công năng các chợ ở các quận trung tâm thành siêu thị, trung tâm thương mại. Điều này cho phép giải quyết mặt bằng cho xây dựng chợ và trung tâm thương mại.

2.3- Mặt bằng trong các dự án phát triển các khu dân cư mới. Quỹ đất dành cho phát triển các khu dân cư mới sẽ bao gồm các công trình công cộng, trong đó dành cho phát triển siêu thị, trung tâm thương mại.

2.4- Mặt bằng do các doanh nghiệp tự thương lượng. Các khu vực được quy hoạch cho phát triển siêu thị, trung tâm thương mại và sẽ công bố rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng. Các doanh nghiệp đầu tư kinh doanh siêu thị, trung tâm thương mại có thể thương lượng với các đơn vị đang quản lý mặt bằng thông qua các hình thức thuê, mua quyền sử dụng đất hoặc hợp tác đầu tư để xây dựng siêu thị, trung tâm thương mại.

3. Giải pháp về ưu đãi đầu tư cho phát triển siêu thị, trung tâm thương mại :

Theo Nghị định số 35/2002/NĐ-CP ngày 29/3/2002 của Chính phủ, ngoài chợ loại 1, việc phát triển siêu thị, trung tâm thương mại không thuộc diện được ưu đãi đầu tư. Điều này sẽ gây khó khăn cho doanh nghiệp và không khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực này. Phát triển siêu thị, trung tâm thương mại là một trong 18 chương trình mục tiêu mà Thành ủy và Ủy ban nhân dân thành phố nhằm thực hiện chuyển dịch cơ cấu kinh tế trên

địa bàn thành phố Hồ Chí Minh theo hướng thương mại - dịch vụ - công nghiệp - nông nghiệp. Trong phạm vi quyền hạn của mình, thành phố Hồ Chí Minh cần có chính sách ưu đãi đầu tư cho các doanh nghiệp đầu tư phát triển siêu thị, trung tâm thương mại, như hỗ trợ lãi suất

VI.- KIẾN NGHỊ :

1. Về mặt bằng xây dựng chợ mới :

Một số địa điểm được quy hoạch cho phát triển chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh phần lớn do các doanh nghiệp của thành phố quản lý. Vì vậy, kiến nghị Ủy ban nhân dân thành phố can thiệp với các doanh nghiệp quản lý các mặt bằng này nhượng lại cho các doanh nghiệp đầu tư xây dựng chợ mới.

2. Các chính sách ưu đãi đầu tư :

- Vốn đầu tư xây dựng chợ mới không lớn nhưng giá trị quyền sử dụng đất để xây dựng chợ là rất lớn. Để khuyến khích các doanh nghiệp, hộ tiểu thương mua quyền sử dụng đất để xây dựng chợ, siêu thị, kiến nghị Ủy ban nhân dân thành phố hỗ trợ về mặt lãi suất đối với các dự án vay vốn xây dựng chợ. Kiến nghị Ủy ban nhân dân thành phố đưa vào danh mục hỗ trợ lãi suất và cho vay kích cầu đối với hoạt động đầu tư khai thác kinh doanh chợ.

- Theo Nghị định 35/2002/NĐ-CP ngày 29/3/2002 của Chính phủ, ngoài chợ loại 1, việc phát triển siêu thị, trung tâm thương mại không thuộc diện được ưu đãi đầu tư. Điều này sẽ gây khó khăn cho doanh nghiệp và không khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực này. Kiến nghị Ủy ban nhân dân thành phố trong phạm vi quyền hạn của mình, cần có chính sách ưu đãi cho các doanh nghiệp đầu tư phát triển siêu thị, trung tâm thương mại.

3. Kiến nghị Ủy ban nhân dân thành phố nhanh chóng ban hành quy chế về đấu thầu quản lý và thu phí các chợ có quy mô nhỏ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh.

4. Kiến nghị Chính phủ bổ sung đầu tư xây dựng siêu thị, trung tâm thương mại vào danh mục các ngành nghề được ưu đãi đầu tư để được hưởng chính sách ưu đãi đầu tư theo Luật khuyến khích đầu tư trong nước.

5. Kiến nghị Bộ Thương mại sớm ban hành quy chế về quản lý, hoạt động và phát triển siêu thị trung tâm thương mại.

6. Kiến nghị Bộ Thương mại và các Bộ-Ngành Trung ương sớm ban hành thông tư hướng dẫn thực hiện Nghị định 02 của Chính phủ.

KẾT LUẬN :

Chợ - siêu thị - trung tâm thương mại đóng vai trò rất quan trọng trong đời sống và phát triển kinh tế-xã hội của thành phố. Việc phát triển chợ-siêu thị- trung tâm thương mại phải phù hợp với quy hoạch phát triển chung về kinh tế-xã hội của thành phố. Vì vậy việc phát triển chợ - siêu thị - trung tâm thương mại đến năm 2010 và những năm sau này, phải được tuân thủ theo các nội dung quy hoạch như trên./.

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH