

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

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

Số : 27/2007/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 15 tháng 02 năm 2007

QUYẾT ĐỊNH

**phê duyệt Đề án phát triển thương mại trong nước
đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020**

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

*Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày
25 tháng 12 năm 2001;*

*Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Thương
mại,*

QUYẾT ĐỊNH :

Điều 1. Phê duyệt Đề án phát triển thương mại trong nước đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020 với những nội dung chủ yếu sau đây:

I. QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN

1. Phát triển thương mại trong nước phù hợp với các quy luật khách quan của nền kinh tế thị trường, bảo đảm quyền tự chủ, tự do kinh doanh và cạnh tranh bình đẳng giữa các chủ thể trong môi trường

pháp lý ngày càng hoàn thiện và có sự điều tiết vĩ mô của Nhà nước.

2. Phát triển thương mại trong nước gắn kết với phát triển đa dạng về chế độ sở hữu và thành phần kinh tế của các chủ thể, về loại hình tổ chức và phương thức hoạt động. Quan tâm phát triển các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ kinh doanh, đồng thời thúc đẩy phát triển các doanh nghiệp thương mại lớn theo mô hình tập đoàn, có hệ thống phân phối hiện đại, có vai trò nòng cốt, dẫn dắt thị trường để định hướng sản xuất và tiêu dùng.

3. Phát triển thương mại hàng hóa gắn kết với đầu tư, sản xuất và thương mại dịch vụ theo lộ trình cam kết quốc tế; đồng thời, chủ động đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường và người tiêu dùng trong nước.

4. Phát triển thương mại trong nước trên cơ sở huy động tối đa mọi nguồn lực của xã hội; chú trọng khuyến khích khả năng tích tụ và tập trung nguồn lực của doanh nghiệp để đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, mở rộng mạng lưới kinh doanh.

II. MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN

1. Mục tiêu tổng quát:

Xây dựng một nền thương mại trong nước phát triển vững mạnh và hiện đại, dựa trên một cấu trúc hợp lý các hệ thống và các kênh phân phối với sự tham gia của các thành phần kinh tế và loại hình tổ chức, vận hành trong môi trường cạnh tranh có sự quản lý và điều tiết vĩ mô của Nhà nước. Coi trọng phát triển các doanh nghiệp nhỏ, các hộ kinh doanh; đồng thời, khuyến khích và thúc đẩy quá trình hình thành các doanh nghiệp lớn thông qua quá trình tích tụ và tập trung nhằm tạo dựng các nhà phân phối lớn thương hiệu Việt Nam. Thực hiện việc mở cửa thị trường phân phối theo đúng lộ trình cam kết gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO). Xác lập sự liên kết giữa doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp nhỏ trong việc tổ chức thị trường, tạo sức mạnh để hợp tác và cạnh tranh có hiệu quả với các tập đoàn nước ngoài khi Việt Nam mở cửa thị trường dịch vụ phân phối. Trên cơ sở đó, phát huy vai trò và vị trí của thương mại trong nước

trong việc định hướng và thúc đẩy sản xuất phát triển, định hướng và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng phong phú, đa dạng của nhân dân, góp phần phát triển xuất khẩu, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tăng trưởng kinh tế.

2. Mục tiêu cụ thể:

a) Các chỉ tiêu tăng trưởng:

- Đóng góp của thương mại trong nước vào tổng sản phẩm trong nước (GDP) của cả nền kinh tế đến 2010 đạt trên 200 nghìn tỷ đồng (chiếm tỷ trọng 14,5%), đến năm 2020 đạt gần 450 nghìn tỷ đồng (chiếm tỷ trọng khoảng 15%);

- Tốc độ tăng bình quân hàng năm (đã loại trừ yếu tố giá) của tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giai đoạn từ nay đến năm 2010 khoảng 11%/năm, trong các giai đoạn tiếp theo trên 10%/năm. Đến năm 2010, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt khoảng 800 nghìn tỷ đồng và đến năm 2020 đạt khoảng 2.000 nghìn tỷ đồng;

- Tỷ trọng mức bán lẻ hàng hóa theo thành phần kinh tế đến năm 2010: khu vực kinh tế trong nước (bao gồm khu vực kinh tế nhà nước và khu vực kinh tế ngoài nhà nước) chiếm khoảng 93%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài chiếm khoảng 7%. Tỷ trọng này đến năm 2020 tương ứng là 80% và 20%;

- Tỷ trọng mức bán lẻ hàng hóa theo

loại hình thương mại hiện đại (trung tâm thương mại, siêu thị, mạng lưới cửa hàng tiện lợi...) đạt 20%, khoảng 160 nghìn tỷ đồng vào năm 2010, đến năm 2020 đạt 40%, khoảng 800 nghìn tỷ đồng;

b) Hiện đại hóa kết cấu hạ tầng thương mại; chú trọng xây dựng và phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại (trung tâm thương mại, siêu thị, trung tâm mua sắm, khu thương mại - dịch vụ, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng chuyên doanh, trung tâm logistics, tổng kho bán buôn, trung tâm hội chợ - triển lãm...) ở các đô thị, khu công nghiệp, khu kinh tế, khu chế xuất, khu kinh tế cửa khẩu; hoàn thành về cơ bản chương trình phát triển các loại hình chợ (chợ dân sinh ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới hải đảo và chợ trung tâm, chợ chuyên doanh, chợ đầu mối ở các vùng sản xuất nông sản tập trung, các thị trường tiêu thụ lớn);

c) Phát triển đa dạng các loại hình và phương thức kinh doanh thương mại hiện đại khác như: sàn giao dịch hàng hóa, trung tâm đấu giá, nhượng quyền kinh doanh, thương mại điện tử...;

d) Hình thành và phát triển một số tập đoàn thương mại mạnh, kinh doanh hàng hóa chuyên ngành hoặc tổng hợp, có đủ sức cạnh tranh và điều kiện để hợp tác hiệu quả với các tập đoàn phân phối nước ngoài khi Việt Nam mở cửa thị trường dịch vụ phân phối;

đ) Phát triển nguồn nhân lực thương mại có kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ kinh doanh hiện đại và chuyên nghiệp, theo kịp yêu cầu phát triển của thương mại trong nước trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế;

e) Hoàn thiện thể chế quản lý nhà nước về thương mại, bảo đảm hoạt động thương mại phát triển lành mạnh và bền vững; nâng cao khả năng tự điều chỉnh của thị trường trong nước khi thị trường thế giới biến động.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

1. Phát triển đa dạng các loại hình doanh nghiệp với nhiều quy mô khác nhau, tăng về số lượng, mới về phương thức hoạt động theo hướng hiện đại và chuyên nghiệp, phù hợp với quy luật của lưu thông hàng hóa.

Đổi mới mô hình tổ chức, công nghệ quản lý và phương thức kinh doanh theo hướng chuyên nghiệp hóa, hiện đại hóa để từng bước xây dựng các loại hình doanh nghiệp thương mại chủ yếu sau đây:

- Các tập đoàn, công ty mẹ - con kinh doanh hàng hóa chuyên ngành;
- Các tập đoàn, công ty mẹ - con kinh doanh hàng hóa tổng hợp;
- Các công ty thương mại bán lẻ hiện đại;

- Các công ty thương mại bán buôn hiện đại;
- Các công ty kinh doanh dịch vụ logistics;
- Các công ty (hoặc hợp tác xã) quản lý và kinh doanh chợ;
- Các công ty cổ phần sản xuất, chế biến, tiêu thụ hàng nông sản, thực phẩm;
- Các hợp tác xã thương mại và dịch vụ nông thôn;
- Các hộ kinh doanh thương mại.

2. Phát triển đa dạng các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại, kết hợp hài hòa giữa thương mại truyền thống với thương mại hiện đại, phù hợp với tính chất và trình độ phát triển của thị trường trên từng địa bàn (khu vực, vùng, miền và cả nước).

Căn cứ vào đặc điểm thị trường trên từng địa bàn và gắn với từng không gian kinh tế, các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại được phân bố, phát triển với các quy mô, tính chất và trình độ khác nhau theo các định hướng chủ yếu sau đây:

a) Các loại hình chợ truyền thống và các loại hình thương mại bán buôn nông sản hiện đại:

- Chợ nông thôn;
- Chợ thành thị;
- Chợ biên giới, chợ cửa khẩu, chợ trong khu kinh tế cửa khẩu;

- Chợ đầu mối tổng hợp hoặc chợ chuyên doanh phát luồng bán buôn;

- Sàn giao dịch, trung tâm đấu giá;

b) Các loại hình thương mại hiện đại:

- Trung tâm thương mại, siêu thị;
- Khu mua sắm, khu thương mại - dịch vụ tập trung;
- Trung tâm logistics, tổng kho bán buôn;
- Siêu thị ảo, chợ ảo, nhà mua bán trung gian trên mạng Internet.

3. Phát triển các mô hình tổ chức lưu thông theo từng thị trường ngành hàng, phù hợp với tính chất và trình độ của sản xuất, xu hướng và phương thức thỏa mãn của tiêu dùng, đáp ứng yêu cầu quản lý vĩ mô của Nhà nước.

a) Đối với ngành hàng nông, lâm, thủy sản:

- Thiết lập và phát triển mối liên kết trực tiếp, ổn định và lâu dài giữa các doanh nghiệp thương mại (lưu thông trong nước và xuất nhập khẩu) với cơ sở công nghiệp chế biến, hợp tác xã thương mại và dịch vụ, công ty cổ phần nông thôn và với hộ nông dân, trang trại, cơ sở nuôi, trồng nông, lâm, thủy, hải sản. Tạo ra mối liên kết dọc theo từng sản phẩm, từ khâu giống, kỹ thuật, vật tư đầu vào, sản xuất, thu mua, bảo quản, chế biến đến tiêu thụ (trong và ngoài nước);

- Củng cố và phát triển mô hình hợp tác xã thương mại và dịch vụ ở nông thôn làm cầu nối giữa người nuôi, trồng với các doanh nghiệp thương mại và cơ sở chế biến, thực hiện việc cung cấp đầu vào và tiêu thụ đầu ra cho nông dân. Khuyến khích việc hình thành các mối liên kết (hợp tác) trực tiếp giữa các hộ nuôi trồng thủy sản, sản xuất tập trung, các hợp tác xã thương mại - dịch vụ và các cơ sở chế biến;

- Chú trọng xây dựng các loại hình chợ dân sinh (bán lẻ tổng hợp, phục vụ sản xuất và đời sống tại chỗ của nông dân), chợ đầu mối, chợ chuyên doanh phát luồng bán buôn, trung tâm đấu giá, sàn giao dịch ở vùng sản xuất nông sản tập trung (tiêu thụ nông sản thông qua bán buôn để chuyển bán cho thị trường khu vực khác, cho công nghiệp chế biến và cho xuất khẩu); các tổng kho bán buôn, trung tâm logistics (để bảo quản, sơ chế, phân loại, bao gói, vận chuyển... làm tăng giá trị sản phẩm và cung ứng cho mạng lưới bán buôn, bán lẻ trong nước và cho xuất khẩu);

b) Đối với ngành hàng công nghiệp tiêu dùng:

- Hình thành và phát triển các trung tâm giao dịch, bán buôn, các “chợ” công nghệ, “chợ” nguyên, phụ liệu... tại các đô thị, khu công nghiệp, khu kinh tế, khu chế xuất, khu kinh tế cửa khẩu... gắn với

thị trường thế giới thông qua hoạt động xuất nhập khẩu để ổn định đầu vào cho sản xuất hàng tiêu dùng với chi phí thấp, hiệu quả cao;

- Chú trọng phát triển nhanh hệ thống phân phối hiện đại theo mô hình “chuỗi” để mở rộng địa bàn theo không gian kinh tế, trong đó lấy các đô thị, khu công nghiệp, khu kinh tế, khu chế xuất, khu kinh tế cửa khẩu... làm trung tâm, phát triển các kênh lưu thông đến các vùng nông thôn. Trên cơ sở tạo quy mô kinh doanh đủ lớn để tổ chức hệ thống logistics, tổng kho bán buôn, ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý và phát triển thương mại điện tử, mở rộng hệ thống phân phối theo phương thức nhượng quyền để thương mại trong nước thực sự trở thành lực lượng vật chất có khả năng tác động, định hướng sản xuất và hướng dẫn tiêu dùng phát triển.

c) Đối với các ngành hàng thuộc diện quan trọng hoặc đặc thù:

Hướng chủ yếu để các doanh nghiệp thiết lập và phát triển mô hình tổ chức lưu thông các ngành hàng này là:

- Củng cố hệ thống phân phối được hình thành trên cơ sở xác lập mối liên kết dọc, có quan hệ gắn kết chặt chẽ, ổn định và ràng buộc trách nhiệm trên từng công đoạn của quá trình lưu thông từ sản xuất, xuất nhập khẩu đến bán buôn và bán lẻ thông qua quan hệ trực tuyến hoặc quan

hệ đại lý mua bán. Doanh nghiệp đầu nguồn (sản xuất, nhập khẩu) phải kiểm soát và chịu trách nhiệm (hoặc liên đới chịu trách nhiệm) với toàn bộ hệ thống, từ chi phí, giá cả, nguồn gốc, số lượng, chất lượng và nhãn hiệu hàng hóa đến phương thức và chất lượng phục vụ...;

- Thiết lập hệ thống phân phối trên cơ sở xây dựng và phát triển hệ thống tổng kho bán buôn, hệ thống trung tâm logistics được bố trí theo khu vực thị trường để tiếp nhận hàng hóa từ các cơ sở sản xuất, nhập khẩu và cung ứng hàng hóa cho mạng lưới bán buôn, bán lẻ (cửa hàng trực thuộc, các đại lý) trên địa bàn;

- Khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh các nhóm, mặt hàng có mối quan hệ với nhau trong tiêu dùng phát triển mối liên kết ngang trong khâu phân phối để giảm chi phí đầu tư, chi phí lưu thông và giảm chi phí của xã hội do tiết kiệm được thời gian mua sắm (liên kết ngang trong khâu bán buôn thông qua việc cùng xây dựng các trung tâm giao dịch, tổng kho bán buôn, trung tâm logistics; liên kết ngang trong khâu bán lẻ thông qua việc cùng phát triển mạng lưới cửa hàng tiện lợi);

- Nhà nước can thiệp vào thị trường các ngành hàng này chủ yếu bằng quy chế về tổ chức và kiểm soát hệ thống phân phối, sử dụng các công cụ gián tiếp như: tín dụng, lãi suất, thuế, dự trữ quốc

gia... để tác động đến thị trường thông qua các doanh nghiệp đầu nguồn.

IV. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Hoàn thiện khung pháp lý, tạo môi trường kinh doanh ổn định, lành mạnh:

- a) Các Bộ, ngành khẩn trương xây dựng, trình Chính phủ ban hành các văn bản quy phạm pháp luật quy định chi tiết và hướng dẫn thực hiện các luật có liên quan đến hoạt động thương mại (như các nghị định về quản lý kinh doanh thuốc lá, rượu, khí đốt; nghị định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực thương mại...); rà soát để bổ sung, hoàn chỉnh các văn bản pháp luật liên quan đến hàng rào kỹ thuật (như tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn môi trường...) nhằm bảo vệ thị trường trong nước và lợi ích người tiêu dùng;

- b) Bộ Thương mại:

- Xây dựng tiêu chuẩn và hướng dẫn phát triển các loại hình tổ chức kinh doanh thương mại làm cơ sở cho các quyết định đầu tư của doanh nghiệp, phục vụ cho công tác quản lý nhà nước và định hướng cho người tiêu dùng lựa chọn nơi mua sắm;

- Xây dựng quy chế về tổ chức và quản lý hệ thống phân phối đối với một số mặt hàng quan trọng hoặc đặc thù (như xăng

dầu, khí đốt, xi măng, sắt thép, phân bón, dược phẩm, chất nổ, rượu, thuốc lá...), bảo đảm nguyên tắc Nhà nước có khả năng kiểm soát và sử dụng các công cụ gián tiếp để tác động kịp thời vào thị trường thông qua các doanh nghiệp đầu nguồn;

- Hướng dẫn cụ thể việc thực thi các cam kết về mở cửa thị trường dịch vụ phân phối đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong việc thực hiện các dịch vụ bán buôn, bán lẻ, nhượng quyền thương mại và đại lý.

2. Về công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường:

a) Các Bộ quản lý chuyên ngành theo chức năng, nhiệm vụ được phân công có trách nhiệm chỉ đạo cơ quan chức năng tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường; xử lý nghiêm các hành vi gian lận thương mại, kinh doanh hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, hàng vi phạm sở hữu công nghiệp để bảo đảm lợi ích của người tiêu dùng, doanh nghiệp và Nhà nước;

b) Bộ Thương mại chủ trì xây dựng, trình Thủ tướng Chính phủ Đề án nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường theo hướng giao một Bộ chịu trách nhiệm chính trong việc kiểm tra, giám sát về chất lượng, tiêu chuẩn hàng hóa, an toàn vệ sinh thực phẩm, sở hữu trí tuệ, chống buôn lậu, gian lận thương

mại, đăng ký kinh doanh... bảo đảm quản lý nhà nước tập trung, hiệu quả và hiệu lực, phù hợp với yêu cầu phát triển và hội nhập, tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng cho các chủ thể thuộc mọi thành phần kinh tế và bảo vệ lợi ích người tiêu dùng.

3. Về công tác điều hành thị trường:

Bộ Thương mại chủ trì, phối hợp với các Bộ, cơ quan là thành viên của Tổ điều hành thị trường trong nước chủ động áp dụng các biện pháp cần thiết để nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác điều hành thị trường, trong đó tập trung nâng cao chất lượng công tác thông tin, dự báo thị trường; phân tích diễn biến cung - cầu, giá cả thị trường; cơ chế phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước trong việc xây dựng và thực thi các giải pháp can thiệp kịp thời khi thị trường có dấu hiệu bất ổn, bảo đảm cân đối cung - cầu các mặt hàng trọng yếu trong mọi tình huống.

4. Về công tác quy hoạch phát triển thương mại:

Bộ Thương mại có trách nhiệm:

a) Khẩn trương xây dựng, phê duyệt hoặc trình cấp có thẩm quyền phê duyệt quy hoạch phát triển tổng thể ngành thương mại, quy hoạch phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên phạm vi cả nước và các vùng kinh tế phù hợp với quy định của pháp luật hiện hành;

Quy hoạch phát triển tổng thể ngành thương mại là một bộ phận của quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội; quy hoạch phát triển kết cấu hạ tầng thương mại là một bộ phận của quy hoạch sử dụng đất; các quy hoạch về thương mại sau khi được cấp có thẩm quyền phê duyệt là căn cứ pháp lý để quyết định các dự án đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại;

b) Kiểm tra, giám sát việc phê duyệt và thực hiện quy hoạch phát triển tổng thể thương mại, quy hoạch phát triển kết cấu hạ tầng thương mại của các địa phương phù hợp với quy hoạch thương mại của vùng kinh tế và của cả nước.

5. Về chính sách, giải pháp khuyến khích đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại:

Bộ Thương mại chủ trì nghiên cứu, đề xuất với Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ cơ chế, chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư đối với dự án phát triển kết cấu hạ tầng thương mại như dự án đầu tư vào các ngành sản xuất, kinh doanh khác trên cùng một địa bàn.

6. Về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực:

a) Bộ Thương mại xây dựng Đề án khai thác nguồn vốn trong và ngoài nước để hỗ trợ cho công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực của các doanh nghiệp thương mại;

b) Bộ Tài chính bố trí ngân sách hàng năm bảo đảm việc nâng cấp cơ sở vật chất - kỹ thuật, xây dựng đội ngũ giáo viên và nội dung, chương trình đào tạo, bồi dưỡng về lĩnh vực phân phối cho hệ thống các trường cao đẳng, trung cấp và dạy nghề trực thuộc Bộ Thương mại để đáp ứng nhu cầu nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho ngành thương mại.

7. Khuyến khích các doanh nghiệp thành lập các hiệp hội bán buôn, bán lẻ, chợ, siêu thị (chú trọng thu hút các hộ kinh doanh tham gia) nhằm giúp các hội viên chia sẻ kinh nghiệm, trao đổi thông tin, tìm kiếm cơ hội, tạo mối liên doanh liên kết, hỗ trợ công tác xúc tiến thương mại trong nước, đẩy mạnh hoạt động xây dựng và quảng bá thương hiệu....

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành sau 15 ngày, kể từ ngày đăng Công báo.

Điều 3. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

THỦ TƯỚNG

Nguyễn Tấn Dũng