

THỦ TƯỚNG CHÍNH  
PHỦ  
Số: 27/2007/QĐ-TTg

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc  
Hà Nội, ngày 15 tháng 2 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

- 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.
- 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.
- Phát triển thương mại hàng hoá 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 hoá 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 hoá 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 hoá 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 hoá 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 hoá 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 hoá, 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 hoá 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 hoá.

Đổi mới mô hình tổ chức, công nghệ quản lý và phương thức kinh doanh theo hướng chuyên nghiệp hoá, hiện đại hoá 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 hoá chuyên ngành;
- Các tập đoàn, công ty mẹ - con kinh doanh hàng hoá 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 hoà 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 thoả 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