

THỦ TƯỚNG CHÍNH
PHỦ
Số: 311/2003/QĐ-TTg

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Hà Nội, ngày 20 tháng 3 năm 2003

QUYẾT ĐỊNH

Về việc phê duyệt đề án tiếp tục tổ chức thị trường trong nước, tập trung phát triển thương mại nông thôn đến năm 2010

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 "Tiếp tục tổ chức thị trường trong nước, tập trung phát triển thương mại nông thôn đến năm 2010" với những nội dung chủ yếu như sau:

I. MỤC TIÊU VÀ NHIỆM VỤ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC ĐẾN NĂM 2010

1. Mục tiêu và nhiệm vụ tổng quát:

Xếp sắp, mở rộng thị trường trong nước gắn với thị trường ngoài nước, bảo đảm lưu thông hàng hoá thông suốt, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của sản xuất và đời sống; đẩy mạnh tiêu thụ hàng hoá, nhất là nông sản, thúc đẩy phát triển sản xuất, xuất khẩu; phát huy vai trò tích cực của các mô hình thương mại tiên tiến, các loại hình thương nhân thuộc các thành phần kinh tế; tạo lập môi trường kinh doanh lành mạnh, an toàn và thuận lợi, góp phần thực hiện lộ trình hội nhập khu vực và thế giới, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế - xã hội, phục vụ sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá và phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ cụ thể:

a. Duy trì nhịp độ tăng về tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ 11 - 14%/năm trong thời kỳ 2001 - 2005 và 14 - 15%/năm trong thời kỳ 2006 - 2010; phấn đấu đến năm

2010 đạt mức tăng trên 3 lần về số tuyệt đối so với hiện nay của mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ bình quân đầu người hàng năm ở khu vực nông thôn, tạo ra nhiều hàng hoá đủ sức cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước.

b. Chỉ số giá tiêu dùng tăng khoảng 5%/năm, từng bước hạn chế mức độ gia tăng tỷ giá cánh kéo giữa hàng công nghiệp và dịch vụ với hàng nông sản.

c. Hình thành đồng bộ hệ thống cơ chế chính sách phát triển thị trường và môi trường pháp lý thuận lợi để khuyến khích các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động kinh doanh; mở rộng mạng lưới kinh doanh của thương nhân thuộc các thành phần kinh tế, trong đó thực hiện vai trò nòng cốt và dẫn dắt thị trường của thương mại nhà nước thông qua hai tiêu thức cơ bản là: thị phần bán buôn và tỷ trọng xuất, nhập khẩu đối với những mặt hàng trọng yếu; đổi mới tổ chức và hoạt động của thương mại tập thể, khuyến khích phát triển và hướng dẫn quản lý tốt thương mại tư nhân; hình thành và phát triển kênh lưu thông theo hướng gắn lưu thông với sản xuất, hàng hoá đến với người tiêu dùng với chi phí thấp nhất; ngày càng có nhiều thương nhân đủ sức cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước.

d. Cùng cố, phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất - kỹ thuật phục vụ thương mại theo hướng: tổ chức, khai thác có hiệu quả các mạng lưới chợ; đẩy mạnh và phát triển các chợ đầu mối, chợ chuyên, sàn giao dịch hàng hoá, kho dự trữ bảo quản hàng hoá nông sản để các cơ sở này trở thành nơi giao dịch, tiêu thụ sản phẩm, cung cấp vật tư, hàng hoá cho nhu cầu sản xuất và đời sống đáng tin cậy nhất; phát triển các siêu thị, trung tâm thương mại, các hình thức tổ chức thương mại điện tử, trước hết là ở thành phố, thị xã và các vùng kinh tế tập trung; xây dựng và nâng cao chất lượng hoạt động của hệ thống thông tin thị trường và xúc tiến thương mại trong nước.

đ. Tăng cường kỷ cương, trật tự thị trường; ngăn chặn tệ nạn buôn lậu, gian lận thương mại, sản xuất và buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng; bảo vệ lợi ích chính đáng của người sản xuất, doanh nghiệp và người tiêu dùng.

e. Tiếp tục bổ sung, sửa đổi, hoàn thiện và đồng bộ hoá hệ thống pháp luật và chính sách phát triển thương mại; đổi mới tổ chức bộ máy, cán bộ, phương thức, công cụ

và cơ chế hoạt động của hệ thống quản lý nhà nước về thương mại nói chung, về thị trường trong nước nói riêng.

Phấn đấu xây dựng nền thương mại và thị trường ngày càng phát triển theo hướng công bằng, dân chủ, văn minh, hiện đại và bền vững; chuẩn bị tốt nhất các điều kiện kinh tế - xã hội của thị trường trong nước đáp ứng yêu cầu của quá trình hội nhập với thị trường khu vực và quốc tế.

II. ĐỊNH HƯỚNG TỔ CHỨC LẠI THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC ĐẾN NĂM 2010

1. Hình thành và phát triển các kênh lưu thông hàng hoá ổn định để hàng hoá đến tiêu dùng nhanh nhất, với chi phí thấp nhất.

Đối với việc lưu thông hàng nông sản, bảo đảm tiêu thụ hầu hết sản phẩm được sản xuất ở nông thôn thông qua các hợp đồng giữa người sản xuất với doanh nghiệp, người sản xuất với hợp tác xã hoặc hợp tác xã với doanh nghiệp. Đối với việc lưu thông vật tư, hàng hoá phục vụ cho nhu cầu sản xuất và đời sống ở vùng nông thôn, ngoài việc thực hiện theo các hợp đồng tiêu thụ, trao đổi nói trên, khuyến khích và tạo điều kiện để hình thành mạng lưới các doanh nghiệp, các hợp tác xã và đại lý.

Phấn đấu đến năm 2010, về cơ bản việc mua bán, tiêu thụ sản phẩm hàng hoá được thực hiện chủ yếu thông qua phương thức mua bán theo hợp đồng; đổi mới tổ chức và hoạt động của hợp tác xã và mạng lưới đại lý mua bán, phát triển hệ thống các loại hình và cấp độ chợ để hình thành các kênh lưu thông hàng hoá hợp lý giữa nông nghiệp với công nghiệp, nông thôn với thành thị, thị trường trong nước với thị trường ngoài nước.

2. Hình thành và phát triển các mô hình thương mại phù hợp với đặc điểm, điều kiện, nhu cầu về khả năng của từng cấp độ thị trường.

a. Mô hình thương mại của thị trường cả nước: kết hợp hoạt động của các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ với việc hình thành và phát triển các tập đoàn, tổng công ty, hãng, công ty "mẹ" hoạt động đa ngành nghề hoặc chuyên doanh theo mặt hàng, nhóm hàng trong lĩnh vực thương mại (cả lưu thông trong nước và xuất nhập khẩu) với hệ thống mạng lưới phân phối - tiêu thụ rộng khắp cả nước; gắn sản xuất với chế biến, dự trữ với lưu thông hàng hoá.

b. Bên cạnh việc hình thành mô hình nêu ở tiết a:

- Tại thị trường đô thị: chú trọng phát triển siêu thị gắn với trung tâm thương mại, với sàn giao dịch hàng hoá, với chợ tập trung đầu mối và với các hình thức tổ chức thương mại điện tử quy mô vừa.

- Tại thị trường nông thôn: điều quan trọng là hình thành được mạng lưới tiêu thụ, chủ yếu là các cửa hàng, điểm mua bán để tạo hoạt động liên thông thương mại theo địa bàn, khu vực và cả nước.

Tiếp tục đổi mới tổ chức và hoạt động của các hợp tác xã theo hướng chuyển sang hình thức hợp tác xã cổ phần để tập hợp được lực lượng thương mại tư nhân (cá nhân và hộ kinh doanh), các hợp tác xã dịch vụ nông thôn trở thành mạng lưới vệ tinh làm đại lý mua bán cho doanh nghiệp (tiêu thụ nông sản và cung ứng vật tư, hàng công nghiệp tiêu dùng).

III. GIẢI PHÁP TẬP TRUNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI NÔNG THÔN ĐẾN NĂM 2010 TRƯỚC HẾT LÀ THỜI KỲ 2003 - 2005

1. Thực hiện các biện pháp cụ thể cả về xây dựng định chế lẫn biện pháp kinh tế phù hợp với từng khu vực, địa bàn và đặc điểm tiêu dùng của nhân dân địa phương để tăng cường khả năng và vai trò cung ứng, tiêu thụ (bảo đảm) vật tư, hàng hoá của các chợ, các trung tâm mua bán hàng hoá ở thị trấn, thị tứ, cụm xã, các cửa hàng, các điểm mua bán các đại lý mua bán hàng theo hướng gắn sản xuất với tiêu dùng; thực hiện một cách thuận tiện, nhanh, có hiệu quả nhất việc tiêu thụ hàng hoá của nông dân, cung cấp vật tư, hàng hoá phục vụ sản xuất, đời sống của nhân dân, trước hết là người dân sống ở nông thôn, điều tiết hoạt động của mạng lưới tiêu thụ nông sản và cung cấp vật tư, hàng hoá cho tiêu dùng ở nông thôn, tạo thế chủ động và bình ổn thị trường

2. Đổi mới tổ chức và hoạt động của các hợp tác xã thương mại - dịch vụ theo hướng: hợp tác xã mua bán ở nông thôn tổ chức theo hình thức hợp tác xã cổ phần để thực hiện dịch vụ hai đầu cho kinh tế hộ thông qua phương thức đại lý mua bán và hợp đồng hai chiều giữa một bên là nông dân (hoặc đại diện của họ là các nhóm hộ) với một bên là doanh nghiệp; đồng thời, đổi mới cơ chế góp vốn, cơ chế quản lý,