

Số: **1568** /QĐ-BCT

Hà Nội, ngày **03** tháng 6 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia
giai đoạn 2026 – 2030**

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 18 tháng 02 năm 2025;

Căn cứ Luật Thương mại ngày 14 tháng 6 năm 2005;

Căn cứ Luật Công nghệ thông tin ngày 29 tháng 6 năm 2006;

Căn cứ Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ngày 20 tháng 6 năm 2023;

Căn cứ Luật Giao dịch điện tử ngày 22 tháng 6 năm 2023;

Căn cứ Nghị định số 40/2025/NĐ-CP ngày 26 tháng 02 năm 2025 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

Căn cứ Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về thương mại điện tử;

Căn cứ Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25 tháng 9 năm 2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về thương mại điện tử;

Căn cứ Tờ trình số 294/TTtr-BCT ngày 13 tháng 01 năm 2025 của Bộ Công Thương trình Thủ tướng Chính phủ về Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026-2030 và ý kiến của Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn tại văn bản số 1807/VPCP-KTTH ngày 06 tháng 3 năm 2025;

Căn cứ ý kiến góp ý của các Bộ, ngành, địa phương và hiệp hội liên quan;

Theo đề nghị của Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030 với những nội dung chủ yếu sau đây:



I. Quan điểm phát triển

1. Thương mại điện tử là lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số. Phát triển thương mại điện tử chú trọng đến phát triển bền vững, hướng đến tối ưu hoá quá trình từ sản xuất, kinh doanh đến trải nghiệm người tiêu dùng bằng các giải pháp có tác động tích cực và cân bằng giữa ba yếu tố phát triển kinh tế, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường. Trong đó, doanh nghiệp và người tiêu dùng là lực lượng chính trong phát triển thương mại điện tử bền vững, nhà nước có vai trò quản lý, xây dựng hạ tầng, tạo điều kiện cho sự phát triển bền vững của thương mại điện tử.

2. Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia gắn kết chặt chẽ với Chương trình chuyển đổi số quốc gia, Chiến lược quốc gia về phát triển kinh tế số và xã hội số và các đề án, chiến lược, chương trình khác của ngành Công Thương nhằm tạo định hướng chung cho phát triển thương mại điện tử bền vững.

3. Không gian phát triển thương mại điện tử quốc gia phải được tổ chức hiệu quả, thống nhất trên quy mô toàn quốc, tăng cường liên kết theo vùng trọng điểm quốc gia, theo khu vực và quốc tế gắn với khai thác lợi thế của từng vùng, của quốc gia nhằm huy động, phân bổ và sử dụng hiệu quả nguồn lực, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia về thương mại điện tử.

4. Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia phải được triển khai đồng bộ với sự tham gia của cả hệ thống chính trị, các cấp uỷ, chính quyền từ trung ương đến địa phương. Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia tạo nền móng, làm cơ sở xây dựng kế hoạch phát triển thương mại điện tử tại các địa phương.

II. Mục tiêu phát triển

1. Mục tiêu tổng quát

- Nâng cao giá trị, năng lực cạnh tranh của thương mại điện tử Việt Nam; không ngừng mở rộng quy mô thị trường thương mại điện tử; tiếp tục là quốc gia thuộc nhóm các nước dẫn đầu khu vực và thế giới về tốc độ phát triển thương mại điện tử;

- Tăng cường tiêu thụ cho sản phẩm Việt Nam cả trong và ngoài nước thông qua thương mại điện tử; đẩy mạnh giao dịch, thương mại điện tử xuyên biên giới;

- Thu hẹp khoảng cách giữa các thành phố lớn và các địa phương về mức độ phát triển thương mại điện tử;

- Phát triển thương mại điện tử theo hướng xanh, tuần hoàn, bền vững hướng đến phát triển kinh tế hiệu quả, tạo giá trị cho cộng đồng, góp phần xây dựng xã hội công bằng và giảm thiểu tác động tiêu cực tới môi trường.

2. Mục tiêu cụ thể

a) Về tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh cho thương mại điện tử phát triển bền vững

- Dân số trưởng thành tham gia mua sắm trực tuyến đạt 70%;
- Doanh số bán lẻ thương mại điện tử tăng từ 20 - 30%/năm, chiếm 20% so với tổng mức bán lẻ hàng hóa cả nước;
- Tỷ lệ doanh nghiệp đáp ứng bộ tiêu chí quốc gia về thương mại điện tử bền vững đạt 60%;
- Tỷ lệ website vi phạm quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử giảm xuống còn 5-10% trên tổng số website thương mại điện tử.

b) Về nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

- Tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử phân đầu đạt trên 70%;
- 100% các giao dịch trên nền tảng thương mại điện tử có hóa đơn điện tử;
- Thanh toán không dùng tiền mặt trong thương mại điện tử đạt 80%;
- Chi phí trung bình cho giao hàng chặng cuối trong thương mại điện tử chiếm không quá 8-15% doanh thu;
- 60% doanh nghiệp vừa và nhỏ tiến hành hoạt động kinh doanh trên nền tảng thương mại điện tử.

c) Phát triển thương mại điện tử theo liên kết vùng, thu hẹp khoảng cách giữa các địa phương

- Các địa phương ngoài Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh chiếm 50% giá trị giao dịch thương mại điện tử B2C của toàn quốc;
- 60% số xã và các đơn vị hành chính tương đương trên cả nước có thương nhân thực hiện hoạt động bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ trực tuyến;
- Tận dụng tối đa tiềm năng, lợi thế so sánh của từng địa phương về vùng nguyên liệu, năng lực sản xuất (khu công nghiệp, khu chế biến), năng lực logistics, nguồn nhân lực nhằm tăng cường liên kết vùng trong phát triển thương mại điện tử, giúp khai thác và sử dụng nguồn lực nội vùng và liên vùng hiệu quả.

d) Phát triển thương mại điện tử theo hướng xanh, tuần hoàn, bền vững

- Tỷ lệ sản phẩm trong thương mại điện tử sử dụng bao bì nhựa giảm xuống còn tối đa 45%;
- Tỷ lệ sản phẩm trong thương mại điện tử sử dụng bao bì là chất liệu có thể tái chế đạt 50%;

- Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng năng lượng sạch trong logistics cho thương mại điện tử đạt ít nhất 40%;

- Tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng tiêu chuẩn đóng gói xanh cho thương mại điện tử đạt ít nhất 50%.

e) Phát triển nguồn nhân lực trong thương mại điện tử

- 60% cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp triển khai đào tạo chuyên ngành liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử;

- 1.000.000 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh, cá nhân, cán bộ quản lý nhà nước, sinh viên, cá nhân được tham gia các khóa đào tạo về kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử.

III. Nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm

1. Xây dựng và hoàn thiện thể chế

a) Các cơ chế, chính sách nhằm tăng cường công tác quản lý nhà nước trong thương mại điện tử

- Tiếp tục hoàn thiện khung khổ pháp lý về quản lý hoạt động thương mại điện tử. Tăng cường kiểm soát trực tuyến thông tin và giao dịch thương mại điện tử; tăng cường cơ chế quản lý, giám sát giao dịch thanh toán đối với các hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới;

- Nghiên cứu, hoàn thiện phân cấp quản lý nhà nước về hoạt động cung cấp dịch vụ thương mại điện tử của các tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài; phân cấp trong quản lý hoạt động thương mại điện tử tại các địa phương;

- Hoàn thiện chính sách, pháp luật về quản lý thuế liên quan đến thương mại điện tử, các giải pháp chống thất thu thuế đối với các giao dịch trong thương mại điện tử;

- Hoàn thiện chính sách, pháp luật về chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trong thương mại điện tử; hoàn thiện cơ chế phối hợp liên ngành và phản ứng nhanh để kịp thời xử lý các hành vi phạm về buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT; tăng cường chế tài xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực TMĐT nhằm thực hiện hiệu quả công tác phòng chống hàng giả, hàng nhái, hàng cấm, hàng xâm phạm sở hữu trí tuệ, bảo vệ tối đa lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng;

- Hoàn thiện chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong môi trường thương mại điện tử;

- Hoàn thiện chính sách, pháp luật về quản lý hải quan đối với hàng hoá xuất khẩu, nhập khẩu được giao dịch qua thương mại điện tử;
- Nghiên cứu, xây dựng chính sách về phát triển thương mại số;
- Hoàn thiện chính sách tăng cường năng lực thống kê về thương mại điện tử ở cấp quốc gia, địa phương và theo ngành hàng.

b) Các chính sách nhằm phát triển thị trường thương mại điện tử

- Xây dựng các cơ chế, chính sách ưu tiên tiêu thụ sản phẩm chủ lực của địa phương, vùng miền và khu vực trên các nền tảng số về thương mại điện tử; tiếp tục xây dựng và hoàn thiện các giải pháp chính sách nhằm tăng giao dịch các sản phẩm, dịch vụ có thương hiệu uy tín và có hàm lượng nội địa hoá cao trên các nền tảng số về thương mại điện tử;
- Xây dựng chính sách thúc đẩy hỗ trợ xây dựng, phát triển các sàn thương mại điện tử trong nước nói chung và các chính sách mua bán, sáp nhập nói riêng, tiến tới hình thành nền tảng thương mại điện tử trong nước phát triển mạnh mẽ, có đủ năng lực cạnh tranh với các nền tảng thương mại điện tử quốc tế; hỗ trợ các nền tảng thương mại điện tử nội địa tăng cường kiểm soát, nâng cao năng lực và sự chủ động, tránh bị phụ thuộc vào hệ thống phân phối nước ngoài cũng như các nền tảng thương mại điện tử nước ngoài;
- Nghiên cứu, xây dựng và ban hành các cơ chế, chính sách thúc đẩy triển khai các giải pháp về bưu chính, vận chuyển hỗ trợ thương mại điện tử;
- Xây dựng các chính sách khuyến khích người dân, doanh nghiệp và các tổ chức liên quan sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt trong hoạt động thương mại điện tử;
- Nghiên cứu, xây dựng, cập nhật các chính sách để tạo điều kiện cho mọi thành phần kinh tế và các cơ sở sản xuất kinh doanh tham gia các hoạt động, sự kiện ứng dụng thương mại điện tử trong sản xuất, kinh doanh; các sự kiện xúc tiến thương mại, tiêu thụ sản phẩm, hàng hoá trên không gian mạng;
- Xây dựng chính sách để phát triển hệ sinh thái số, hạ tầng số hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu trực tuyến, thúc đẩy hàng hoá Việt Nam tiếp cận các thị trường quốc tế thông qua thương mại điện tử xuyên biên giới;
- Hỗ trợ các sáng kiến đổi mới trong phát triển thương mại điện tử hướng tới bảo vệ môi trường;
- Xây dựng và ban hành bộ tiêu chí quốc gia đánh giá thương mại điện tử bền vững;

- Xây dựng các chính sách đặc thù ưu đãi thuế, chính sách hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ đầu tư và phát triển thương mại điện tử có tính bền vững tại Việt Nam;

- Xây dựng chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ và khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại điện tử như xây dựng, triển khai các chương trình ươm tạo doanh nghiệp, gọi vốn đầu tư từ các quỹ đầu tư mạo hiểm để thực hiện các hoạt động đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp của lĩnh vực thương mại điện tử;

- Xây dựng các chính sách giúp doanh nghiệp tự xây dựng và thực hiện các giải pháp thương mại điện tử bền vững nhằm giảm lượng rác thải từ quá trình sản xuất và vận chuyển, tạo ảnh hưởng tích cực đến môi trường trong các giao dịch thương mại điện tử;

- Xây dựng chính sách, quy hoạch phát triển kho và trung tâm phân phối hàng hoá thông minh trong thương mại điện tử, ưu tiên đầu tư vào công nghệ tự động hoá nhằm giảm thời gian và tối ưu hoá quy trình xử lý hàng hoá; chú trọng xây dựng các kho hàng có thiết kế giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, sử dụng năng lượng tái tạo trong chu trình xử lý;

- Xây dựng chính sách khuyến khích doanh nghiệp, người bán hàng trong thương mại điện tử sử dụng các nguyên liệu thân thiện với môi trường, ưu tiên nguyên liệu tái chế, tái sử dụng hoặc có thể phân huỷ nhằm giảm thiểu lượng rác thải;

- Xây dựng bộ tiêu chuẩn hướng dẫn doanh nghiệp đóng gói hàng hóa trong thương mại điện tử theo hướng bảo vệ môi trường;

- Căn cứ chiến lược, quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của từng vùng, của từng địa phương và kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia, các địa phương xây dựng kế hoạch phát triển thương mại điện tử của địa phương gắn với thúc đẩy liên kết vùng, khai thác tốt nhất lợi thế của mỗi địa phương về nguồn nguyên liệu, logistics, nhân lực, năng lực sản xuất và nuôi trồng;

- Xây dựng khung khổ chính sách tổng thể quản lý và phát triển thương mại số, tập trung vào một số nội dung như: (i) Đảm bảo tính minh bạch của thông tin và tiếp cận thông tin; (ii) Đảm bảo sự không phân biệt đối xử giữa các sản phẩm số với các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ truyền thống; (iii) Tránh các biện pháp mang tính hạn chế thương mại số, cân bằng giữa mục tiêu quản lý thương mại số với mục tiêu thúc đẩy sự phát triển của thương mại số; (iv) Đảm bảo tự do lưu chuyển dữ liệu xuyên biên giới đồng thời có các biện pháp đảm bảo tính giải trình, trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ dữ liệu;

- Đo lường, thống kê dữ liệu, giao dịch thương mại số.

2. Hoàn thiện hạ tầng cho phát triển thương mại điện tử bền vững

a) Hạ tầng số

- Ưu tiên đầu tư, hiện đại hóa vào hạ tầng số (bao gồm hạ tầng viễn thông, hạ tầng IoT, hạ tầng tính toán, hạ tầng dữ liệu, hạ tầng cung cấp công nghệ số như dịch vụ và các nền tảng số có tính hạ tầng); đảm bảo hạ tầng số đáp ứng về dung lượng, băng thông, được phổ cập, bền vững, xanh, thông minh, mở và an toàn, thúc đẩy phát triển thương mại điện tử, chuyển đổi số quốc gia, phát triển kinh tế số, xã hội số; đặc biệt chú trọng phát triển mạng lưới truy cập internet tại các khu vực nông thôn, khu vực vùng sâu, vùng xa, khu vực miền núi;

- Khuyến khích các doanh nghiệp công nghệ lớn trong nước chuyển giao các công nghệ mới có ưu thế đối với thương mại điện tử như công nghệ ứng dụng 5G, công nghệ tự động hoá quy trình bằng robot (RPA), công nghệ thực tế tăng cường (AR), thực tế ảo (VR), công nghệ chuỗi khối (Blockchain) và các công nghệ hỗ trợ phát triển thương mại điện tử như phân tích dữ liệu, trí tuệ nhân tạo (AI) cho các doanh nghiệp thương mại điện tử vừa và nhỏ với chi phí hợp lý;

- Tạo điều kiện để doanh nghiệp trong nước chủ động nghiên cứu làm chủ các công nghệ mới trong vận hành các website, nền tảng ứng dụng thương mại điện tử, hoạt động logistics phục vụ thương mại điện tử, ứng dụng các công nghệ số nhằm cải tiến mô hình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp;

- Phát triển thương mại điện tử kết hợp chặt chẽ với việc sử dụng và phát triển tên miền quốc gia “.vn”. Khuyến khích đăng ký, sử dụng tên miền quốc gia “.vn” để thiết lập website bán hàng và giao dịch thư điện tử (email) để tăng tín cậy và an toàn của người dùng khi tham gia vào các hoạt động thương mại điện tử.

b) Hạ tầng logistics

- Đầu tư nhân lực, hạ tầng công nghệ hiện đại phát triển hạ tầng bưu chính, và hạ tầng logistics (bao gồm: đóng gói, giao hàng, lưu kho, xử lý đơn hàng, vận chuyển,...) nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ gắn liền với phát triển thương mại điện tử;

- Tiếp tục hoàn thiện hạ tầng dịch vụ chuyển phát và giao hàng chặng cuối cho thương mại điện tử, ứng dụng các công nghệ mới trong hoạt động logistics; thí điểm và triển khai ứng dụng các phương tiện giao thông mới và phương tiện xanh hỗ trợ việc vận chuyển, giao nhận hàng hóa trong thương mại điện tử; triển khai các giải pháp tổng thể liên kết doanh nghiệp hậu cần từ chặng đầu tới chặng cuối; nghiên cứu các giải pháp cho chuyển phát xuyên biên giới, logistics trong đô thị.

c) Hạ tầng thanh toán không dùng tiền mặt

- Tiếp tục hoàn thiện, tăng cường kết nối, tích hợp hạ tầng thanh toán không dùng tiền mặt của tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán, trung gian thanh toán với hạ tầng của các đơn vị chấp nhận thanh toán, đáp ứng yêu cầu thanh toán điện tử trong thương mại điện tử;

- Khuyến khích sự chuyển đổi từ thanh toán tiền mặt sang các loại hình thanh toán không dùng tiền mặt; chú trọng phát triển hệ thống thanh toán hiện đại an toàn và linh hoạt.

3. Xây dựng các nền tảng, hệ thống cốt lõi cho TMĐT

a) Nền tảng, hệ thống phục vụ quản lý nhà nước về thương mại điện tử

- Nâng cấp Cổng thông tin quản lý hoạt động thương mại điện tử thành Nền tảng số quốc gia về quản lý hoạt động thương mại điện tử;

- Phát triển nền tảng tích hợp, chia sẻ cơ sở dữ liệu thương mại điện tử dùng chung giữa trung ương và địa phương, kết nối với các Cơ sở dữ liệu quốc gia, phục vụ công tác quản lý thương mại điện tử, thuế, hải quan, quản lý thị trường và các công tác quản lý nhà nước khác theo yêu cầu của Chính phủ;

- Xây dựng hệ thống định danh và xác thực điện tử trong lĩnh vực thương mại điện tử, kết nối với Nền tảng định danh và xác thực điện tử quốc gia;

- Hoàn thiện hệ thống giải quyết phản ánh khiếu nại tranh chấp trực tuyến trong thương mại điện tử, bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của các bên tham gia giao dịch;

- Xây dựng nền tảng thống kê thương mại điện tử quốc gia nhằm điều tra, khảo sát, thu thập thông tin, dữ liệu về thị trường thương mại điện tử, chia sẻ dữ liệu từ trung ương đến địa phương, nâng cao khả năng đánh giá, dự báo tình hình ứng dụng thương mại điện tử quốc gia;

- Xây dựng nền tảng dữ liệu thương mại điện tử mở Việt Nam kết nối với Cổng dữ liệu mở quốc gia;

- Phát triển trực chứng thực hợp đồng điện tử Việt Nam;

- Phát triển hệ thống giải pháp đánh giá tín nhiệm trong lĩnh vực thương mại điện tử để tạo ra môi trường mua sắm trực tuyến tin cậy, giảm thiểu rủi ro cho người tiêu dùng trong thương mại điện tử;

- Xây dựng nền tảng đánh giá các doanh nghiệp thương mại điện tử đáp ứng bộ tiêu chí quốc gia về thương mại điện tử bền vững;

- Xây dựng nền tảng đánh giá doanh nghiệp đáp ứng bộ tiêu chí doanh nghiệp vì người tiêu dùng trong thương mại điện tử;
- Xây dựng các giải pháp đảm bảo giao dịch trong thương mại điện tử nhằm bảo vệ tối đa quyền lợi hợp pháp của người tiêu dùng, đồng thời thúc đẩy việc thanh toán không dùng tiền mặt;
- Xây dựng và khuyến khích người dân, doanh nghiệp tiếp cận thông tin, chính sách, pháp luật về thương mại điện tử thông qua các nền tảng số;
- Tiếp tục duy trì và phát triển “Hệ thống quản lý thông tin xác thực nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa quốc gia” và “Hệ thống giám sát, thu thập dữ liệu về giao dịch TMĐT trên các nền tảng mạng xã hội”.

b) Nền tảng, hệ thống phục vụ phát triển thị trường thương mại điện tử xanh, bền vững

- Triển khai các giải pháp phát triển thương mại điện tử cho cộng đồng doanh nghiệp, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm của địa phương thông qua phương thức giao dịch trực tuyến trên các nền tảng số về thương mại điện tử, qua đó thúc đẩy tiêu thụ trong nước cũng như mở rộng thị trường xuất khẩu, đặc biệt các sản phẩm chủ lực của địa phương;
- Xây dựng và duy trì vận hành hiệu quả các gian hàng quốc gia trên các sàn giao dịch thương mại điện tử lớn của Việt Nam và thế giới; ưu tiên các sản phẩm, dịch vụ có các thương hiệu uy tín của Việt Nam, có hàm lượng nội địa hóa cao, các sản phẩm OCOP, các sản phẩm, hàng hoá chủ lực của địa phương đảm bảo về chất lượng, nguồn gốc xuất xứ;
- Triển khai các giải pháp ứng dụng thương mại điện tử nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ gia đình, các tổ chức hoạt động sản xuất, kinh doanh các sản phẩm, hàng hoá chất lượng, điển hình của địa phương, đặc biệt ưu tiên chuyển đổi số tại các chợ truyền thống, khu vực nông thôn, vùng đồng bào dân tộc thiểu số miền núi, vùng sâu, vùng xa;
- Tăng cường ứng dụng trí tuệ nhân tạo, công nghệ máy học, thực tế tăng cường và tìm kiếm bằng giọng nói nhằm nâng cao trải nghiệm và cá nhân hóa nhu cầu của khách hàng trên các nền tảng số về thương mại điện tử;
- Tăng cường ứng dụng nền tảng quản lý hệ thống logistics theo thời gian thực áp dụng công nghệ kết nối vạn vật (Internet of things) và trí tuệ nhân tạo (AI) nhằm tối ưu hoá quy trình, giảm lượng khí thải, sử dụng nguồn năng lượng sạch và tăng khả năng dự báo, phục vụ phát triển thương mại điện tử;
- Triển khai các giải pháp, mô hình mới nhằm thúc đẩy dịch vụ giao hàng nhanh, đặc biệt giao hàng trong ngày; xây dựng các trung tâm giao hàng chuyển

tiếp trong thương mại điện tử (forward deploy fulfillment center) nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển nhanh của thương mại điện tử;

- Khuyến khích chuyển đổi năng lượng sạch trong vận chuyển hàng hoá thương mại điện tử, tối ưu hoá quy trình vận chuyển để giảm thất thoát năng lượng và tăng hiệu suất sử dụng tài nguyên. Ưu tiên sử dụng các nền tảng số sử dụng nguồn năng lượng sạch tối ưu hoá quy trình vận chuyển, giảm lượng xe trên đường và tối ưu hoá sử dụng nguồn lực;

- Khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng bộ tiêu chí doanh nghiệp vì người tiêu dùng trong thương mại điện tử;

- Phát triển các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt, các tiện ích thanh toán điện tử hỗ trợ thương mại điện tử phát triển: các tiện ích thanh toán trên thiết bị di động (như QR Code, mã hóa thông tin thẻ, thanh toán di động, thanh toán phi tiếp xúc, ví điện tử và các loại hình thanh toán tương tự khác) trong các giao dịch thương mại điện tử; phát triển giải pháp thanh toán đảm bảo (ESCROW) trong các giao dịch thương mại điện tử;

- Tiếp tục hoàn thiện các giải pháp chia sẻ hạ tầng giữa các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thương mại điện tử và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ phân phối bán lẻ, các giải pháp liên kết, chia sẻ thông minh giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, doanh nghiệp với người tiêu dùng và doanh nghiệp với chính phủ trên đa nền tảng và dữ liệu lớn;

- Xây dựng và phát triển hạ tầng số và các giải pháp hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu trực tuyến, thúc đẩy doanh nghiệp sản xuất trong nước ứng dụng thương mại điện tử để đưa hàng hoá Door to Door đến tận tay khách hàng trên thế giới;

- Xây dựng hoàn thiện ứng dụng công nghệ hộ chiếu sản phẩm số vào quản lý và định danh sản phẩm trên môi trường trực tuyến giúp tăng tính bền vững minh bạch nguồn gốc xuất xứ sản phẩm của doanh nghiệp;

- Khuyến khích doanh nghiệp tự xây dựng các quy trình khép kín từ giai đoạn mua bán nguyên vật liệu cho việc sản xuất đến cung cấp sản phẩm, dịch vụ đến tay người tiêu dùng cuối cùng, ưu tiên áp dụng tối đa bộ tiêu chí quốc gia về thương mại điện tử bền vững;

- Xây dựng nền tảng kết nối, chia sẻ việc mua bán nguyên vật liệu thứ cấp có thể tái chế, là đầu vào của sản xuất, nhằm cải thiện tính minh bạch của thị trường mua bán nguyên vật liệu thứ cấp, tiêu chuẩn hóa nguyên vật liệu thứ cấp có thể tái chế, đáp ứng mục tiêu kinh tế xanh, tuần hoàn.

4. Liên kết vùng trong phát triển thương mại điện tử

a) Vùng Trung du và miền núi phía Bắc: Ưu tiên tận dụng thế mạnh về nông lâm nghiệp và du lịch. Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp thương mại điện tử trong lĩnh vực nông nghiệp và du lịch, đặc biệt là những sản phẩm có đặc điểm độc đáo và phong cách vùng miền như hàng thủ công mỹ nghệ; xây dựng các trải nghiệm mua sắm trực tuyến độc đáo liên quan đến đặc trưng văn hóa, nghệ thuật và lịch sử của vùng; tận dụng lợi thế sản phẩm nông lâm sản đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu nhằm đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm chủ lực thông qua thương mại điện tử xuyên biên giới; tăng cường xúc tiến thương mại trên các nền tảng số giúp doanh nghiệp địa phương khai thác tốt các thông tin về cửa khẩu, hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa, đẩy mạnh hiện đại hóa dịch vụ logistics nhằm giảm chi phí cho các doanh nghiệp, thương nhân tham gia hoạt động xuất nhập khẩu.

b) Vùng Đồng bằng Sông Hồng: Tập trung ưu tiên thu hút các doanh nghiệp công nghệ và nguồn nhân lực số có chất lượng; xây dựng các giải pháp hợp tác giữa doanh nghiệp thương mại điện tử với các cơ sở đào tạo giáo dục và nghề nghiệp để truyền tải kiến thức cập nhật phản ánh nhu cầu của thị trường nguồn nhân lực số; xây dựng các trung tâm đổi mới sáng tạo, đi đầu trong phát triển công nghệ số, thúc đẩy sự phát triển thương mại điện tử; tạo chuỗi cung ứng thông minh, kết nối các doanh nghiệp với nhau và với các tỉnh, thành phố lân cận để tối ưu hóa quy trình vận chuyển và giao hàng; tham gia các đề án và dự án hợp tác đa phương trong nước và quốc tế, mở rộng mạng lưới liên kết và tạo cơ hội mới cho thương mại điện tử.

c) Vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung: Tận dụng lợi thế du lịch để phát triển thương mại điện tử, bao gồm việc quảng bá và bán các sản phẩm du lịch trực tuyến. Ưu tiên hỗ trợ doanh nghiệp liên quan đến du lịch và giải trí, phát triển thương mại điện tử nhằm tăng cường trải nghiệm khách hàng; xây dựng hệ thống kết nối chuỗi cung ứng thông minh, kết nối các doanh nghiệp từ khâu sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm, tận dụng nguồn nguyên liệu và sản phẩm chất lượng từ mỗi tỉnh; xây dựng các giải pháp khuyến khích doanh nghiệp thương mại điện tử hướng đến thương mại điện tử bền vững, tạo ra những giá trị cộng đồng và đặc trưng văn hóa của từng tỉnh; tổ chức các chương trình khuyến khích người dân trong vùng tham gia hoạt động thương mại điện tử.

d) Vùng Tây Nguyên: Tập trung xây dựng và phát triển các nền tảng số trong lĩnh vực thương mại điện tử, đặc biệt tập trung vào nông sản và sản phẩm đặc sản của vùng Tây Nguyên; khuyến khích doanh nghiệp tận dụng thương mại điện tử để quảng bá và bán các sản phẩm nông sản và đặc sản trực tuyến; tạo cơ sở hạ tầng và hệ sinh thái thương mại điện tử để kết nối doanh nghiệp vùng với thị trường quốc nội và quốc tế; xây dựng các giải pháp tạo điều kiện thuận lợi cho

sự sáng tạo và khởi nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử; hỗ trợ các dự án khởi nghiệp và doanh nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại điện tử;

d) Vùng Đông Nam Bộ: Tập trung phát triển các dự án, chương trình hỗ trợ doanh nghiệp thương mại điện tử trong khu vực; phát triển các giải pháp hỗ trợ hoạt động xuất khẩu trực tuyến và tăng cường kết nối với các thị trường quốc tế. Tổ chức các sự kiện quảng bá và tiếp thị trực tuyến để tạo cơ hội xuất khẩu cho doanh nghiệp vùng; phát triển các khu công nghiệp thông minh và khu đô thị kỹ thuật số để thu hút đầu tư và phát triển doanh nghiệp thương mại điện tử.

e) Vùng Đồng bằng Sông Cửu Long: Xây dựng các giải pháp thương mại điện tử cho nông nghiệp trực tuyến, tận dụng thế mạnh về sản xuất nông sản, đặc biệt là các loại trái cây, ứng dụng thương mại điện tử để kết nối nông dân với người tiêu dùng; phát triển các giải pháp thương mại điện tử chuyên về nông sản, giúp nâng cao giá trị thương mại và tiếp cận thị trường quốc tế; xây dựng và phát triển hệ thống chuỗi cung ứng thông minh từ nguồn gốc sản phẩm đến người tiêu dùng, kết nối doanh nghiệp vùng và doanh nghiệp logistics thông qua thương mại điện tử để tối ưu hóa quá trình vận chuyển và lưu kho với các sản phẩm đặc sản của vùng; khuyến khích doanh nghiệp du lịch sử dụng thương mại điện tử để quảng bá và bán các sản phẩm và dịch vụ trực tuyến; phát triển các nền tảng du lịch trực tuyến để kết nối khách du lịch với các dịch vụ và trải nghiệm đặc trưng của vùng.

g) Kết nối giữa các sàn thương mại điện tử của các địa phương nhằm phát triển việc quảng bá và mua bán các sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, hàng hóa chủ lực, sản phẩm đặc trưng của các địa phương;

h) Xây dựng các giải pháp số nhằm tổng hợp, phân tích dữ liệu liên kết vùng nhằm đánh giá hiệu quả cũng như tối ưu các hoạt động liên kết vùng ứng dụng thương mại điện tử;

i) Đẩy mạnh nghiên cứu và phát triển mô hình O2O (Online to Offline), bán hàng đa kênh (OmniChannel) trong các hoạt động liên kết vùng giúp doanh nghiệp phân phối hàng hoá hiệu quả.

5. Nâng cao năng lực ứng dụng thương mại điện tử

a) Tổ chức các chương trình đào tạo để nâng cao năng lực, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ đội ngũ quản lý nhà nước về thương mại điện tử; nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động thương mại điện tử, đấu tranh, phòng chống các hành vi gian lận thương mại, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và cạnh tranh không lành mạnh trong thương mại điện tử từ trung ương đến địa phương;

b) Tăng cường công tác tuyên truyền, hỗ trợ tổ chức, cá nhân kinh doanh thương mại điện tử trong nước và xuyên biên giới thực hiện đăng ký thuế, kê khai, nộp thuế theo quy định;

c) Tăng cường hướng dẫn, tập huấn, đào tạo, hỗ trợ doanh nghiệp, người dân tiếp cận tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử lớn; đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử xuyên biên giới hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu chủ lực, mở rộng tiêu thụ cho hàng hoá nội địa và thúc đẩy phát triển thương mại điện tử tại các địa phương;

d) Cung cấp các chương trình đào tạo và hỗ trợ mọi thành phần kinh tế, các doanh nghiệp, đặc biệt các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, hộ gia đình và các tổ chức hoạt động sản xuất, kinh doanh tham gia các lớp đào tạo, tập huấn về cách sử dụng và tận dụng các công nghệ số để nâng cao hiệu suất kinh doanh và khả năng tham gia trong thương mại điện tử;

đ) Tạo ra các cơ hội thực tập và làm việc thực tế để người lao động, sinh viên có thể áp dụng những kiến thức đã học vào thực tế, đồng thời tạo nền tảng cho sự hợp tác giữa giáo dục và doanh nghiệp trong việc đào tạo nguồn nhân lực số có kỹ năng cao;

e) Triển khai các chương trình đào tạo, nâng cao nghiệp vụ, kỹ năng về thương mại điện tử cho đội ngũ nhà giáo, cán bộ quản lý của các cơ sở giáo dục đại học, các viện nghiên cứu, các cơ sở giáo dục nghề nghiệp;

g) Xây dựng các chương trình giáo dục và đào tạo để nâng cao kỹ năng số và kiến thức về phát triển thương mại điện tử bền vững cho người lao động, cho sinh viên, học viên tại cơ sở giáo dục đại học, các viện nghiên cứu, cơ sở giáo dục nghề nghiệp trên toàn quốc;

h) Phát triển các chương trình học trực tuyến, các chương trình đào tạo từ xa tăng cường kỹ năng số và hiểu biết về thương mại điện tử bền vững, đặc biệt là đối với những người lao động ở các khu vực hẻo lánh hoặc có khả năng tiếp cận giáo dục hạn chế; ưu tiên các chương trình hỗ trợ phụ nữ nói chung và doanh nhân nữ nói riêng tham gia vào lĩnh vực thương mại điện tử bằng cách cung cấp nguồn lực, các chương trình đào tạo, tập huấn tăng cường kỹ năng số và hiểu biết về công nghệ cho phụ nữ;

i) Hỗ trợ doanh nghiệp có chính sách riêng về đào tạo nâng cao kỹ năng số và kiến thức về thương mại điện tử cho người lao động, tạo điều kiện thuận lợi người lao động có thể thích ứng với thay đổi trong môi trường thương mại điện tử xanh và bền vững;

k) Tổ các sự kiện thương mại điện tử thường niên mang tính kích cầu cho thị trường trong nước và mở rộng hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới, tạo môi trường cho các tổ chức, doanh nghiệp trình diễn những công nghệ mới nhất và các mô hình thương mại điện tử tiên tiến để người tiêu dùng trải nghiệm, xây dựng thói quen, kỹ năng thương mại điện tử mới;

l) Hàng năm tổ chức các hoạt động, các sự kiện tôn vinh các thương nhân, tổ chức, cá nhân có đóng góp cho phát triển thương mại điện tử; tổ chức các diễn đàn thúc đẩy thương mại điện tử quốc gia, phát triển kinh tế số ngành, lĩnh vực, các diễn đàn thương mại điện tử có tính liên kết vùng cao, tạo môi trường kết nối doanh nghiệp thương mại điện tử với người tiêu dùng trong vùng, tối ưu hóa tài nguyên và phát triển kinh tế bền vững theo vùng;

m) Xây dựng các chương trình, các ứng dụng và giải pháp nâng cao hiệu quả công tác truyền thông, nâng cao nhận thức của người dân, doanh nghiệp cả nước kiến thức chính sách, pháp luật về thương mại điện tử;

n) Đa dạng hóa các phương thức truyền thông, quảng bá để mở rộng đối tượng khách hàng tham gia các hoạt động giao thương. Tăng cường phát triển chuỗi cửa hàng sản phẩm OCOP và sản phẩm chủ lực của địa phương trên các kênh thương mại điện tử, đặc biệt các kênh thương mại điện tử du lịch trực tuyến;

o) Thực hiện các chương trình, sự kiện phổ biến tuyên truyền tăng cường nhận thức cho người tiêu dùng về quyền lợi và trách nhiệm khi tham gia thương mại điện tử;

p) Thường xuyên đăng tải tin bài, khuyến cáo, cảnh báo các doanh nghiệp, người tiêu dùng về các sản phẩm, hàng hoá giả, hàng nhái, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, các hành vi vi phạm pháp luật trong thương mại điện tử;

q) Tổ chức các sự kiện và hội thảo thường niên để chia sẻ kinh nghiệm và kiến thức trong lĩnh vực thương mại điện tử bền vững, tạo cơ hội cho người lao động cập nhật và mở rộng kiến thức;

r) Tổ chức các chương trình, sự kiện truyền thông nâng cao nhận thức người tiêu dùng trong thương mại điện tử hiểu về lợi ích của việc sử dụng đóng gói thân thiện với môi trường, tạo động lực để doanh nghiệp thực hiện các biện pháp bảo vệ môi trường;

s) Tăng cường hợp tác với các tổ chức quốc tế và doanh nghiệp trong ngành đóng gói thân thiện với môi trường để chia sẻ kinh nghiệm, công nghệ và giải pháp, tăng cường khả năng thích ứng của Việt Nam trong việc áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế phát triển thương mại điện tử bền vững.

6. Hợp tác quốc tế

a) Tăng cường hợp tác với các đối tác quốc tế để chia sẻ kinh nghiệm và học hỏi về các chiến lược và giải pháp thương mại điện tử, thương mại số;

b) Tham gia vào các diễn đàn và tổ chức quốc tế để tạo ra cơ hội hợp tác mới;

c) Tăng cường hợp tác, tận dụng các Hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam là thành viên để xúc tiến, thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới; chủ động xây dựng đề án đàm phán và triển khai đàm phán Hiệp định, Bản ghi nhớ hợp tác về Thương mại số với một số đối tác chính trong khu vực và trên thế giới;

d) Chủ động xây dựng quan hệ đối tác số và hợp tác song phương, đa phương, khu vực, tiểu vùng trong lĩnh vực số nhằm đẩy mạnh hợp tác về thương mại điện tử, thương mại số;

đ) Nghiên cứu, tham gia các sáng kiến, chương trình về thương mại điện tử, thương mại số, kinh tế số với các khu vực, quốc gia, vùng lãnh thổ có lợi thế cạnh tranh mang tính bổ trợ với Việt Nam, đồng thời đảm bảo phù hợp với năng lực, chính sách, định hướng phát triển trong nước;

e) Tăng cường quảng bá, mở rộng thị trường và kêu gọi sự tham gia của doanh nghiệp trên môi trường mạng thông qua các phương tiện điện tử và nền tảng số hướng đến việc thúc đẩy kết nối, đa dạng hóa chuỗi cung ứng cho Việt Nam thông qua hoạt động hợp tác quốc tế;

g) Tăng cường nghiên cứu, trao đổi và chia sẻ các chuẩn mực, nhãn tín nhiệm, tiêu chuẩn khu vực, quốc tế trong lĩnh vực thương mại điện tử, thương mại số nhằm nâng cao năng lực trong nước, tiến tới tham gia vào việc hình thành các chuẩn mực, tiêu chuẩn khu vực, quốc tế về thương mại điện tử và thương mại số theo hướng có lợi cho Việt Nam;

h) Nghiên cứu, tổng hợp các vấn đề mới trong lĩnh vực thương mại điện tử, thương mại số phục vụ công tác quản lý nhà nước; xuất bản tài liệu hướng dẫn, tài liệu tham khảo kinh nghiệm quản lý nhà nước về thương mại điện tử, thương mại số;

i) Thực thi hiệu quả các cam kết về thương mại điện tử, thương mại số, kinh tế số trong các Hiệp định thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam đã tham gia nhằm thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới, thương mại số và kinh tế số ngành Công Thương;

k) Tham gia, tổ chức các đoàn tập huấn, khảo sát, nghiên cứu thị trường, học tập kinh nghiệm quốc tế về phát triển thương mại điện tử, thương mại số; Tổ chức các đoàn xúc tiến thương mại điện tử xuyên biên giới tại nước ngoài;

l) Nâng cao lòng tin của người tiêu dùng tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới thông qua việc nghiên cứu, xây dựng, phát triển, tham gia các cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến liên quốc gia;

m) Hợp tác trong lĩnh vực nghiên cứu và phát triển công nghệ mới về thương mại điện tử, thương mại số nhằm cung cấp các giải pháp hỗ trợ và hướng dẫn doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị trường quốc tế, nâng cao năng lực xuất khẩu;

n) Nghiên cứu, xây dựng, xuất bản, cập nhật các tài liệu hướng dẫn, tài liệu tham khảo kinh nghiệm quản lý nhà nước về thương mại điện tử, thương mại số, kinh tế số của các quốc gia phát triển, tổ chức quốc tế;

o) Tăng cường hợp tác quốc tế trong công tác chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và bảo vệ người tiêu dùng trong hoạt động TMĐT.

IV. Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030

1. Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia gồm tổng hợp các Đề án được phê duyệt hàng năm nhằm đáp ứng các mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp trọng tâm trong Kế hoạch tổng phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026-2030 do các đơn vị chủ trì tổ chức thực hiện theo quy định tại Phụ lục 2 ban hành kèm theo Quyết định này.

2. Các nội dung của Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030 được quy định tại Phụ lục 2 ban hành kèm theo Quyết định này.

3. Kinh phí thực hiện Chương trình bao gồm: ngân sách trung ương cấp cho Chương trình hàng năm theo kế hoạch từ nguồn vốn sự nghiệp, ngân sách địa phương, vốn đầu tư công và các nguồn vốn hợp pháp khác theo quy định; sử dụng kinh phí ngân sách nhà nước thực hiện ký hợp đồng với các đơn vị chủ trì theo các quy định của pháp luật.

Điều 2. Tổ chức thực hiện

1. Bộ Công Thương

a) Chủ trì, phối hợp các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương tổ chức triển khai thực hiện Quyết định này, hàng năm tổng hợp tình hình triển khai và thực hiện tổng kết tình hình thực hiện theo giai đoạn vào năm kết thúc Kế hoạch tổng thể;

b) Tổng hợp, phê duyệt, thực hiện và theo dõi việc tổ chức thực hiện các Đề án thuộc Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia; chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương quản lý, hướng dẫn, kiểm tra, giám sát việc thực hiện Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia.

c) Ưu tiên triển khai tổ chức thực hiện các đề án thuộc Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia theo Quy chế quản lý và thực hiện Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 – 2030 để đảm bảo phù hợp với thực tiễn phát triển thương mại điện tử tại Phụ lục 2 ban hành kèm theo Quyết định này.

2. Bộ Tài chính

a) Bố trí kinh phí hàng năm để thực hiện các nội dung hoạt động của Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia theo quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước và đầu tư công;

b) Phối hợp với Bộ Công Thương hướng dẫn, kiểm tra, giám sát việc thực hiện Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia.

3. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ

a) Xây dựng và tổ chức thẩm định, phê duyệt, bố trí ngân sách theo phân cấp hiện hành để triển khai các hoạt động thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử theo tiến độ tại Phụ lục 1 ban hành kèm theo Quyết định này;

b) Kiểm tra, đánh giá và báo cáo định kỳ hàng năm và đột xuất tình hình thực hiện Kế hoạch tổng thể này theo hướng dẫn và yêu cầu của Bộ Công Thương để tổng hợp báo cáo Thủ tướng Chính phủ.

4. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương

a) Căn cứ vào tình hình ứng dụng thương mại điện tử thực tế tại địa phương, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương xây dựng Kế hoạch phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2026 - 2030 của địa phương, phê duyệt và bố trí ngân sách để triển khai thực hiện;

b) Xây dựng và tổ chức thẩm định, phê duyệt, bố trí ngân sách theo phân cấp hiện hành để triển khai các hoạt động phát triển thương mại điện tử tại địa phương;

c) Định kỳ hàng năm báo cáo Bộ Công Thương về tình hình thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử tại địa phương.

5. Cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử các địa phương, Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam và các hiệp hội ngành hàng

a) Xây dựng, tổ chức thực hiện, báo cáo kết quả triển khai các Đề án phát triển thương mại điện tử hàng năm theo các nội dung Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia quy định tại Phụ lục 2 ban hành kèm theo Quyết định này;

b) Phối hợp với Bộ Công Thương phổ biến, hướng dẫn, chỉ đạo và kiểm tra giám sát các đối tượng thụ hưởng thực hiện Chương trình.

Điều 3. Hiệu lực thi hành

Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

Điều 4. Chịu trách nhiệm thi hành

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. /.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan trung ương của các đoàn thể;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTg, TGĐ Cổng TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc;
- Lưu: VT, T/MĐT.

BỘ TRƯỞNG



Nguyễn Hồng Diên



PHỤ LỤC 1
CÁC HOẠT ĐỘNG THỰC HIỆN KẾ HOẠCH TỔNG THỂ
PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIAI ĐOẠN 2026 – 2030
(Ban hành kèm theo Quyết định số 1568/QĐ-BCT ngày 03 tháng 6 năm 2025 của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

TT	Nhiệm vụ, giải pháp	Chủ trì	Thời gian
I	Xây dựng và hoàn thiện thể chế		
1	Hoàn thiện chính sách, pháp luật về quản lý hoạt động thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
2	Nghiên cứu, hoàn thiện phân cấp quản lý nhà nước về hoạt động cung cấp dịch vụ thương mại điện tử của các tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài; phân cấp trong quản lý hoạt động thương mại điện tử tại các địa phương	Bộ Công Thương	2026 - 2030
3	Hoàn thiện chính sách, pháp luật về quản lý thuế liên quan đến thương mại điện tử, các giải pháp chống thất thu thuế đối với các giao dịch trong thương mại điện tử	Bộ Tài chính	2026 - 2030
4	Hoàn thiện chính sách, pháp luật về chống hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trong thương mại điện tử; hoàn thiện cơ chế phối hợp liên ngành và phản ứng nhanh; tăng cường chế tài xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực TMĐT	Bộ Công Thương	2026 - 2030
5	Hoàn thiện chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong môi trường thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
6	Hoàn thiện chính sách, pháp luật về quản lý hải quan đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu được giao dịch qua thương mại điện tử	Bộ Tài chính	2026 - 2030
7	Nghiên cứu, xây dựng chính sách về phát triển thương mại số	Bộ Công Thương	2026 - 2030

8	Hoàn thiện chính sách tăng cường năng lực thống kê về thương mại điện tử ở cấp quốc gia, địa phương và theo ngành hàng	Bộ Công Thương	2026 - 2030
9	Xây dựng các cơ chế, chính sách ưu tiên tiêu thụ sản phẩm chủ lực của địa phương, vùng miền và khu vực trên nền tảng số về thương mại điện tử; tiếp tục xây dựng và hoàn thiện các chính sách nhằm tăng giao dịch các sản phẩm, dịch vụ có thương hiệu uy tín và có hàm lượng nội địa hóa cao trên các nền tảng số về thương mại điện tử	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030
10	Xây dựng chính sách thúc đẩy hỗ trợ xây dựng, phát triển các sàn thương mại điện tử trong nước	Bộ Công Thương, Bộ Tài chính	2026 - 2030
11	Nghiên cứu, xây dựng chính sách thúc đẩy triển khai các giải pháp về buro chính, vận chuyển hỗ trợ thương mại điện tử	Bộ Khoa học và Công nghệ	2026 - 2030
12	Xây dựng các chính sách khuyến khích người dân, doanh nghiệp và các tổ chức liên quan sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt trong hoạt động thương mại điện tử	Ngân hàng Nhà nước	2026 - 2030
13	Nghiên cứu, xây dựng, cập nhật các chính sách để tạo điều kiện mọi thành phần kinh tế và các cơ sở sản xuất kinh doanh tham gia các hoạt động, sự kiện ứng dụng thương mại điện tử	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030
14	Xây dựng chính sách để phát triển hệ sinh thái số, hạ tầng số hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu trực tuyến	Bộ Công Thương	2026 - 2030
15	Hỗ trợ triển khai các sáng kiến đổi mới trong phát triển thương mại điện tử xanh	Bộ Khoa học và Công nghệ	2026 - 2030

16	Xây dựng và ban hành bộ tiêu chí quốc gia đánh giá thương mại điện tử bền vững	Bộ Công Thương	2026 - 2030
17	Xây dựng các chính sách đặc thù ưu đãi thuế, chính sách hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ đầu tư và phát triển thương mại điện tử có tính bền vững tại Việt Nam	Bộ Tài chính	2026 - 2030
18	Xây dựng chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ và khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại điện tử	Bộ Tài chính	2026 - 2030
19	Xây dựng các chính sách giúp doanh nghiệp tự xây dựng và thực hiện các giải pháp thương mại điện tử bền vững	Bộ Công Thương	2026 - 2030
20	Xây dựng chính sách, quy hoạch phát triển kho và trung tâm phân phối hàng hoá thông minh trong thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
21	Xây dựng chính sách khuyến khích doanh nghiệp, người bán hàng trong thương mại điện tử sử dụng các nguyên liệu thân thiện với môi trường	Bộ Công Thương	2026 - 2030
22	Xây dựng bộ tiêu chuẩn hướng dẫn doanh nghiệp đóng gói hàng hóa trong thương mại điện tử theo hướng bảo vệ môi trường	Bộ Khoa học và Công nghệ	2026 - 2030
23	Xây dựng kế hoạch phát triển thương mại điện tử của địa phương gắn với thúc đẩy liên kết vùng	UBND các tỉnh, thành phố	2026
24	Xây dựng khung khổ chính sách tổng thể nhằm quản lý và phát triển thương mại số	Bộ Công Thương	2026 - 2030

25	Đo lường, thống kê dữ liệu, giao dịch thương mại số	Bộ Công Thương	2026 - 2030
II	Hoàn thiện hạ tầng cho phát triển thương mại điện tử bền vững		
1	Ưu tiên đầu tư, hiện đại hóa vào hạ tầng kỹ thuật số	Bộ Khoa học và Công nghệ	2026-2030
2	Khuyến khích các doanh nghiệp công nghệ lớn trong nước chuyển giao các công nghệ mới có ưu thế đối với thương mại điện tử cho các doanh nghiệp thương mại điện tử vừa và nhỏ với chi phí hợp lý	Bộ Khoa học và Công nghệ	2026-2030
3	Tạo điều kiện để doanh nghiệp trong nước chủ động nghiên cứu làm chủ các công nghệ mới trong vận hành các website, nền tảng ứng dụng thương mại điện tử, hoạt động logistics phục vụ thương mại điện tử, ứng dụng các công nghệ số	Bộ Khoa học và Công nghệ	2026-2030
4	Phát triển thương mại điện tử kết hợp chặt chẽ với việc sử dụng và phát triển tên miền quốc gia “.vn”	Bộ Khoa học và Công nghệ	2026-2030
5	Xây dựng và vận hành các hệ thống hạ tầng thiết yếu cho thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
6	Đầu tư nhân lực, hạ tầng công nghệ hiện đại phát triển hạ tầng bưu chính, và hạ tầng logistics	Bộ Khoa học và Công nghệ	2026-2030
7	Tiếp tục hoàn thiện hạ tầng dịch vụ chuyển phát và vận giao hàng chặng cuối cho thương mại điện tử, ứng dụng các công nghệ mới trong hoạt động logistics	Bộ Xây dựng	2026 - 2030
8	Tiếp tục hoàn thiện, tăng cường kết nối, tích hợp hạ tầng thanh toán không dùng tiền mặt của tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán, trung	Ngân hàng Nhà nước	2026 - 2030

	gian thanh toán với hạ tầng của các đơn vị chấp nhận thanh toán		
9	Khuyến khích sự chuyển đổi từ thanh toán tiền mặt sang các loại hình thanh toán không dùng tiền mặt	Ngân hàng Nhà nước	2026 - 2030
III	Xây dựng các nền tảng, hệ thống cốt lõi cho TMĐT		
1	Nâng cấp Cổng thông tin quản lý hoạt động thương mại điện tử thành Nền tảng số quản lý hoạt động thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
2	Phát triển nền tảng tích hợp, chia sẻ cơ sở dữ liệu thương mại điện tử dùng chung giữa trung ương và địa phương	Bộ Công Thương	2026 - 2030
3	Xây dựng hệ thống định danh và xác thực điện tử trong lĩnh vực thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
4	Hoàn thiện hệ thống giải quyết phản ánh khiếu nại tranh chấp trực tuyến trong thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
5	Xây dựng nền tảng thống kê thương mại điện tử quốc gia	Bộ Công Thương	2026 - 2030
6	Xây dựng nền tảng dữ liệu thương mại điện tử mở Việt Nam	Bộ Công Thương	2026 - 2030
7	Phát triển trực chứng thực hợp đồng điện tử Việt Nam	Bộ Công Thương	2026 - 2030
8	Phát triển hệ thống giải pháp đánh giá tín nhiệm trong lĩnh vực thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
9	Xây dựng nền tảng đánh giá các doanh nghiệp thương mại điện tử đáp ứng bộ tiêu chí quốc gia về thương mại điện tử bền vững	Bộ Công Thương	2026 - 2030

10	Xây dựng nền tảng đánh giá doanh nghiệp đáp ứng bộ tiêu chí doanh nghiệp vì người tiêu dùng trong thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
11	Xây dựng các giải pháp đảm bảo giao dịch trong thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
12	Xây dựng và khuyến khích người dân, doanh nghiệp tiếp cận thông tin, chính sách, pháp luật về thương mại điện tử thông qua các nền tảng số	Bộ Công Thương, Bộ Khoa học và Công nghệ	2026 - 2030
13	Tiếp tục duy trì và phát triển “Hệ thống quản lý thông tin xác thực nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa quốc gia” và “Hệ thống giám sát, thu thập dữ liệu về giao dịch TMĐT trên các nền tảng mạng xã hội”	Bộ Công Thương	2026 - 2030
14	Triển khai các giải pháp phát triển thương mại điện tử cho cộng đồng doanh nghiệp, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm của địa phương thông qua phương thức giao dịch trực tuyến trên các nền tảng số về thương mại điện tử	Bộ Công Thương, Bộ Khoa học và Công nghệ	2026 - 2030
15	Xây dựng và duy trì vận hành hiệu quả các gian hàng quốc gia trên các sàn giao dịch thương mại điện tử lớn của Việt Nam và thế giới	Bộ Công Thương	2026 - 2030
16	Triển khai các giải pháp ứng dụng thương mại điện tử, chuyển đổi số tại các chợ truyền thống	Bộ Công Thương	2026 - 2030
17	Tăng cường ứng dụng trí tuệ nhân tạo, công nghệ máy học, thực tế tăng cường và tìm kiếm bằng giọng nói trên các nền tảng số về thương mại điện tử	Bộ Khoa học và công nghệ	2026 - 2030
18	Tăng cường ứng dụng nền tảng quản lý hệ thống logistic theo thời gian thực áp dụng công nghệ kết nối vạn	Bộ Xây dựng	2026 - 2030

	vận (Internet of things) và trí tuệ nhân tạo (AI)		
19	Triển khai các giải pháp, mô hình mới nhằm thúc đẩy dịch vụ giao hàng nhanh, đặc biệt giao hàng trong ngày	Bộ Xây dựng	2026 - 2030
20	Khuyến khích chuyển đổi năng lượng sạch trong vận chuyển hàng hoá thương mại điện tử	Bộ Xây dựng	2026 - 2030
21	Khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng bộ tiêu chí doanh nghiệp vì người tiêu dùng trong thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
22	Phát triển các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt, các tiện ích thanh toán điện tử hỗ trợ thương mại điện tử phát triển	Ngân hàng Nhà nước	2026 - 2030
23	Phát triển giải pháp thanh toán đảm bảo (ESCROW) trong các giao dịch thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030
24	Tiếp tục hoàn thiện các giải pháp chia sẻ hạ tầng giữa các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thương mại điện tử và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ phân phối bán lẻ, các giải pháp liên kết, chia sẻ thông minh giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, doanh nghiệp với người tiêu dùng và doanh nghiệp với chính phủ trên đa nền tảng và dữ liệu lớn	Bộ Công Thương	2026 - 2030
25	Xây dựng và phát triển hạ tầng số và các giải pháp hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu trực tuyến	Bộ Công Thương	2026 - 2030
26	Xây dựng hoàn thiện ứng dụng công nghệ hộ chiếu sản phẩm số vào quản lý và định danh sản phẩm trên môi trường trực tuyến	Bộ Công Thương	2026 - 2030
27	Khuyến khích doanh nghiệp tự xây dựng các quy trình khép kín từ giai	Bộ Xây dựng	2026 - 2030

	đoạn mua bán nguyên vật liệu cho việc sản xuất đến cung cấp sản phẩm, dịch vụ đến tay người tiêu dùng cuối cùng		
28	Xây dựng nền tảng kết nối, chia sẻ việc mua bán nguyên vật liệu thứ cấp có thể tái chế, là đầu vào của sản xuất	Bộ, ngành, địa phương	2026 - 2030
IV	Liên kết vùng trong phát triển thương mại điện tử		
1	Vùng Trung du và miền núi phía Bắc: Triển khai các giải pháp phát triển thương mại điện tử vùng Trung du và miền núi phía Bắc	Các UBND tỉnh, thành phố vùng Trung du và miền núi phía Bắc, Bộ Công Thương	2026 - 2030
2	Vùng Đồng bằng Sông Hồng: Triển khai các giải pháp phát triển thương mại điện tử vùng Đồng bằng Sông Hồng	Các UBND tỉnh, thành phố vùng Đồng bằng Sông Hồng, Bộ Công Thương	2026 - 2030
3	Vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung: Triển khai các giải pháp phát triển thương mại điện tử vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung	Các UBND tỉnh, thành phố vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung, Bộ Công Thương	2026 - 2030
4	Vùng Tây Nguyên: Triển khai các giải pháp phát triển thương mại điện tử vùng Tây Nguyên	Các UBND tỉnh, thành phố vùng Tây Nguyên, Bộ Công Thương	2026 - 2030
5	Vùng Đông Nam Bộ: Triển khai các giải pháp phát triển thương mại điện tử vùng Đông Nam Bộ	Các UBND tỉnh, thành phố vùng Đông Nam Bộ, Bộ Công Thương	2026 - 2030
6	Vùng Đồng bằng Sông Cửu Long: Triển khai các giải pháp phát triển thương mại điện tử đồng bằng sông Cửu Long	Các UBND tỉnh, thành phố Vùng Đồng bằng Sông Cửu Long, Bộ	2026 - 2030

		Công Thương	
7	Kết nối giữa các sàn thương mại điện tử của các địa phương	Bộ Công Thương, các UBND tỉnh, thành phố	2026 - 2030
8	Xây dựng các giải pháp số nhằm tổng hợp, phân tích dữ liệu liên kết vùng	Bộ Công Thương	2026 - 2030
9	Đẩy mạnh nghiên cứu và phát triển mô hình O2O (Online to Offline), bán hàng đa kênh (OmniChannel) trong các hoạt động liên kết vùng	Bộ Công Thương	2026 - 2030
V	Tuyên truyền, đào tạo, phát triển nguồn nhân lực		
1	Tổ chức các chương trình đào tạo để nâng cao năng lực, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ đội ngũ quản lý nhà nước về thương mại điện tử	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030
2	Tăng cường công tác tuyên truyền, hỗ trợ tổ chức, cá nhân kinh doanh thương mại điện tử trong nước và xuyên biên giới thực hiện đăng ký thuế, kê khai, nộp thuế theo quy định	Bộ Tài chính	2026 - 2030
3	Tăng cường hướng dẫn, tập huấn, đào tạo, hỗ trợ doanh nghiệp thuộc các ngành hàng, người dân tiếp cận tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử lớn; đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử xuyên biên giới hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu chủ lực	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố, Hiệp hội các ngành hàng	2026 - 2030
4	Cung cấp các chương trình đào tạo và hỗ trợ mọi thành phần kinh tế, các doanh nghiệp tham gia các lớp đào tạo, tập huấn về cách sử dụng và tận dụng các công nghệ số để nâng cao hiệu suất kinh doanh và khả năng tham gia trong thương mại điện tử	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030
5	Tạo ra các cơ hội thực tập và làm việc thực tế để người lao động, sinh viên	Bộ Công Thương, Bộ Giáo dục và	2026 - 2030

	có thể áp dụng những kiến thức đã học vào thực tế, đồng thời tạo nền tảng cho sự hợp tác giữa giáo dục và doanh nghiệp trong việc đào tạo nguồn nhân lực số có kỹ năng cao	Đào tạo	
6	Triển khai các chương trình đào tạo, nâng cao nghiệp vụ, kỹ năng về thương mại điện tử cho đội ngũ nhà giáo, cán bộ quản lý của các cơ sở giáo dục đại học, các viện nghiên cứu, các cơ sở giáo dục nghề nghiệp	Bộ Công Thương, Bộ Giáo dục và Đào tạo	2026 - 2030
7	Xây dựng các chương trình giáo dục và đào tạo để nâng cao kỹ năng số và kiến thức về phát triển thương mại điện tử bền vững cho người lao động, cho sinh viên, học viên tại cơ sở giáo dục đại học, các viện nghiên cứu, cơ sở giáo dục nghề nghiệp trên toàn quốc	Bộ Giáo dục và Đào tạo	2026 - 2030
8	Phát triển các chương trình học trực tuyến, các chương trình đào tạo từ xa tăng cường kỹ năng số và hiểu biết về thương mại điện tử bền vững	Bộ Công Thương, Bộ Giáo dục và Đào tạo	2026 - 2030
9	Hỗ trợ doanh nghiệp có chính sách riêng về đào tạo nâng cao kỹ năng số và kiến thức về thương mại điện tử cho người lao động	Bộ Công Thương, Bộ Nội vụ	2026 - 2030
10	Tổ chức các sự kiện thương mại điện tử mang tính kích cầu cho thị trường trong nước, gia tăng trải nghiệm, ứng dụng cho người dân và mở rộng hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới	Bộ Công Thương	2026 - 2030
11	Tổ chức các hoạt động, các sự kiện tôn vinh các thương nhân, tổ chức, cá nhân có đóng góp cho phát triển thương mại điện tử; tổ chức các diễn đàn thúc đẩy thương mại điện tử quốc gia, phát triển kinh tế số ngành, lĩnh vực, các diễn đàn thương mại điện tử	Bộ Công Thương	2026 - 2030

	có tính liên kết vùng cao		
12	Xây dựng các chương trình, các ứng dụng và giải pháp nâng cao hiệu quả công tác truyền thông, nâng cao nhận thức của người dân, doanh nghiệp cả nước kiến thức chính sách, pháp luật về thương mại điện tử	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030
13	Đa dạng hóa các phương thức truyền thông, quảng bá để mở rộng đối tượng khách hàng tham gia các hoạt động giao thương	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030
14	Thực hiện các chương trình, sự kiện phổ biến tuyên truyền tăng cường nhận thức cho người tiêu dùng về quyền lợi và trách nhiệm khi tham gia thương mại điện tử	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030
15	Thường xuyên đăng tải tin bài, khuyến cáo, cảnh báo các doanh nghiệp, người tiêu dùng về các sản phẩm, hàng hoá giả, hàng nhái, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, các hành vi vi phạm pháp luật trong thương mại điện tử	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030
16	Tổ chức các sự kiện và hội thảo thường niên để chia sẻ kinh nghiệm và kiến thức trong lĩnh vực thương mại điện tử bền vững, tạo cơ hội cho người lao động cập nhật và mở rộng kiến thức	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030
17	Tổ chức các chương trình, sự kiện truyền thông nâng cao nhận thức người tiêu dùng trong thương mại điện tử hiểu về lợi ích của việc sử dụng đóng gói thân thiện với môi trường	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030
18	Tăng cường hợp tác với các tổ chức quốc tế và doanh nghiệp trong ngành đóng gói thân thiện với môi trường	Bộ Công Thương, UBND các tỉnh, thành phố	2026 - 2030

VI	Hợp tác quốc tế		
1	Tăng cường hợp tác với các đối tác quốc tế để chia sẻ kinh nghiệm và học hỏi về các chiến lược và giải pháp thương mại điện tử, thương mại số	Bộ Công Thương	2026 - 2030
2	Tham gia vào các diễn đàn và tổ chức quốc tế để tạo ra cơ hội hợp tác mới	Bộ Công Thương	2026 - 2030
3	Tăng cường hợp tác, tận dụng các Hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam là thành viên để xúc tiến, thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới	Bộ Công Thương	2026 - 2030
4	Chủ động xây dựng quan hệ đối tác số và hợp tác song phương, đa phương, khu vực, tiểu vùng trong lĩnh vực số nhằm đẩy mạnh hợp tác về thương mại điện tử, thương mại số	Bộ Công Thương	2026 - 2030
5	Nghiên cứu, tham gia các sáng kiến, chương trình về thương mại điện tử, thương mại số, kinh tế số với các khu vực, quốc gia, vùng lãnh thổ có lợi thế cạnh tranh mang tính bổ trợ với Việt Nam	Bộ Công Thương	2026 - 2030
6	Tăng cường quảng bá, mở rộng thị trường và kêu gọi sự tham gia của doanh nghiệp trên môi trường mạng thông qua các phương tiện điện tử và nền tảng số hướng đến việc thúc đẩy kết nối, đa dạng hóa chuỗi cung ứng cho Việt Nam thông qua hoạt động hợp tác quốc tế	Bộ Công Thương	2026 - 2030
7	Tăng cường nghiên cứu, trao đổi và chia sẻ các chuẩn mực, nhãn tín nhiệm, tiêu chuẩn khu vực, quốc tế trong lĩnh vực thương mại điện tử, thương mại số	Bộ Công Thương	2026 - 2030
8	Nghiên cứu, tổng hợp các vấn đề mới	Bộ Công Thương	2026 - 2030

	trong lĩnh vực thương mại điện tử, thương mại số phục vụ công tác quản lý nhà nước		
9	Thực thi hiệu quả các cam kết về thương mại điện tử, thương mại số, kinh tế số trong các Hiệp định thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam đã tham gia	Bộ Công Thương	2026 - 2030
10	Tham gia, tổ chức các đoàn tập huấn, khảo sát, nghiên cứu thị trường, học tập kinh nghiệm quốc tế về phát triển thương mại điện tử, thương mại số	Bộ Công Thương	2026 - 2030
11	Nâng cao lòng tin của người tiêu dùng tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới thông qua việc nghiên cứu, xây dựng, phát triển, tham gia các cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến liên quốc gia	Bộ Công Thương	2026 - 2030
12	Hợp tác trong lĩnh vực nghiên cứu và phát triển công nghệ mới về thương mại điện tử, thương mại số	Bộ Công Thương	2026 - 2030
13	Nghiên cứu, xây dựng, xuất bản các tài liệu hướng dẫn, tài liệu tham khảo kinh nghiệm quản lý nhà nước về thương mại điện tử, thương mại số, kinh tế số của các quốc gia phát triển, tổ chức quốc tế	Bộ Công Thương	2026 - 2030
14	Tăng cường hợp tác quốc tế trong công tác chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và bảo vệ người tiêu dùng trong hoạt động TMĐT	Bộ Công Thương	2026 - 2030

PHỤ LỤC 2

CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA GIAI ĐOẠN 2026 – 2030

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 1568/QĐ-BCT ngày 03 tháng 06 năm 2025
của Bộ trưởng Bộ Công Thương)*

I. Quy định chung

1. Đối tượng tham gia

a) Đơn vị chủ trì thực hiện các Đề án thuộc Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 – 2030 (sau đây gọi là Chương trình) bao gồm:

- Các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử trung ương và địa phương;

- Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam và các hiệp hội ngành hàng.

b) Đối tượng thụ hưởng của Chương trình là các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế và cá nhân.

2. Tổ chức quản lý và thực hiện Chương trình

a) Bộ trưởng Bộ Công Thương quyết định thành lập Hội đồng thẩm định các đề án, dự án thuộc Chương trình (sau đây gọi tắt là Hội đồng) do một lãnh đạo Bộ Công Thương làm chủ tịch; thành phần bao gồm đại diện Bộ Công Thương và đại diện các Bộ, ngành liên quan. Hội đồng có nhiệm vụ thẩm định các đề án, dự án do các Đơn vị chủ trì xây dựng. Hội đồng có thể mời và tham khảo ý kiến chuyên gia trong quá trình thẩm định.

b) Giao Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số là đơn vị giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương quản lý và triển khai thực hiện Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia; đồng thời chịu trách nhiệm phân bổ các đề án và kinh phí được phê duyệt về các đơn vị chủ trì khác;

c) Đơn vị chủ trì chịu trách nhiệm triển khai thực hiện đề án theo đúng mục tiêu, nội dung, tiến độ, kinh phí đã được duyệt và đúng quy định; báo cáo Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số tình hình thực hiện đề án theo yêu cầu hoặc khi có khó khăn, vướng mắc.

3. Kinh phí thực hiện Chương trình

a) Bộ Công Thương lập, xây dựng, tổng hợp kế hoạch và dự toán kinh phí thực hiện Chương trình và tổng hợp vào dự toán ngân sách hàng năm của Bộ Công Thương, trình các cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt theo quy định của pháp luật;

b) Căn cứ thông báo hàng năm của Bộ Tài chính về dự toán chi ngân sách cho Chương trình, Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt các đề án thuộc Chương trình và kinh phí của từng đề án;

c) Căn cứ Quyết định phê duyệt các đề án thuộc Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia hàng năm của Bộ trưởng Bộ Công Thương, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số ký hợp đồng thực hiện đề án với các đơn vị chủ trì trước ngày 30 tháng 6 hàng năm;

d) Giao Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan xây dựng kế hoạch và thực hiện việc quản lý, hướng dẫn, kiểm tra giám sát, nghiệm thu, quyết toán các đề án thuộc Chương trình hàng năm và theo giai đoạn;

đ) Chậm nhất sau 15 ngày kể từ khi nghiệm thu đề án, đơn vị chủ trì đề án hoàn thành hồ sơ quyết toán theo Mẫu số 04a, 04b, 04c, 04d, 04e;

e) Kinh phí quản lý Chương trình bằng 1% tổng dự toán kinh phí thực hiện Chương trình do nguồn ngân sách trung ương cấp. Các nội dung chi cho công tác quản lý Chương trình thực hiện theo quy định của pháp luật;

g) Việc sử dụng kinh phí Chương trình phải tuân thủ các quy định về tiêu chuẩn, định mức, chế độ theo pháp luật hiện hành và trong phạm vi kinh phí của Đề án đã được phê duyệt theo quy định;

h) Kinh phí không sử dụng hết: Kinh phí không hoặc chưa thực hiện hết được áp dụng theo quy định của Luật Ngân sách Nhà nước, Luật Đầu tư công và các quy định hiện hành.

II. Nội dung Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026-2030

1. Xây dựng, phát triển kết cấu hạ tầng thương mại điện tử

Nhóm nội dung này tập trung vào việc thực hiện các đề án nhằm xây dựng, hoàn thiện, vận hành và duy trì các hạ tầng thiết yếu, hạ tầng hỗ trợ phát triển thương mại điện tử để khuyến khích, tạo điều kiện cho tất cả các đối tượng liên quan được tham gia ứng dụng thương mại điện tử, đáp ứng các mục tiêu đặt ra trong giai đoạn 2026-2030, trong đó ưu tiên xây dựng, vận hành, duy trì các hạ tầng sau đây:

- Hạ tầng số;
- Hạ tầng logistics;
- Hạ tầng thanh toán điện tử;
- Hạ tầng chứng thực hoặc trao đổi dữ liệu số.

2. Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án về tuyên truyền, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử một cách toàn diện dưới nhiều hình thức như kênh truyền thông, truyền hình, phát thanh; kênh truyền thông số; tổ chức hội nghị, hội thảo; xuất bản ấn phẩm và các hình thức tuyên truyền phù hợp khác.

3. Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án nhằm đào tạo, tập huấn cơ bản và chuyên sâu về kỹ năng số; nâng cao năng lực ứng dụng, triển khai thương mại điện tử cho mọi đối tượng bao gồm cơ quan quản lý nhà nước, cộng đồng doanh nghiệp, người tiêu dùng và được triển khai trên quy mô toàn quốc nhằm thu hẹp khoảng cách giữa các vùng miền.

4. Phát triển các sản phẩm, giải pháp thương mại điện tử

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án nhằm xây dựng, phát triển, vận hành, duy trì các giải pháp, hệ thống phục vụ quản lý nhà nước về thương mại điện tử và phục vụ phát triển thị trường thương mại điện tử xanh, bền vững, bám sát mục tiêu đặt ra trong giai đoạn 2026-2030.

5. Tư vấn xây dựng kế hoạch ứng dụng thương mại điện tử

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án nhằm nghiên cứu, đánh giá tình hình thực tiễn, nhu cầu phát triển có liên quan đến thương mại điện tử; nghiên cứu, xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển thương mại điện tử theo địa phương, vùng miền hoặc ngành, lĩnh vực kinh doanh; nghiên cứu, xuất bản ấn phẩm, tài liệu tham khảo về các xu hướng, nội dung mới trên thế giới để phục vụ công tác quản lý nhà nước; khảo sát, xây dựng, triển khai các cơ chế thử nghiệm mới (sandbox) đối với các vấn đề mới, mô hình kinh doanh trực tuyến mới.

6. Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động phát triển thương mại điện tử

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án nhằm xây dựng, duy trì và vận hành các giải pháp quản lý nhà nước trong lĩnh vực thương mại điện tử và chuyển đổi số; xây dựng, triển khai các hoạt động bao gồm hội nghị, hội thảo, triển lãm để tăng cường ứng dụng thương mại điện tử, tăng cường liên kết vùng thông qua thương mại điện tử, định hướng thị trường phát triển xanh và bền vững; xây dựng cơ sở dữ liệu, thống kê liên quan về thương mại điện tử.

7. Hợp tác quốc tế về thương mại điện tử

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án nhằm tăng cường các hoạt động hợp tác quốc tế trong lĩnh vực thương mại điện tử; thúc đẩy thương mại điện tử

xuyên biên giới, kết nối cơ hội kinh doanh quốc tế; tổ chức khảo sát, nghiên cứu, học tập kinh nghiệm quốc tế; triển khai các cam kết về thương mại điện tử tại các Hiệp định quốc tế mà Việt Nam là thành viên, đưa Việt Nam tăng cường hội nhập trong lĩnh vực thương mại điện tử, thương mại số.

III. Xây dựng và thực hiện các đề án

1. Xây dựng đề án

a) Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số đề xuất Bộ Công Thương công bố danh mục các lĩnh vực ưu tiên tập trung phát triển thương mại điện tử theo Chương trình; hướng dẫn các đơn vị chủ trì xây dựng đề án theo Quy chế;

b) Các đơn vị chủ trì chịu trách nhiệm xây dựng đề án theo Mẫu số 01; và tổng hợp các đề án đăng ký theo Mẫu số 02. Các đề án phải đáp ứng các yêu cầu sau:

- Phù hợp với nhu cầu phát triển thương mại điện tử của doanh nghiệp và cộng đồng;
- Phù hợp với định hướng phát triển thương mại điện tử đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt;
- Phù hợp với chiến lược, quy hoạch phát triển các vùng kinh tế, ngành, địa phương đã được Chính phủ phê duyệt;
- Phù hợp với các nội dung của Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia từng giai đoạn;
- Bảo đảm tính khả thi về phương thức triển khai, thời gian, tiến độ triển khai, nguồn nhân lực, tài chính và cơ sở vật chất kỹ thuật;
- Đối với các đề án mà quá trình thực hiện kéo dài qua 2 năm tài chính, Đơn vị chủ trì phải xây dựng nội dung và kinh phí cho từng năm.

2. Tiếp nhận, đánh giá đề án

a) Đơn vị chủ trì gửi đề án về Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số trước ngày 31 tháng 3 của năm trước năm kế hoạch;

b) Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số căn cứ vào các yêu cầu, tiêu chí lựa chọn đề án, tổng hợp, đánh giá nội dung các đề án và tổng hợp gửi Hội đồng thẩm định.

3. Thẩm định và phê duyệt các đề án

a) Hội đồng được thành lập theo Mục I.2a tại Phụ lục này có nhiệm vụ thẩm định các đề án, dự án do các đơn vị chủ trì xây dựng.

b) Các tiêu chí thẩm định các đề án thuộc Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia được quy định tại Mẫu số 03;

c) Căn cứ kết quả thẩm định đề án của Hội đồng thẩm định, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số báo cáo, trình Bộ Công Thương phê duyệt danh mục các đề án thuộc Chương trình, gửi Bộ Tài chính tổng hợp, lập kế hoạch và thông báo dự toán chi ngân sách cho Chương trình.

4. Điều chỉnh, chấm dứt thực hiện đề án

a) Đơn vị chủ trì có trách nhiệm báo cáo tình hình thực hiện đề án trong vòng 60 ngày kể từ ngày ký kết hợp đồng thực hiện đề án thuộc Chương trình với Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số để tổng hợp, báo cáo Bộ trưởng Bộ Công Thương điều chỉnh, bổ sung (nếu có). Trong trường hợp chưa thực hiện nội dung nào theo nội dung hợp đồng đã ký, đơn vị chủ trì cần nêu rõ lý do và kiến nghị phương án giải quyết.

b) Đơn vị chủ trì có trách nhiệm thông báo bằng văn bản trong vòng 90 ngày kể từ ngày ký kết hợp đồng về việc điều chỉnh, thay đổi nội dung; không thực hiện hoặc không hoàn thành đề án trong năm kế hoạch hoặc chấm dứt thực hiện đề án đã được phê duyệt, gửi Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số để tổng hợp, báo cáo Bộ trưởng Bộ Công Thương xem xét, quyết định.

c) Trường hợp đơn vị chủ trì không thực hiện đúng mục tiêu, nội dung, tiến độ đề án đã được phê duyệt hoặc xét thấy nội dung đề án không còn phù hợp, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số trình Bộ trưởng Bộ Công Thương xem xét, quyết định chấm dứt việc thực hiện đề án.

d) Sau khi có quyết định điều chỉnh hoặc chấm dứt thực hiện đề án, Bộ Công Thương thực hiện việc điều chuyển kinh phí còn dư (nếu có) để bổ sung cho các đề án đã được phê duyệt phát sinh tăng kinh phí, các đề án mới.

5. Nghiệm thu đề án

Giao Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số tổ chức Hội đồng nghiệm thu kết quả thực hiện các đề án thuộc Chương trình, đánh giá sự phù hợp với mục tiêu của từng đề án và mục tiêu tổng thể Chương trình.

6. Kiểm tra, giám sát thực hiện đề án

a) Giao Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số chủ trì tổ chức kiểm tra định kỳ, đột xuất; đánh giá tình hình thực hiện nhiệm vụ, mục tiêu của các đề án, bảo đảm việc quản lý, sử dụng kinh phí Chương trình được thực hiện đúng mục đích, tiết kiệm, hiệu quả;

b) Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số tổng hợp, báo cáo Bộ Công Thương không tiếp nhận đề án trong năm tiếp theo đối với Đơn vị chủ trì vi phạm nghĩa vụ quy định về việc tổ chức triển khai thực hiện đề án không đúng mục tiêu, nội dung, tiến độ, dự toán đề án, không báo cáo tình hình thực hiện theo đúng thời hạn quy định (nếu có);

c) Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số tổng hợp, báo cáo Bộ Công Thương không tiếp nhận đề án trong 3 năm kế tiếp trong trường hợp Đơn vị chủ trì vi phạm nghĩa vụ quy định đối với các đơn vị chủ trì cung cấp đầy đủ tài liệu, thông tin chính xác liên quan đến tình hình thực hiện đề án và tạo điều kiện thuận lợi cho việc kiểm tra, giám sát theo quy định (nếu có).

IV. Tổ chức thực hiện

1. Trách nhiệm của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số

a) Tổ chức hướng dẫn, quản lý và triển khai Chương trình theo đúng quy định;

b) Quản lý, theo dõi, tổng hợp, kiểm tra, giám sát việc thực hiện các đề án thuộc Chương trình theo quy định, bảo đảm Chương trình được thực hiện theo đúng yêu cầu, mục tiêu, nội dung, tiến độ và quy định của pháp luật; báo cáo Bộ trưởng Bộ Công Thương những vấn đề ngoài quy định của Quy chế này hoặc vượt thẩm quyền;

c) Quản lý kinh phí thực hiện Chương trình, lập dự toán kinh phí phục vụ công tác quản lý Chương trình để tổng hợp vào dự toán kinh phí thực hiện Chương trình hàng năm;

d) Chủ trì xây dựng báo cáo tổng kết việc thực hiện Chương trình.

2. Trách nhiệm của đơn vị chủ trì

a) Tổ chức thực hiện các đề án theo đúng các nội dung đã được phê duyệt; bảo đảm sử dụng kinh phí tiết kiệm, hiệu quả, đúng quy định;

b) Gửi báo cáo về tình hình thực hiện đề án hàng năm về Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số trước ngày 01 tháng 12 năm đó; báo cáo gửi Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số các vấn đề phát sinh kèm phương án xử lý (nếu có) trong quá trình thực hiện đề án theo quy định;

c) Thực hiện đầy đủ chế độ báo cáo về tình hình triển khai các đề án thuộc Chương trình khi có yêu cầu;

d) Lưu trữ đầy đủ tài liệu và cung cấp tài liệu, thông tin chính xác liên quan đến quá trình thực hiện đề án khi được yêu cầu, tạo điều kiện thuận lợi cho việc kiểm tra giám sát, nghiệm thu thanh, quyết toán theo quy định.

3. Trách nhiệm của đơn vị khác có liên quan

a) Hàng năm, căn cứ báo cáo kế hoạch và dự toán kinh phí thực hiện Chương trình của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Vụ Kế hoạch, Tài chính và Quản lý doanh nghiệp tổng hợp kinh phí và dự toán chi ngân sách hàng năm của Bộ;

b) Trên cơ sở Quyết định giao dự toán thu, chi ngân sách nhà nước hàng năm do Bộ Tài chính phê duyệt, Vụ Kế hoạch, Tài chính và Quản lý doanh nghiệp tổ chức giao kinh phí thực hiện Chương trình;

c) Trong quá trình áp dụng quy chế hoặc triển khai các đề án thực hiện Chương trình, nếu có khó khăn, vướng mắc, các đơn vị gửi ý kiến về Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số để rà soát, tổng hợp, báo cáo và đề xuất Bộ Công Thương xem xét, sửa đổi, cập nhật, bổ sung theo quy định./.

[ĐƠN VỊ CHỦ TRÌ]

ĐỀ ÁN
THUỘC CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA NĂM 20...

Tên Đề án

.....

..... năm

[ĐƠN VỊ CHỦ TRÌ]

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

....., ngày tháng 12 năm 20...

ĐĂNG KÝ ĐỀ ÁN NĂM 20...
THUỘC CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
QUỐC GIA

Tên Đề án: ...

Kính gửi: Bộ Công Thương

PHẦN 1: GIỚI THIỆU ĐƠN VỊ CHỦ TRÌ

1. Đơn vị chủ trì (Tên đầy đủ, địa chỉ, điện thoại, email, số tài khoản)

- *Chủ nhiệm đề án* (Họ tên, địa chỉ, điện thoại, email, chức vụ, học hàm, học vị)
- *Điều phối viên chương trình* (Họ tên, địa chỉ, điện thoại, email, chức vụ, học hàm, học vị)

2. Đơn vị phối hợp

- Tên đầy đủ, địa chỉ, điện thoại, email, fax, số tài khoản

3. Năng lực triển khai đề án của Đơn vị chủ trì

- *Giới thiệu chức năng nhiệm vụ, kinh nghiệm, điều kiện về cơ sở vật chất, trang thiết bị của đơn vị chủ trì*
- *Nêu kết quả và đánh giá tình hình thực hiện các đề án của năm trước (nếu có)*

PHẦN 2: NỘI DUNG ĐỀ ÁN

1. Tên đề án

2. Sự cần thiết thực hiện

- Nêu sự cần thiết của đề án, tính phù hợp của mục tiêu này với mục tiêu của kế hoạch phát triển thương mại điện tử quốc gia hoặc địa phương;
- Tính phù hợp của đề án với nội dung của Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025;

c) Nêu sơ bộ các hoạt động của đề án để đạt được mục tiêu hoặc phân tích tính khả thi của mục tiêu Đề án;

** Đối với Đề án thuộc nhóm I và IV; có mức kinh phí trên 200 triệu đồng đến 15 tỷ đồng: Nêu hiện trạng ứng dụng công nghệ thông tin; sơ đồ hiện trạng hạ tầng kỹ thuật và các điều kiện khác.*

d) Kinh nghiệm, khả năng hợp tác với các chuyên gia, đối tác uy tín về lĩnh vực đề cập trong Đề án.

2. Căn cứ pháp lý

3. Mục tiêu

3.1. Mục tiêu chung

3.2. Mục tiêu cụ thể

4. Nội dung chính của Đề án

- **Đối với đề án thuộc nhóm "Xây dựng, phát triển kết cấu hạ tầng thương mại điện tử"**: nêu rõ quy mô và các yêu cầu cần thiết của sản phẩm/giải pháp, phạm vi triển khai, đối tượng phục vụ, dự kiến công nghệ sử dụng, đối tác triển khai. Mô tả các yêu cầu kỹ thuật cần đáp ứng của thiết bị/hạ tầng.

- **Đối với Đề án thuộc nhóm "Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử"**: nêu rõ phương thức tổ chức hoạt động (hội thảo, sự kiện, giải thưởng, chỉ số thương mại điện tử, các chương trình truyền thông trên báo, đài, truyền hình...), nội dung tuyên truyền, đối tượng hướng tới, phạm vi triển khai.

- **Đối với Đề án thuộc nhóm "Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử"**: nêu rõ nội dung đào tạo, thời gian đào tạo cho từng nội dung, địa điểm đào tạo, phương thức đào tạo, dự kiến giảng viên và học viên; so sánh sự khác biệt của nội dung đào tạo với các loại hình đào tạo của các tổ chức chuyên môn về đào tạo khác (như các trường đại học, học viện...).

- **Đối với Đề án thuộc nhóm "Phát triển các sản phẩm, giải pháp thương mại điện tử"**: nêu rõ quy mô và các chức năng của sản phẩm/giải pháp, phạm vi triển khai, đối tượng phục vụ, dự kiến công nghệ sử dụng, đối tác triển khai. Mô tả yêu cầu kỹ thuật cần đáp ứng của thiết bị đặc biệt là phần mềm nội bộ và xác định giá trị của phần mềm nội bộ.

- **Đối với Đề án thuộc nhóm "Tư vấn xây dựng kế hoạch ứng dụng thương mại điện tử"**: nêu rõ phạm vi/quy mô hoạt động, phương pháp triển khai, lĩnh vực/ngành hàng mục tiêu.

- Đối với Đề án thuộc nhóm "**Hợp tác quốc tế về thương mại điện tử**": nêu rõ hình thức, nội dung triển khai, đối tượng của hoạt động và dự kiến tác động.

- Đối với Đề án thuộc nhóm "**Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động phát triển thương mại điện tử**": nêu rõ hình thức tổ chức hoạt động, nội dung tập huấn/tài liệu xuất bản, đối tượng của hoạt động và dự kiến đối tác triển khai.

5. Phương thức triển khai và kế hoạch thực hiện đề án

a) Thời gian thực hiện đề án

b) Địa điểm

c) Kế hoạch triển khai thực hiện và các đơn vị phối hợp

STT	NỘI DUNG	THỜI GIAN THỰC HIỆN	ĐƠN VỊ THỰC HIỆN	ĐƠN VỊ PHỐI HỢP

6. Dự toán kinh phí thực hiện đề án

- Tổng kinh phí của đề án:... đồng. Trong đó:

+ Kinh phí từ Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia năm 20...:chiếm% tổng kinh phí đề án

+ Nguồn vốn khác (nếu có):chiếm% tổng kinh phí đề án (trong trường hợp đơn vị chủ trì huy động được nguồn vốn khác ngoài vốn từ ngân sách nhà nước, đơn vị chủ trì cung cấp tài liệu chứng minh khả năng huy động, sử dụng nguồn vốn đó theo quy định)

- Dự trù kinh phí cho từng phần việc (đơn giá, số lượng, tổng số tiền), kèm theo báo giá sơ bộ (nếu có) (Phụ lục dự toán chi tiết kèm theo)

7. Dự kiến hiệu quả đạt được:

a) Dự kiến kết quả đạt được:

b) Phân tích hiệu quả của đề án: gồm cả định tính và định lượng, ngắn hạn và dài hạn phù hợp với mục tiêu đề ra của Đề án.

c) Đối tượng thụ hưởng kết quả của Đề án:

- Dự kiến các nhóm đối tượng hưởng lợi, số lượng đối tượng hưởng lợi cả về ngắn hạn và dài hạn;

- Phân tích lợi ích trực tiếp và gián tiếp.

PHẦN 3: PHÂN TÍCH RỦI RO VÀ KIẾN NGHỊ

1. Phân tích rủi ro

- a) Dự báo các rủi ro có thể xảy ra làm ảnh hưởng tới hiệu quả của Đề án
- b) Trong từng tình huống, nêu các giải pháp/dự phòng cần có để phòng ngừa/giảm thiểu rủi ro.

2. Kiến nghị (Nêu các kiến nghị, đề xuất để đảm bảo thực hiện Đề án)

Đơn vị chủ trì
(Ký và ghi rõ họ tên)

Chủ nhiệm đề án
(Ký và ghi rõ họ tên)

DỰ TOÁN KINH PHÍ ĐỀ ÁN NĂM 20...
THUỘC CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA

Đơn vị đăng ký đề án: CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Địa chỉ
Liên hệ (số điện thoại của cán bộ đầu mối)
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Kính gửi: Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số

Căn cứ Quyết định số .../QĐ-BCT ngày ... tháng ... năm 20... của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 – 2030;

... [Tên đơn vị] xin gửi Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số dự toán kinh phí thực hiện Đề án thuộc Chương trình Phát triển thương mại điện tử quốc gia năm 20... với các hạng mục công việc sau:

DỰ TOÁN KINH PHÍ THỰC HIỆN ĐỀ ÁN

Đơn vị tính: Đồng

STT	Nội dung	Đvt	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	PHÂN BỐ KINH PHÍ		Ghi chú/Căn cứ lập dự toán
						NSNN	Khác (nếu có)	
I	Nhóm đề án về Xây dựng, phát triển kết cấu hạ tầng thương mại điện tử							

STT	Nội dung	Đvt	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	PHÂN BỐ KINH PHÍ		Ghi chú/Căn cứ lập dự toán
						NSNN	Khác (nếu có)	
I	Tên đề án Nội dung 1: ... Nội dung 2:							
2								
II	Nhóm đề án về Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử							
I	Tên đề án Nội dung 1: ... Nội dung 2:							
2								
III	Nhóm đề án về Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử							
I	Tên đề án Nội dung 1: ... Nội dung 2:							
2								

STT	Nội dung	Đvt	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	PHÂN BỐ KINH PHÍ		Ghi chú/Căn cứ lập dự toán
						NSNN	Khác (nếu có)	
IV	Nhóm đề án về Phát triển các sản phẩm, giải pháp thương mại điện tử							
1	Tên đề án Nội dung 1: ... Nội dung 2:							
2								
V	Nhóm đề án về Tư vấn xây dựng kế hoạch ứng dụng thương mại điện tử							
1								
2								
VI	Nhóm đề án về Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động phát triển thương mại điện tử							
1								
2								

STT	Nội dung	Đvt	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	PHÂN BỐ KINH PHÍ		Ghi chú/Căn cứ lập dự toán
						NSNN	Khác (nếu có)	
VII	Nhóm đề án về hợp tác quốc tế về thương mại điện tử							
1								
2								
	Tổng kinh phí:							
Bảng chữ:								

Tổng kinh phí: ... đồng. Trong đó:

- + Kinh phí từ Chương trình Phát triển thương mại điện tử quốc gia năm 20....: ... đồng;
- + Kinh phí từ vốn khác (nếu có): ... đồng.

Căn cứ lập dự toán chi tiết:

- a) Các văn bản hướng dẫn xây dựng dự toán: Văn bản hướng dẫn xây dựng dự toán ngân sách hàng năm của Bộ Tài chính và cơ quan tài chính các cấp;
- b) Các văn bản quy định về định mức, đơn giá, mức chi:
- Các định mức, đơn giá, mức chi trong từng thời kỳ theo quy định, hướng dẫn của Bộ Tài chính, Bộ quản lý chuyên ngành, Bộ Khoa học và Công nghệ và địa phương ban hành theo quy định;

- Đối với các nội dung chi chưa có định mức, đơn giá: Đơn vị lập dự toán căn cứ theo yêu cầu kỹ thuật, công nghệ, tình hình thực tế để thuyết minh, xây dựng định mức, đơn giá hoặc tham khảo giá thị trường, thẩm định giá của cơ quan, tổ chức có chức năng, nhiệm vụ thẩm định giá theo quy định và phải có thuyết minh rõ căn cứ tính toán.

c) Thông báo giá, báo giá hoặc các căn cứ, phương pháp khác để xác định dự toán chi phí.

Chú ý:

1. Đối với Đề án thuộc nhóm I và nhóm IV (mức kinh phí trên 200 triệu đồng đến 15 tỷ đồng), các đơn vị cần thực hiện theo Nghị định số 73/2019/NĐ-CP; Thông tư 03/2020/TT-BTTTT và các văn bản khác có liên quan.
2. Đối với Đề án có sản phẩm là phần mềm nội bộ, nội dung mô tả yêu cầu kỹ thuật cần đáp ứng của phần mềm nội bộ theo quy định tại các văn bản hướng dẫn hiện hành.

..., ngày ... tháng ... năm 20...

Người lập biểu/Chủ nhiệm đề án

TRƯỞNG PHÒNG/LÃNH ĐẠO ĐƠN VỊ

Đơn vị đăng ký đề án: ...

Địa chỉ

Liên hệ (số điện thoại của cán bộ đầu mối)

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Kính gửi: Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số

Căn cứ Quyết định số .../QĐ-BCT ngày ... tháng ... năm 20... của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 – 2030;

Phòng/Trung tâm xin gửi Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số tổng hợp các đề án đăng ký Chương trình Phát triển thương mại điện tử quốc gia năm 20... với các nội dung sau:

BẢNG TỔNG HỢP CÁC ĐỀ ÁN ĐĂNG KÝ

CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA NĂM 20...

STT	Tên đề án	Mục tiêu và nội dung chính	Dự kiến kết quả/ Sản phẩm đạt được	Thời gian thực hiện		Phân bổ kinh phí	
				Bắt đầu	Kết thúc	NSNN	Khác
I	Nhóm đề án về Xây dựng, phát triển kết cấu hạ tầng thương mại điện tử						

STT	Tên đề án	Mục tiêu và nội dung chính	Dự kiến kết quả/ Sản phẩm đạt được	Thời gian thực hiện		Phân bổ kinh phí	
				Bắt đầu	Kết thúc	NSNN	Khác
I	Tên đề án Nội dung 1: ... Nội dung 2:						
II	Nhóm đề án về Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử						
I	Tên đề án Nội dung 1: ... Nội dung 2:						
2							
III	Nhóm đề án về Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử						
I	Tên đề án Nội dung 1: ... Nội dung 2:						
2							

STT	Tên đề án	Mục tiêu và nội dung chính	Dự kiến kết quả/ Sản phẩm đạt được	Thời gian thực hiện		Phân bổ kinh phí	
				Bắt đầu	Kết thúc	NSNN	Khác
IV	Nhóm đề án về Phát triển các sản phẩm, giải pháp thương mại điện tử						
1	Tên đề án Nội dung 1: ... Nội dung 2:						
2							
V	Nhóm đề án về Tư vấn xây dựng kế hoạch ứng dụng thương mại điện tử						
1							
2							
VI	Nhóm đề án về Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động phát triển thương mại điện tử						
1							
2							

**TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ, THẨM ĐỊNH CÁC ĐỀ ÁN THUỘC
CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA
GIAI ĐOẠN 2026 – 2030**

STT	Chỉ tiêu đánh giá	Thang điểm tối đa
A	Đánh giá về năng lực triển khai đề án của đơn vị chủ trì	20
	Hồ sơ năng lực của đơn vị chủ trì phải đầy đủ các thông tin: Tư cách pháp nhân; Thông tin liên hệ; Chứng minh kinh nghiệm, năng lực trong việc tổ chức các hoạt động thương mại điện tử, nắm rõ nhu cầu ứng dụng thương mại điện tử của cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp thuộc đối tượng quản lý; Ưu tiên các đơn vị có kinh nghiệm trong việc triển khai các đề án, dự án trong lĩnh vực thương mại điện tử.	20
B	Đánh giá về đề án	80
1	<i>Đánh giá sự cần thiết và mục tiêu của đề án</i>	30
	Nêu rõ lý do và sự cần thiết phải triển khai thực hiện đề án; Đề án xuất phát từ nhu cầu của đơn vị đề xuất; Nêu rõ mục tiêu của đề án, phù hợp với mục tiêu của Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia; Nêu rõ định hướng trong dài hạn của đề án.	
2	<i>Nội dung của đề án</i>	30
	Nội dung đề án phù hợp với chiến lược, quy hoạch phát triển các vùng kinh tế ngành, địa phương đã được Chính phủ phê duyệt; phù hợp với nội dung của Chương trình phát triển thương mại điện tử	

STT	Chỉ tiêu đánh giá	Thang điểm tối đa
	quốc gia; phù hợp với thực trạng thị trường, doanh nghiệp, môi trường cạnh tranh; Đề án có tính khả thi với các hoạt động rõ ràng; Các đề án mô tả cụ thể, chi tiết về phương thức và kế hoạch triển khai, đảm bảo thời gian triển khai phù hợp, hợp lý và có khả năng hoàn thành đúng thời hạn; Thời gian, địa điểm triển khai và đối tượng thụ hưởng phù hợp với Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia.	
3	<i>Dự toán kinh phí thực hiện</i>	<i>10</i>
	Dự toán kinh phí chi tiết, phù hợp thực tế, đảm bảo tính tiết kiệm, phù hợp với các quy định về chi tiêu ngân sách	
4	<i>Đánh giá hiệu quả dự kiến của đề án</i>	<i>10</i>
	Phân tích rõ được hiệu quả của đề án, tác động và hiệu quả đối với các đối tượng thụ hưởng, nhận diện và có phương án dự phòng rủi ro (nếu có) một cách phù hợp	
	Tổng cộng	100

ĐƠN VỊ BÁO CÁO CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

....., ngày tháng năm 202....

BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN ĐỀ ÁN THUỘC
CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA
NĂM 20...

1. Đề án số 1:.....

1.1. Thông tin chung

- Đơn vị chủ trì
- Đơn vị thực hiện
- Chủ nhiệm đề án (Họ tên, địa chỉ, điện thoại, email, chức vụ, học hàm, học vị)
- Thời gian thực hiện
- Quyết định phê duyệt đề án

1.2. Kinh phí được phê duyệt (bao gồm Ngân sách trung ương, Vốn khác (nếu có))

1.3. Kinh phí đã sử dụng (bao gồm Ngân sách trung ương, Vốn khác (nếu có))

Ghi rõ nguồn vốn khác được huy động từ nguồn nào.

1.4. Nội dung đề án: ghi theo nội dung thực tế đã thực hiện

1.5. Sản phẩm đề án (ghi rõ nội dung cụ thể của từng hạng mục sản phẩm)

1.6. Đối tượng thụ hưởng kết quả của đề án.

1.7. Hiệu quả và tác động của đề án đối với kế hoạch phát triển TMĐT tại địa phương

1.8. Khó khăn, vướng mắc và đề xuất, kiến nghị

2. Đề án số 2:.....

3. Đề án số 3:

Thông tin người lập báo cáo:

- Họ và tên:

- Đơn vị công tác:
- Số điện thoại liên hệ (DD):
- Email:

Chủ nhiệm đề án

(Ký và ghi rõ họ tên)

Đơn vị chủ trì

(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

ĐƠN VỊ BÁO CÁO

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

....., ngày tháng năm 202....

**ĐỐI CHIẾU KINH PHÍ CHƯƠNG TRÌNH
PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA NĂM 20...**

Đơn vị tính: Đồng

STT	Tên đề án	QĐ phê duyệt đề án	Tổng kinh phí được phê duyệt	Nguồn vốn khác	Nguồn Kinh phí từ Chương trình PTTMDT QG			
					Số được phê duyệt	Số đã chi đề nghị quyết toán	Số chấp nhận quyết toán	Số không quyết toán
							Kinh phí thừa trả NSNN	Kinh phí điều chỉnh sang đề án khác
A	B	C	1=2+3	2	3	4	5	6
7								

STT	Tên đề án	QĐ phê duyệt đề án	Tổng kinh phí được phê duyệt	Nguồn vốn khác	Nguồn Kinh phí từ Chương trình PTTMDT QG			
					Số được phê duyệt	Số đã chi đề nghị quyết toán	Số chấp nhận quyết toán	Số không quyết toán
								Kinh phí điều chỉnh sang đề án khác Kinh phí thừa trả NSNN
2								
	Tổng cộng							

Đại diện Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số

Đại diện [đơn vị báo cáo]

ĐƠN VỊ BÁO CÁO**Mẫu 01/BCQT****Mã QHNS:****BÁO CÁO QUYẾT TOÁN KINH PHÍ ĐÃ SỬ DỤNG****Năm 20...***Đơn vị tính: Đồng*

STT	Nguồn kinh phí	Tổng số	Nguồn KP từ Chương trình PTTMDT QG	Vốn khác
A	B	1	2	3
I	Đề án:			
1	Số dư kinh phí năm trước chuyển sang			
2	Dự toán được giao trong năm			
3	Tổng số kinh phí được sử dụng trong năm			
4	Kinh phí thực nhận trong năm			
5	Kinh phí đề nghị quyết toán			
6	Kinh phí giảm trong năm			
7	Kinh phí chưa sử dụng chuyển năm sau			
II	Đề án:			

STT	Nguồn kinh phí	Tổng số	Nguồn KP từ Chương trình PTTMDT QG	Vốn khác
1	Số dư kinh phí năm trước chuyển sang			
2	Dự toán được giao trong năm			
3	Tổng số kinh phí được sử dụng trong năm			
4	Kinh phí thực nhận trong năm			
5	Kinh phí đề nghị quyết toán			
6	Kinh phí giảm trong năm			
7	Kinh phí chưa sử dụng chuyển năm sau			

..., ngày ... tháng ... năm 20...

Người lập

Kế toán trưởng

Thủ trưởng đơn vị

ĐƠN VỊ BÁO CÁO**Mã QHNS:**

**ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH
PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA NĂM 20...**

TT	Tên đề án	Thời gian thực hiện	Tổng số tiền	Nguồn kinh phí đã thực hiện		Nội dung	Kết quả/ Sản phẩm	Ghi chú
				Nguồn Kinh phí từ Chương trình PTTMĐT QG	Vốn khác			
Tổng cộng								

..., ngày ... tháng ... năm 20...

Người lập biểu**THỦ TRƯỞNG ĐƠN VỊ**

ĐƠN VỊ BÁO CÁO CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

....., ngày tháng năm 202....

BẢNG KÊ CHỨNG TỪ ĐỀ NGHỊ QUYẾT TOÁN

Đề án:.....

Hợp đồng số: ngày.....tháng.....năm 20...

Chứng từ		Nội dung chi	Số tiền		Ghi chú
Số hiệu	Ngày tháng		Nguồn Kinh phí từ Chương trình PTTMĐT QG	Vốn khác	
		(Đơn vị tập hợp chứng từ theo các nội dung chi như tại Phụ lục hợp đồng)			
		Tổng cộng			

..., ngày ... tháng ... năm 20...

Kế toán

THỦ TRƯỞNG ĐƠN VỊ

UNIVERSITY