

BỘ CÔNG THƯƠNG

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

9 1 5 3
Số: /BCT-TMĐT

Hà Nội, ngày 02 tháng 12 năm 2019

V/v xin ý kiến hồ sơ dự thảo Quyết
định của Thủ tướng Chính phủ phê
duyet Kế hoạch tổng thể phát triển
TMĐT giai đoạn 2021 – 2025

Kính gửi: UBND các tỉnh/thành phố trực thuộc Trung ương

Ngày 27 tháng 9 năm 2019 Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 52/NQ-TW về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4, trong đó nêu rõ “**tập trung phát triển các ngành ưu tiên có mức độ sẵn sàng cao**”. Thương mại điện tử là một trong 11 ngành ưu tiên được xác định cần ưu tiên phát triển.

Thực hiện Nghị quyết 52-NQ/TW, tiếp nối Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016 - 2020 (Quyết định số 1563/QĐ-TTg ngày 08 tháng 8 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ), Bộ Công Thương đã nghiên cứu, xây dựng Dự thảo 1 **Quyết định của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025**, nhằm kế thừa các kết quả đạt được trong những giai đoạn trước, đẩy mạnh phát triển TMĐT như một trong các lĩnh vực ưu tiên của CMCN 4.0, từ đó tạo hiệu ứng lan tỏa và thúc đẩy sự phát triển của các lĩnh vực khác trong nền kinh tế số.

Bộ Công Thương đề nghị quý Cơ quan gửi ý kiến góp ý đối với hồ sơ dự thảo Quyết định. Văn bản góp ý xin gửi về Bộ Công Thương (Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số), bản mềm gửi qua email: hanglthu@moit.gov.vn (024.222.05.401) **trước ngày 15 tháng 12 năm 2019** để Bộ tổng hợp, báo cáo Thủ tướng Chính phủ.

Xin cảm ơn sự phối hợp của quý Ủy ban./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu: VT, TMĐT.

**KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG**



Cao Quốc Hưng

Số: /TTr-BCT

Hà Nội, ngày tháng năm 2019

Dự thảo 1.0**TỜ TRÌNH CHÍNH PHỦ****Dự thảo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025**

Kính gửi: Thủ tướng Chính phủ

Ngày 27 tháng 9 năm 2019, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 52-NQ/TW về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Mục III.6 Nghị quyết nêu rõ chủ trương "Tập trung phát triển các ngành ưu tiên có mức độ sẵn sàng cao", trong đó bao gồm lĩnh vực thương mại điện tử (TMĐT).

Thực hiện Nghị quyết 52-NQ/TW, tiếp nối Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016 - 2020 (Quyết định số 1563/QĐ-TTg ngày 08 tháng 8 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ) và Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014-2020 (Quyết định số 689/QĐ-TTg ngày 11 tháng 5 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ), trên cơ sở tổng kết các kết quả đạt được trong giai đoạn trước, rà soát, đánh giá hiện trạng, nhu cầu phát triển thương mại điện tử (TMĐT) giai đoạn tới và tiếp thu ý kiến góp ý của các Bộ, ngành, địa phương, Bộ Công Thương đề xuất xây dựng Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025.

Bộ Công Thương xin trình Chính Phủ Dự thảo Quyết định này như sau:

I. YÊU CẦU PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ KINH TẾ SỐ TRONG BỐI CẢNH CUỘC CMCN 4.0

Trong một thập kỷ gần đây, thương mại toàn cầu có dấu hiệu chững lại, nhưng đây là hiện tượng đối với dòng thương mại hàng hoá và vốn, còn các dòng trao đổi dữ liệu, thông tin vẫn không ngừng gia tăng ở cấp số nhân. Đặc biệt, trong năm năm gần đây, nền kinh tế Internet hay kinh tế số có sự phát triển ngoạn mục. Theo báo cáo của tổ chức We are social, tính đến tháng 1 năm 2019, số lượng người sử dụng điện thoại di động toàn cầu là hơn 5.1 tỷ người, chiếm 67% dân số thế giới. Vào năm 2011, tổng giá trị hàng hoá, dịch vụ trao đổi qua

Internet trên thế giới đã lên đến 8.000 tỷ USD¹. Nếu chỉ tính riêng trong nhóm các nước G20, từ năm 2010, Internet đã đóng góp khoảng 4,1% GDP, tương đương với mức 2.300 tỷ USD. Con số này tăng lên gấp đôi vào năm 2016 và dự kiến tạo thêm việc làm cho 32 triệu người².

Theo số liệu thống kê của Statista.com, doanh thu thị trường TMĐT B2C toàn cầu năm 2018 đạt 1.822 tỷ đô, tăng trưởng 8.6% so với năm 2017. Dự kiến đến năm 2020, con số này sẽ đạt khoảng 2.271 tỷ đô với mức tăng trưởng đạt khoảng 12%.

Theo báo cáo mới nhất của Viện nghiên cứu Toàn cầu McKinsey "*Digital globalization: The new era of global flows*", năm 2016, thương mại điện tử đóng góp 12% vào tổng thương mại toàn cầu³. Cũng theo báo cáo trên, luồng dữ liệu xuyên biên giới đã tăng 45 lần trong giai đoạn từ năm 2005 đến năm 2014 và sẽ tiếp tục tăng thêm 9 lần trong 5 năm tiếp theo. Các luồng dữ liệu này đã tạo ra giá trị kinh tế tương đương 2,8 nghìn tỷ đô la vào năm 2014 - mức tác động đến GDP thế giới lớn hơn so với thương mại toàn cầu. Mức tăng trưởng này phản ánh không chỉ sự năng động của ngành công nghệ mà còn cả tốc độ số hoá của nền kinh tế nói chung. Thương mại số đã trở nên rất quan trọng đối với phần lớn doanh nghiệp, từ các tập đoàn đa quốc gia lớn đến các doanh nghiệp nhỏ dựa vào các nền tảng trực tuyến để kết nối và giao dịch thương mại với khách hàng trên toàn thế giới. Số liệu thống kê của OECD cũng cho thấy hơn 95% doanh nghiệp tại hầu hết các nước OECD giờ đây kết nối với mạng Internet và sử dụng Internet như một cầu phần trong hoạt động kinh doanh của công ty⁴.

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của cuộc CMCN 4.0, các công nghệ số hiện đại đang và sẽ tác động mạnh mẽ đến nền Kinh tế số nói chung và Thương mại điện tử nói riêng. Các tổ chức quốc tế có sự đồng thuận rằng TMĐT góp phần thúc đẩy việc đạt được các mục tiêu phát triển bền vững (SDG). Tại Hội nghị bộ trưởng các nước OECD về nền kinh tế số hoá tổ chức tại Cancun năm 2016, các nước đã thống nhất triển khai nhiều biện pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển của TMĐT, như nâng cao tiếp cận với mạng băng thông rộng, rút ngắn khoảng cách về tiếp cận kỹ thuật số và theo đuổi các cơ hội đem lại bởi Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), điện toán đám mây (Cloud Computing), và phân tích dữ liệu lớn (Big Data). Hội đồng tư vấn doanh nghiệp APEC tháng 8/2016 cũng đưa ra các khuyến nghị nâng cao cơ hội truy cập Internet và tăng cường TMĐT nhằm tạo cơ hội và điều kiện phát triển cho các doanh nghiệp

¹ Pélissier du Rausas, et al. (2011), "Internet Matters: The Net's Sweeping Impact on Jobs, Growth and Prosperity", McKinsey & Company

² Dean, D., S. et al. (2012), "The Internet Economy in the G-20: The \$4.2 Trillion Growth Opportunity", Boston Consulting Group.

³ McKinsey Global Institute (2016), "Digital globalization: The new era of global flows", 02/2016.

⁴ OECD (2011), "The Future of the Internet Economy".

nhỏ, tạo dựng tiềm năng cho tăng trưởng kinh tế tại khu vực Châu Á – Thái Bình Dương. Tại Hội nghị APEC 2019 tại Chile, phát triển Kinh tế số cũng được đưa vào chương trình nghị sự là 1 trong 4 chủ đề được ưu tiên. Các nước thành viên sẽ tiếp tục thảo luận và thống nhất Khung phát triển Internet và kinh tế số nhằm tập trung tìm kiếm những giải pháp tối ưu phát triển TMĐT nói riêng và Kinh tế số nói chung, trong đó đặt trọng tâm hỗ trợ các doanh nghiệp vừa nhỏ và siêu nhỏ ứng dụng TMĐT.

II. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH QUYẾT ĐỊNH

Thời gian vừa qua, Chính phủ đã có chính sách lâu dài và nhất quán nhằm phát triển thương mại điện tử với các Kế hoạch tổng thể cho từng giai đoạn 5 năm, bắt đầu từ năm 2006. Gần đây nhất là Quyết định số 689/QĐ-TTg ngày 11 tháng 5 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014-2020 và Quyết định số 1563/QĐ-TTg ngày 08 tháng 8 năm 2016 phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016-2020 được ban hành. Đây là hai văn bản chính sách quan trọng với những giải pháp toàn diện và nguồn lực cụ thể làm cơ sở cho việc triển khai nhiều hoạt động liên quan tới TMĐT trong giai đoạn 05 năm vừa qua, góp phần thúc đẩy TMĐT Việt Nam phát triển nhanh và mạnh mẽ với tốc độ bình quân khoảng 25-30%/năm, vươn lên vị trí thứ ba Đông Nam Á vào năm 2018 và được đánh giá là thị trường TMĐT tiềm năng nhất khu vực⁵.

Theo Báo cáo tổng kết 05 năm thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2016-2020, đến hết năm 2019 phần lớn các mục tiêu đề ra tại Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016-2020 đã được hoàn thành. TMĐT đã trở thành phương thức mua sắm phổ biến của người tiêu dùng (60% người dùng Internet đã tham gia mua sắm trực tuyến), góp phần đa dạng hóa và hiện đại hóa hệ thống phân phối. Việc ứng dụng TMĐT của doanh nghiệp đã phát triển rộng khắp trên cả nước ở nhiều quy mô và mức độ khác nhau, có hiệu quả rõ rệt, giúp doanh nghiệp cắt giảm chi phí trong hoạt động sản xuất kinh doanh, nâng cao sức cạnh tranh. Nhiều mô hình kinh doanh mới, đa dạng ra đời và được doanh nghiệp vận hành, triển khai. Nổi bật trong giai đoạn 2017 trở lại đây là sự phát triển mạnh mẽ các ứng dụng/ giải pháp TMĐT trên nền tảng di động, tiếp theo đó là xu hướng tham gia hoạt động TMĐT trên mạng xã hội của đại bộ phận doanh nghiệp bán lẻ và người tiêu dùng. Điều này cho thấy doanh nghiệp Việt Nam đã nhanh nhạy bắt kịp các xu hướng mới về TMĐT của thế giới để phục vụ hiệu quả cho hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập kinh tế diễn ra ngày càng sâu rộng.

Sau 05 năm triển khai Kế hoạch tổng thể, TMĐT không chỉ còn tập trung tại các thành phố lớn mà đã mở rộng trên phạm vi cả nước. Cùng với việc ứng

⁵ Google & Temasek: "e-Conomy SEA 2018 - Southeast Asia's Internet Economy hits an inflection point"

dụng TMĐT trong cộng đồng và doanh nghiệp ngày càng tăng, các cơ quan nhà nước tại địa phương cũng rất quan tâm, chú trọng tới vấn đề quản lý nhà nước về TMĐT. Việc 60/63 tỉnh, thành phố ban hành Kế hoạch phát triển của địa phương nhằm triển khai Quyết định 1563 cho thấy Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT là văn bản định hướng quan trọng giúp các địa phương trong việc xây dựng kế hoạch riêng phù hợp với mức độ phát triển riêng của từng địa phương nhằm nỗ lực bắt kịp sự phát triển chung của đất nước trong lĩnh vực tương đối mới mẻ này.

Ứng dụng TMĐT trong cộng đồng đã trở thành một trào lưu rộng khắp. Năm 2018, ước tính 42% dân số tham gia hoạt động TMĐT với giá trị mua hàng trực tuyến trung bình khoảng 200 USD/người một năm, doanh số TMĐT B2C đạt khoảng 8,08 tỷ USD, tăng 30% so với năm 2017, chiếm 4,2% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng cả nước. Với tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ và tiềm năng phát triển xếp hàng đầu Đông Nam Á, quy mô thị trường TMĐT B2C năm 2018 của Việt Nam đã gấp đôi năm 2015 (4,07 tỷ USD). Theo Báo cáo "Kinh tế Internet Đông Nam Á 2018" của Google và Temasek, Việt Nam là quốc gia có tỉ lệ phần trăm giao dịch thương mại điện tử (bao gồm bán lẻ trực tuyến, du lịch trực tuyến, gọi xe trực tuyến và truyền thông trực tuyến) trên tổng thu nhập quốc dân (GDP) cao nhất khu vực Đông Nam Á, đạt mức 4%. Tỷ lệ này tại các quốc gia khác trong khu vực (Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thái Lan) lần lượt là: 2.9%, 2.7%, 1.6%, 3.2%, 2.7%.

Việc thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT theo Quyết định số 1563/QĐ-TTg sẽ kết thúc vào năm 2020. Để TMĐT tiếp tục duy trì động lực tăng trưởng của giai đoạn vừa qua, Thủ tướng Chính phủ cần ban hành một chương trình tổng thể mới nhằm định hướng cho những hoạt động liên quan đến TMĐT cho giai đoạn tiếp theo 2021-2025. Chương trình phát triển TMĐT giai đoạn này sẽ kế thừa và phát huy những kết quả đạt được, khắc phục hạn chế, thiếu sót của Kế hoạch tổng thể giai đoạn trước, đề ra mục tiêu và các chính sách, giải pháp cụ thể để đưa TMĐT Việt Nam trở thành kết cấu hạ tầng quan trọng của lĩnh vực thương mại và của xã hội thông tin, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia trong hội nhập quốc tế; góp phần đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Với vai trò là một văn bản chính sách mang tính định hướng vĩ mô, Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia 2021-2025 sẽ đưa ra những quan điểm và mục tiêu phát triển lớn cho lĩnh vực TMĐT của Việt Nam, từ các mục tiêu về hạ tầng, quy mô thị trường TMĐT, cho đến mức độ ứng dụng TMĐT của doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước. Tương ứng với các mục tiêu này là những giải pháp mang tính tổng quan, đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ của các Bộ, ngành và địa phương trên cả nước nhằm phát triển hài hòa mọi khía cạnh của lĩnh vực thương mại điện tử cũng như các dịch vụ hỗ trợ ngoại

biên. Ngoài ra, để đảm bảo tính khả thi cũng như hiệu quả triển khai thực tế, Chương trình sẽ đề ra các nội dung hoạt động cụ thể và nguồn kinh phí thực hiện, trên cơ sở đó các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử của Trung ương và địa phương có thể xây dựng, tổ chức triển khai các đề án thiết thực nhằm tạo đà cho sự phát triển của thương mại điện tử thời gian tới.

III. CĂN CỨ PHÁP LÝ VÀ QUAN ĐIỂM XÂY DỰNG

1. Căn cứ pháp lý

Căn cứ pháp lý để xây dựng Chương trình phát triển TMĐT giai đoạn 2021-2025 bao gồm:

- a) Luật Giao dịch điện tử ngày 29 tháng 11 năm 2005;
- b) Luật Công nghệ thông tin ngày 29 tháng 6 năm 2006;
- c) Luật Thương mại ngày 22 tháng 7 năm 2005;
- d) Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về thương mại điện tử quy định nội dung quản lý nhà nước về thương mại điện tử bao gồm "Xây dựng và tổ chức thực hiện cơ chế, chính sách, chiến lược, quy hoạch, chương trình phát triển thương mại điện tử";
- đ) Nghị định số 98/2017/NĐ-CP ngày 18 tháng 8 năm 2017 về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương. Theo đó, Bộ Công Thương là cơ quan chịu trách nhiệm quản lý nhà nước đối với lĩnh vực thương mại điện tử và Bộ có nhiệm vụ "trình Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt và tổ chức thực hiện các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển dài hạn, trung hạn, chương trình mục tiêu quốc gia, chương trình quốc gia... thuộc các ngành, lĩnh vực do Bộ quản lý" (Điều 2 khoản 2). Khoản 17 Điều 2 Nghị định này cũng quy định cụ thể Bộ Công Thương có nhiệm vụ "hướng dẫn và tổ chức thực hiện các kế hoạch, chương trình phát triển thương mại điện tử".
- e) Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27 tháng 9 năm 2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Tại Phần III. Một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, Mục 6 về Chính sách phát triển các ngành và công nghệ ưu tiên nêu rõ: "***Tập trung phát triển các ngành ưu tiên có mức độ sẵn sàng cao như ... thương mại điện tử...***"

2. Quan điểm xây dựng

Việc xây dựng Chương trình phát triển TMĐT giai đoạn 2021-2025 tuân thủ các nguyên tắc và quan điểm chủ yếu sau đây:

- a) Căn cứ thực tế phát triển TMĐT giai đoạn 2015-2020 cũng như tình hình triển khai Quyết định 689/QĐ-TTg và Quyết định 10563/QĐ-TTg, phê duyệt Chương trình phát triển TMĐT giai đoạn 2021-2025 phù hợp với các xu

thế mới của CMCN 4.0, hướng tới thúc đẩy thương mại điện tử phát triển toàn diện, lành mạnh và bền vững, trở thành trụ cột của nền kinh tế số Việt Nam;

b) Kế hoạch tổng thể đưa ra mục tiêu, giải pháp phát triển và các nội dung cụ thể nhằm triển khai những giải pháp đó trong giai đoạn 05 năm 2016-2020;

c) Các Bộ, ngành và địa phương căn cứ các nội dung quy định tại Kế hoạch tổng thể, tổ chức thực hiện các giải pháp về phát triển TMĐT phù hợp với chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của mình.

IV. QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG DỰ THẢO QUYẾT ĐỊNH

Nhận thức rõ vai trò và tầm quan trọng của Chương trình phát triển thương mại điện tử đối với sự phát triển của TMĐT trong giai đoạn 2021-2025 từ đầu năm 2019 Bộ Công Thương đã tổ chức triển khai các hoạt động nhằm hỗ trợ cho việc xây dựng Kế hoạch tổng thể, bao gồm: 1) Nghiên cứu, khảo sát, thu thập số liệu, đánh giá hiện trạng phát triển TMĐT Việt Nam; 2) Tổng kết tình hình thực hiện các Quyết định 689/QĐ-TTg và Quyết định 1563/QĐ-TTg về phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2014-2019; 3) Nghiên cứu về các xu thế công nghệ mới của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) và tác động tiềm năng tới hoạt động TMĐT; 4) Tham gia xây dựng, tổng hợp tài liệu trong quá trình xây dựng các văn bản chỉ đạo, chiến lược, đề án của Đảng và Chính phủ về tham gia CMCN 4.0, chuyển đổi số quốc gia, phát triển kinh tế chia sẻ, thúc đẩy chính phủ điện tử, v.v...;

Trên cơ sở các nghiên cứu nói trên, Bộ Công Thương tiến hành xây dựng Dự thảo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ ban hành *Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025*. Trong quá trình xây dựng Dự thảo, Bộ Công Thương đã tuân thủ chặt chẽ các quy định đối với việc soạn thảo văn bản ở cấp Quyết định của Thủ tướng Chính phủ.

Để xây dựng Chương trình phát triển TMĐT toàn diện, có tính khả thi cao, đồng thời đáp ứng được các mục tiêu đặt ra đối với phát triển TMĐT giai đoạn 2021-2025, Bộ Công Thương đã tổ chức lấy ý kiến đóng góp của các Bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp và tổ chức, cá nhân có liên quan, cụ thể như sau:

- Ngày 13 tháng 3 năm 2019, Bộ Công Thương có Công văn số 1626/BCT-TMĐT gửi các Bộ, ngành, địa phương đề nghị phối hợp xây dựng Báo cáo tổng kết thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016-2020.

- Ngày... tháng ... năm 2019, Bộ Công Thương có công văn số... gửi các Bộ, ngành, địa phương xin ý kiến đối với Dự thảo 2 Quyết định. Đến nay Bộ đã nhận được ý kiến góp ý của ... Bộ, ngành, ... Sở Công Thương các tỉnh/thành,

Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, VCCI và ý kiến của các tổ chức, cá nhân có liên quan.

- Bộ Công Thương cũng đã đăng Dự thảo Quyết định trên trang thông tin điện tử www.moit.gov.vn và www.idea.gov.vn của Bộ từ ngày ... tháng ... năm 2019 để xin ý kiến rộng rãi của nhân dân và doanh nghiệp.

- Trên cơ sở tổng hợp ý kiến góp ý của các Bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp và tổ chức, cá nhân có liên quan, Bộ Công Thương đã chỉnh lý và hoàn thiện Dự thảo cuối Quyết định để trình Chính phủ xem xét ban hành.

V. BỐ CỤC VÀ NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA QUYẾT ĐỊNH

Dự thảo Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025 đề ra mục tiêu, giải pháp tổng thể cũng như các nội dung hoạt động cụ thể và nguồn kinh phí để thực hiện các mục tiêu, giải pháp đặt ra cho sự phát triển của TMĐT trong giai đoạn 05 năm 2021-2025. Nội dung cơ bản của Kế hoạch tổng thể gồm:

1. Quan điểm phát triển

Thương mại điện tử là một trong các lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số, nơi các công nghệ tiên tiến của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) được ứng dụng rộng rãi để tăng hiệu quả của chu trình kinh doanh, góp phần hiện đại hóa hệ thống phân phối, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đẩy mạnh phát triển thị trường trong nước và xuất khẩu.

Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025 gắn kết chặt chẽ với các chiến lược, chính sách về chủ động tham gia CMCN 4.0, định hướng phát triển kinh tế số và chuyển đổi số quốc gia.

Doanh nghiệp là lực lượng nòng cốt triển khai ứng dụng thương mại điện tử trong khi nhà nước đóng vai trò quản lý, thiết lập hạ tầng và tạo môi trường cho thương mại điện tử phát triển.

Việc hỗ trợ, tạo động lực phát triển cho thương mại điện tử được thực hiện theo mô hình: lựa chọn và hỗ trợ có trọng tâm trọng điểm một số lĩnh vực/địa phương phát triển TMĐT để đóng vai trò đầu tàu, dẫn dắt, tạo sự lan tỏa trong xã hội

2. Mục tiêu phát triển

Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia sẽ bao gồm các giải pháp và hoạt động cụ thể hướng tới mục tiêu:

- Hỗ trợ, thúc đẩy việc ứng dụng rộng rãi thương mại điện tử trong doanh nghiệp và cộng đồng;

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

- Xây dựng thị trường thương mại điện tử lành mạnh, có tính cạnh tranh và phát triển bền vững;
- Mở rộng thị trường tiêu thụ cho hàng hóa Việt Nam trong và ngoài nước thông qua ứng dụng thương mại điện tử điện tử;
- Trở thành quốc gia có thị trường thương mại điện tử phát triển thuộc nhóm 3 nước dẫn đầu khu vực Đông Nam Á.

Bên cạnh đó, Chương trình đưa ra các mục tiêu cần đạt được vào năm 2020 theo bốn nhóm chỉ tiêu: hạ tầng các dịch vụ phụ trợ cho thương mại điện tử, quy mô thị trường thương mại điện tử, mức độ ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp, tương quan phát triển thương mại điện tử giữa các vùng kinh tế, và nguồn nhân lực cho thương mại điện tử. Trong đó xác định rõ các chỉ tiêu định lượng về thương mại điện tử, cụ thể như sau:

a) Về quy mô thị trường thương mại điện tử

Giai đoạn 2015-2020, thương mại điện tử Việt Nam duy trì tốc độ tăng trưởng trung bình từ 25%-30%/năm. Quy mô thị trường TMĐT bán lẻ (B2C) đạt 8,06 tỷ USD vào năm 2018, tăng gần gấp đôi so với mức 4,07 tỷ USD năm 2015 và ước đạt 12,6 tỷ USD vào năm 2020, chiếm 5,4% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng cả nước. Việt Nam cũng nằm trong khu vực phát triển năng động nhất về TMĐT hiện nay. Theo báo cáo "Kinh tế Internet Đông Nam Á năm 2019" của Google và Temasek, nền kinh tế Internet của Đông Nam Á có quy mô 100 tỷ USD vào năm 2019 và dự kiến sẽ đạt 300 tỷ USD vào năm 2025, trở thành một trong những khu vực có tốc độ tăng trưởng thương mại trực tuyến (online commerce) nhanh nhất thế giới. Đây là một điểm sáng trong bức tranh thương mại điện tử toàn cầu, khi mà tốc độ tăng trưởng trung bình của thế giới về thương mại điện tử giai đoạn tới được dự đoán ở mức 8%-10%/năm. Trong bối cảnh đó, các mục tiêu tăng trưởng của thương mại điện tử Việt Nam cho tới năm 2025 được đề xuất như sau:

- 55% dân số tham gia mua sắm trực tuyến, với giá trị mua hàng hóa và dịch vụ trực tuyến đạt trung bình 600 USD/người/năm;
- Doanh số thương mại điện tử B2C (tính cho cả hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng trực tuyến) tăng trưởng trung bình 25%/năm, đạt 35 tỷ USD, chiếm 10% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước.

b) Về hạ tầng các dịch vụ phụ trợ cho thương mại điện tử

Chi phí logistics và thói quen thanh toán tiền mặt hiện đang là những trở ngại lớn đối với phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam. Theo khảo sát của Bộ Công Thương năm 2019, tỷ trọng thanh toán bằng tiền mặt trong thương mại điện tử tại Việt Nam vẫn ở mức cao, chiếm khoảng 80% số lượng giao dịch thương mại điện tử B2C. Chi phí vận chuyển và hoàn tất đơn hàng chặng cuối

chiếm khoảng 15% giá thành sản phẩm trong TMĐT. Với việc Chính phủ tiếp tục hoàn thiện các cơ chế chính sách theo hướng hỗ trợ đổi mới sáng tạo, chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4, dự kiến hệ sinh thái cho TMĐT sẽ phát triển theo hướng đồng bộ và chuyên nghiệp hơn, đặc biệt là hạ tầng các dịch vụ phụ trợ cho TMĐT như dịch vụ logistics, dịch vụ thanh toán... Kế hoạch tổng thể đề ra một số mục tiêu về kết cấu hạ tầng mềm cho TMĐT đến năm 2025 như sau:

- Thanh toán không dùng tiền mặt trong TMĐT đạt 50%, trong đó thanh toán qua các hệ thống trung gian thanh toán chiếm 80%;
- Chi phí trung bình cho chuyển phát và hoàn tất đơn hàng chặng cuối chiếm 10% giá thành sản phẩm trong TMĐT;
- 70% các giao dịch mua hàng trên website/ứng dụng TMĐT có hóa đơn điện tử, 100% các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ TMĐT triển khai hóa đơn điện tử;
- Hình thành cơ sở dữ liệu quốc gia về TMĐT.

c) Về tương quan phát triển thương mại điện tử giữa các vùng kinh tế

Khảo sát năm 2019 của Bộ Công Thương cho thấy, thị phần thị trường TMĐT bán lẻ được phân bổ chủ yếu ở hai thành phố lớn là Hà Nội, Tp. Hồ Chí Minh cùng một số địa phương liền kề như Bắc Ninh, Vĩnh Phúc, Đồng Nai, Bình Dương và các thành phố trực thuộc Trung ương như Hải Phòng, Đà Nẵng. Hoạt động kinh doanh trực tuyến tại các tỉnh/thành phố khác còn yếu và có nguy cơ ngày càng tụt lại so với hai thành phố dẫn đầu. Theo số liệu của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, ước tính Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh chiếm tới 70% giao dịch thương mại điện tử cả nước. Quy mô thương mại điện tử ở các địa phương khác, đặc biệt ở nông thôn, vùng sâu, vùng xa còn rất nhỏ. Do đó, dự thảo Quyết định đưa ra một trong các trọng tâm là thu hẹp khoảng cách phát triển TMĐT giữa các địa phương, mục tiêu cụ thể vào năm 2025 như sau:

- Các địa phương ngoài Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh chiếm 50% giá trị giao dịch TMĐT B2C của toàn quốc;
- 50% 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.

d) Về ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp

- 80% website TMĐT có tích hợp chức năng đặt hàng trực tuyến;
- 50% doanh nghiệp vừa và nhỏ tiến hành hoạt động kinh doanh trên các sàn giao dịch TMĐT, bao gồm mạng xã hội có chức năng sàn giao dịch TMĐT;

- 40% doanh nghiệp tham gia hoạt động TMĐT trên các ứng dụng di động;

- 70% các đơn vị cung cấp dịch vụ điện, nước, viễn thông và truyền thông triển khai hợp đồng điện tử với người tiêu dùng.

đ) Về phát triển nguồn nhân lực cho thương mại điện tử

- 50% cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp có đào tạo chuyên ngành về thương mại điện tử;

- 1.000.000 lượt doanh nghiệp, hộ kinh doanh cá thể, cán bộ quản lý nhà nước, sinh viên được tham gia các khóa đào tạo về kỹ năng ứng dụng TMĐT.

3. Các giải pháp phát triển thương mại điện tử

Để đạt được các mục tiêu trên, Kế hoạch tổng thể đề ra sáu nhóm giải pháp lớn cần triển khai trong giai đoạn 2016 - 2020, bao gồm:

a) Hoàn thiện cơ chế, chính sách nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển TMĐT trong bối cảnh CMCN 4.0

b) Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động TMĐT, đấu tranh chống các hành vi gian lận thương mại, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và cạnh tranh không lành mạnh trong TMĐT

c) Các giải pháp xây dựng thị trường và nâng cao lòng tin người tiêu dùng trong TMĐT

d) Tăng cường năng lực của các hệ thống hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ cho thương mại điện tử;

đ) Đẩy mạnh ứng dụng TMĐT hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu chủ lực, mở rộng tiêu thụ cho hàng hóa nông sản và thúc đẩy phát triển TMĐT tại khu vực nông thôn

e) Phát triển và ứng dụng các công nghệ mới trong thương mại điện tử, hỗ trợ quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp.

Nội dung cụ thể cho từng nhóm giải pháp được chi tiết hóa tại dự thảo Quyết định.

4. Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia

Giai đoạn 2016-2020, bên cạnh Quyết định số 1563/QĐ-TTg về Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử, Chính phủ còn ban hành Quyết định số 689/QĐ-TTg ngày 11 tháng 5 năm 2014 phê duyệt Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014-2020. Nếu Kế hoạch tổng thể tập trung vào các giải pháp chính sách, các định hướng vĩ mô về phát triển TMĐT, thì Chương trình phát triển TMĐT quốc gia là tổng hợp các đề án cụ thể nhằm xây dựng các yếu tố hạ tầng cơ bản cho TMĐT, đồng thời triển khai các giải

pháp, hoạt động hỗ trợ phát triển lĩnh vực TMĐT theo từng địa phương, ngành hàng và lĩnh vực cụ thể. Sau năm năm thực hiện Quyết định số 689/QĐ-TTg, các đề án triển khai đã cơ bản đáp ứng nhu cầu phát triển của ngành, của từng địa phương; doanh nghiệp được hỗ trợ tích cực trong việc ứng dụng TMĐT vào hoạt động sản xuất kinh doanh, thúc đẩy sản xuất, thay đổi phương thức tiếp thị, nâng cao năng lực quản lý và tăng trưởng đáng kể về doanh thu. Kết quả triển khai Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia trong giai đoạn 2014 – 2020 được ghi nhận ở các nhóm: (i) Phát triển các sản phẩm, giải pháp TMĐT; nhóm Tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về TMĐT; (iii) Tư vấn, xây dựng kế hoạch ứng dụng TMĐT; (iv) nhóm Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực TMĐT; (v) Nâng cao năng lực quản lý về TMĐT; (vi) Hợp tác quốc tế về TMĐT.

Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia với nguồn lực được phân bổ đã góp phần quan trọng cho việc hoàn thành những mục tiêu đề ra tại Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016-2020. Kết quả triển khai các đề án của Chương trình đã hình thành nên một số yếu tố hạ tầng cơ bản cho thương mại điện tử Việt Nam như hệ thống thanh toán TMĐT quốc gia Keypay giai đoạn 1, hệ thống quản lý hoạt động TMĐT quốc gia, giải pháp thẻ thanh toán TMĐT tích hợp, hệ thống quản lý trực tuyến hoạt động vận chuyển cho TMĐT, hàng trăm chương trình đào tạo, phát triển nguồn nhân lực cho TMĐT và các sự kiện kích cầu về TMĐT trên quy mô toàn quốc, cùng các giải pháp hỗ trợ, nâng cao năng lực cho doanh nghiệp xuất khẩu tham gia thị trường TMĐT thế giới; xây dựng thương hiệu trực tuyến cho các hàng hóa, dịch vụ chủ lực của Việt Nam.

Để đảm bảo tính liên tục và kế thừa của tác động chính sách, các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử của Trung ương và địa phương cần tiếp tục triển khai các đề án, hoạt động trong khuôn khổ một Chương trình tổng thể quốc gia nhằm phát triển hạ tầng TMĐT và hỗ trợ việc ứng dụng TMĐT đến từng địa bàn, cộng đồng doanh nghiệp, góp phần xây dựng hệ sinh thái toàn diện cho TMĐT. Với mục đích đó, dự thảo Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2021-2025 đã tích hợp và dành riêng một mục để quy định về Chương trình phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn này.

Nội dung Chương trình phát triển TMĐT quốc gia bám sát quy định tại Điều 7 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử, bao gồm các nhóm hoạt động: i) Xây dựng, phát triển kết cấu hạ tầng thương mại điện tử; ii) Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử; iii) Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử; iv) Phát triển các sản phẩm, giải pháp thương mại điện tử; v) Tư vấn xây dựng kế hoạch ứng dụng thương mại điện tử; vi) Hợp tác quốc tế về thương mại điện tử; vii) Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động phát triển thương mại điện tử

VI. Giải trình, tiếp thu ý kiến của các Bộ, ngành, địa phương

VII. Kết luận và kiến nghị

Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025 có ý nghĩa rất quan trọng trong việc thúc đẩy TMĐT Việt Nam phát triển toàn diện và bền vững trong giai đoạn 5 năm tới, đưa TMĐT trở thành kết cấu hạ tầng quan trọng của hệ thống thương mại và trụ cột của nền kinh tế số, đưa nước ta trở thành quốc gia có trình độ phát triển TMĐT hàng đầu khu vực Đông Nam Á và có thứ hạng cao ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương vào năm 2025. Cùng với các Chương trình, đề án khác của Chính phủ nhằm thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2021-2025, Chương trình tổng thể phát triển TMĐT sẽ góp phần quan trọng nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh quốc gia, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số nền kinh tế, để Việt Nam có thể chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư theo đúng tinh thần Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27 tháng 9 năm 2019 của Bộ Chính trị.

Bộ Công Thương kính trình Thủ tướng Chính phủ xem xét và ký Quyết định phê duyệt Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Văn phòng Chính phủ;
- Bộ trưởng;
- Các Thứ trưởng;
- Lưu: VT, TMĐT(2).

BỘ TRƯỞNG

Trần Tuấn Anh

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Số: /QĐ-TTg

Hà Nội, ngày tháng năm 2020

Dự thảo 1.0

QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia
giai đoạn 2021-2025**

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 19 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ Luật Giao dịch điện tử ngày 29 tháng 11 năm 2005;

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

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

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

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Công Thương,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 - 2025 với mục tiêu và nội dung chủ yếu sau:

A. QUAN ĐIỂM

- Thương mại điện tử là một trong các lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số, nơi các công nghệ tiên tiến của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) được ứng dụng rộng rãi để tăng hiệu quả của chu trình kinh doanh, góp phần hiện đại hóa hệ thống phân phối, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đẩy mạnh phát triển thị trường trong nước và xuất khẩu.

- Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025 gắn kết chặt chẽ với các chiến lược, chính sách về chủ động tham gia CMCN 4.0, định hướng phát triển kinh tế số và chuyển đổi số quốc gia.

- Doanh nghiệp là lực lượng nòng cốt triển khai ứng dụng thương mại điện tử trong khi nhà nước đóng vai trò quản lý, thiết lập hạ tầng và tạo môi trường cho thương mại điện tử phát triển.

- Việc hỗ trợ, tạo động lực phát triển cho thương mại điện tử được thực hiện theo mô hình: lựa chọn và hỗ trợ có trọng tâm trọng điểm một số lĩnh vực/địa phương phát triển thương mại điện tử để đóng vai trò đầu tàu, dẫn dắt, tạo sự lan tỏa trong xã hội.

B. MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN

I. Mục tiêu tổng quát

- Hỗ trợ, thúc đẩy việc ứng dụng rộng rãi thương mại điện tử trong doanh nghiệp và cộng đồng;

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

- Xây dựng thị trường thương mại điện tử lành mạnh, có tính cạnh tranh và phát triển bền vững;

- Mở rộng thị trường tiêu thụ cho hàng hóa Việt Nam trong và ngoài nước thông qua ứng dụng thương mại điện tử; đẩy mạnh giao dịch thương mại điện tử xuyên biên giới;

- Trở thành quốc gia có thị trường thương mại điện tử phát triển thuộc nhóm 3 nước dẫn đầu khu vực Đông Nam Á.

II. Mục tiêu cụ thể (cần đạt được vào năm 2025)

1. Về quy mô thị trường thương mại điện tử

a) 50% dân số tham gia mua sắm trực tuyến, với giá trị mua hàng hóa và dịch vụ trực tuyến đạt trung bình 550 USD/người/năm;

b) Doanh số thương mại điện tử B2C (tính cho cả hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng trực tuyến) tăng 25%/năm, đạt 35 tỷ USD, chiếm 10% so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước;

2. Về hạ tầng các dịch vụ phụ trợ cho thương mại điện tử

a) Thanh toán không dùng tiền mặt trong thương mại điện tử đạt 50%, trong đó thanh toán qua các hệ thống trung gian thanh toán chiếm 80%;

b) Chi phí trung bình cho chuyển phát và hoàn tất đơn hàng chặng cuối chiếm 15% giá thành sản phẩm trong thương mại điện tử;

c) 70% các giao dịch mua hàng trên website/ứng dụng thương mại điện tử có hóa đơn điện tử, 100% các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thương mại điện tử triển khai hóa đơn điện tử;

- d) Hình thành cơ sở dữ liệu quốc gia về thương mại điện tử
- 3. Về tương quan phát triển thương mại điện tử giữa các vùng kinh tế
 - a) Các địa phương ngoài Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh chiếm 50% giá trị giao dịch thương mại điện tử B2C của toàn quốc;
 - b) 50% 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.
- 4. Về ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp
 - a) 80% website thương mại điện tử có tích hợp chức năng đặt hàng trực tuyến;
 - b) 50% doanh nghiệp vừa và nhỏ tiến hành hoạt động kinh doanh trên các sàn giao dịch thương mại điện tử, bao gồm mạng xã hội có chức năng sàn giao dịch thương mại điện tử;
 - c) 40% doanh nghiệp tham gia hoạt động thương mại điện tử trên các ứng dụng di động;
 - d) 70% các đơn vị cung cấp dịch vụ điện, nước, viễn thông và truyền thông triển khai hợp đồng điện tử với người tiêu dùng.
- 5. Về phát triển nguồn nhân lực cho thương mại điện tử
 - a) 50% cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp có đào tạo chuyên ngành về thương mại điện tử;
 - c) 1.000.000 lượt doanh nghiệp, hộ kinh doanh cá thể, cán bộ quản lý nhà nước, sinh viên được tham gia các khóa đào tạo về kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử.

C. CÁC NHÓM GIẢI PHÁP

1. Hoàn thiện cơ chế, chính sách nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển thương mại điện tử trong bối cảnh CMCN 4.0

Rà soát, bổ sung, sửa đổi và ban hành mới các chính sách, văn bản quy phạm pháp luật theo hướng tạo điều kiện, khuyến khích, hỗ trợ các hoạt động ứng dụng thương mại điện tử và các mô hình kinh doanh mới trên nền tảng công nghệ số:

- a) Tiếp tục cải thiện khung khổ pháp lý, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp vận hành nền tảng công nghệ phát triển các mô hình, giải pháp và dịch vụ thương mại điện tử dựa trên ứng dụng công nghệ tiên tiến, đảm bảo đối xử bình đẳng giữa mô hình kinh doanh truyền thống với mô hình kinh doanh ứng dụng công nghệ;

b) Có chính sách cho phép thử nghiệm có kiểm soát (Sandbox) đối với các mô hình kinh doanh, sản phẩm và dịch vụ mới trong thương mại điện tử;

c) Thiết lập những cơ chế nhằm tăng cường trách nhiệm và vai trò của các doanh nghiệp vận hành nền tảng trong việc quản lý các giao dịch thương mại điện tử trên nền tảng của mình;

d) Bổ sung mã ngành đăng ký kinh doanh cho lĩnh vực thương mại điện tử, xây dựng và tổ chức thực thi các quy định về tiêu chuẩn trong hoạt động thương mại điện tử;

đ) Xây dựng, ban hành các quy định điều chỉnh và chính sách hỗ trợ, phát triển dịch vụ hoàn thiện đơn hàng và giao hàng chặng cuối cho thương mại điện tử;

e) Hoàn thiện hệ thống văn bản pháp quy về quản lý hoạt động kinh doanh thương mại điện tử, bổ sung các quy định về quản lý hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới nhằm tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh trong thương mại điện tử;

g) Hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm trong thương mại điện tử;

h) Ban hành chính sách và giải pháp khuyến khích doanh nghiệp sử dụng hóa đơn điện tử khi tiến hành bán hàng hóa, dịch vụ, hoàn thiện cơ chế và tăng cường hiệu quả công tác quản lý thuế trong thương mại điện tử;

i) Xây dựng và hoàn thiện các bộ tiêu chuẩn về trao đổi thông tin trong giao dịch thương mại đối với mã QR code, Barcode, NFC và các công nghệ nền tảng phục vụ thương mại điện tử khác;

k) Ban hành các chính sách, quy định và triển khai các giải pháp toàn diện nhằm tăng tỷ lệ thanh toán điện tử trong giao dịch trực tuyến và giảm tỷ lệ sử dụng tiền mặt, phương thức giao hàng nhận tiền (COD) trong thương mại điện tử;

l) Thường xuyên rà soát khung pháp lý, chính sách về thương mại điện tử trong nước so với các cam kết trong các FTA, đặc biệt là các FTA thế hệ mới. Đánh giá chi tiết tác động của các cam kết quốc tế đối với thương mại điện tử và dịch chuyển dữ liệu, bảo vệ người tiêu dùng sau bán hàng, v.v.

2. Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động thương mại điện tử, đấu tranh 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

a) Hoàn thiện các quy định về thanh tra, kiểm tra và xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực thương mại điện tử đáp ứng yêu cầu quản lý nhà nước và phù hợp với tình hình thực tế;

b) Xây dựng, kiện toàn bộ máy chuyên trách quản lý nhà nước về thương mại điện tử thuộc Sở Công Thương các địa phương;

c) Nâng cao năng lực cho đội ngũ thực thi pháp luật về thương mại điện tử tại các địa phương thông qua việc thường xuyên tổ chức bồi dưỡng kiến thức và kỹ năng thương mại điện tử, trang bị các phương tiện hiện đại để hỗ trợ việc theo dõi, giám sát, giải quyết tranh chấp, xử lý vi phạm các hoạt động thương mại điện tử trên môi trường trực tuyến;

d) Xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành và hình thành lực lượng phản ứng nhanh để kịp thời xử lý các hành vi buôn lậu, gian lận thương mại, buôn bán hàng giả, hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và cạnh tranh không lành mạnh trong thương mại điện tử;

đ) Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong các hoạt động đấu tranh phòng chống tội phạm liên quan đến thương mại điện tử, xây dựng hệ thống thông tin và cơ sở dữ liệu dùng chung về thương mại điện tử giữa các lực lượng thực thi pháp luật;

e) Tổ chức các hoạt động đối thoại thường niên giữa cơ quan quản lý nhà nước với các doanh nghiệp thương mại điện tử để kịp thời nắm bắt những vấn đề cần tháo gỡ;

g) Tăng cường năng lực thống kê về thương mại điện tử ở cấp quốc gia, ngành hàng và địa phương;

h) Đẩy mạnh cung cấp trực tuyến các dịch vụ công liên quan tới hoạt động sản xuất kinh doanh, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong các thủ tục hành chính công.

3. Các giải pháp xây dựng thị trường và nâng cao lòng tin người tiêu dùng trong thương mại điện tử

a) Tuyên truyền, đào tạo kỹ năng thương mại điện tử cho người dân và doanh nghiệp nhằm nâng cao trình độ tham gia và khai thác các ứng dụng thương mại điện tử của doanh nghiệp, tăng cường khả năng nhận biết và ứng phó của người tiêu dùng với những hành vi tiêu cực trong thương mại điện tử;

b) Tổ chức các sự kiện thương mại điện tử thường niên mang tính kích cầu cho thị trường trong nước và mở rộng cho 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;

c) Hỗ trợ doanh nghiệp triển khai và khuyến khích người dân, doanh nghiệp sử dụng các giải pháp thanh toán đảm bảo trong giao dịch thương mại điện tử;

d) Xây dựng và thực thi các giải pháp chính sách nhằm tăng tỷ trọng hàng nội địa trên môi trường trực tuyến;

đ) Phát triển các hệ thống chứng thực, đánh giá tín nhiệm doanh nghiệp và người tiêu dùng trong thương mại điện tử trên cơ sở tham gia nhiều bên của cơ quan quản lý nhà nước, đơn vị truyền thông, các hiệp hội, doanh nghiệp và tổ chức bảo vệ người tiêu dùng;

e) Xây dựng các cơ chế giải quyết tranh chấp hiệu quả ứng dụng công nghệ số, khuyến khích việc hình thành các hệ thống trọng tài/giải quyết tranh chấp độc lập, tham gia các cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến của khu vực và quốc tế;

g) Nghiên cứu, xem xét áp dụng hệ thống giải quyết tranh chấp trực tuyến (Online Dispute Resolution - ODR) nhằm tăng cường bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong thương mại điện tử, thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử xuyên biên giới, đặc biệt đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

4. Tăng cường năng lực các hệ thống hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ cho thương mại điện tử;

a) Phát triển mở rộng hệ thống thanh toán thương mại điện tử quốc gia chú trọng các tiện ích tích hợp thanh toán điện tử như thanh toán trên nền tảng di động, ví điện tử, mã QR code, NFC, POS... để sử dụng rộng rãi cho các mô hình thương mại điện tử, bao gồm mô hình thương mại điện tử doanh nghiệp – người tiêu dùng (B2C), doanh nghiệp – doanh nghiệp (B2B), chính phủ – người dân (G2C), chính phủ – doanh nghiệp (G2B); Online – Offline (O2O)

b) Cải thiện hạ tầng giao thông và logistics, ứng dụng các công nghệ mới trong hoạt động logistics; khuyến khích thí điểm và triển khai ứng dụng các phương tiện giao thông mới hỗ trợ việc vận chuyển, giao nhận hàng hóa trong thương mại điện tử;

c) Xây dựng hệ thống quản lý trực tuyến các dịch vụ vận chuyển, giao nhận và hoàn tất đơn hàng cho thương mại điện tử bao phủ tất cả các tỉnh, thành phố trên cả nước; từng bước mở rộng ra khu vực nhằm đẩy mạnh hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới; ban hành hệ thống tiêu chuẩn cho dịch vụ chuyển phát và hoàn tất đơn hàng trong thương mại điện tử;

d) Phát triển 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 nền tảng di động, thẻ thông minh và dữ liệu lớn;

e) Xây dựng hạ tầng chứng thực hợp đồng điện tử và các chứng từ điện tử phục vụ giao dịch thương mại khác trên nền tảng xác thực thông tin ứng dụng công nghệ số bao gồm chữ ký số công cộng, chữ ký số cá nhân trên di động, lưu trữ block-chain, v.v...

g) Xây dựng các hệ thống tra cứu, truy xuất, kiểm soát lưu thông hàng hóa trên nền tảng các giải pháp về chứng từ điện tử trong thương mại bao gồm hóa đơn điện tử, tem điện tử, chứng từ xuất kho điện tử và các chứng từ thương mại khác.

5. Đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu chủ lực, mở rộng tiêu thụ cho hàng hóa nội địa và thúc đẩy phát triển thương mại điện tử tại khu vực nông thôn

a) Chọn lựa một số địa phương đại diện cho mỗi vùng kinh tế trọng điểm và triển khai các đề án hỗ trợ phát triển thương mại điện tử theo ngành hàng, từ đó tạo hiệu ứng lan tỏa ra các địa phương trên toàn quốc;

b) Nghiên cứu, phát triển và đưa vào triển khai mô hình chuỗi cung ứng thông minh, vận dụng công nghệ dữ liệu lớn (big data) để dự báo thị trường và gắn kết hiệu quả các quá trình sản xuất với nhu cầu thị trường;

c) Xây dựng và hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các giải pháp công nghệ số (công nghệ mã vạch, mã QR code, chip NFC, công nghệ blockchain...) để truy xuất nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm, xây dựng thương hiệu trực tuyến và tiếp thị sản phẩm trên môi trường điện tử;

d) Xây dựng gian hàng quốc gia trên một số sàn thương mại điện tử lớn của thế giới, tổ chức các không gian hàng Việt là nơi tập trung các thương hiệu uy tín, có hàm lượng nội địa hóa cao, được cơ quan quản lý nhà nước thẩm định và đảm bảo về nguồn gốc xuất xứ sản phẩm trên các sàn thương mại điện tử lớn của Việt Nam và thế giới;;

đ) Triển khai các đề án hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ trong các ngành hàng tiêu biểu tham gia các sàn thương mại điện tử lớn trong và ngoài nước;

e) Tổ chức chuỗi cung ứng thương mại điện tử cho các mặt hàng nông sản, xây dựng mối liên kết giữa doanh nghiệp sản xuất, doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thương mại điện tử để tối ưu hóa chi phí và thời gian đưa hàng hóa ra thị trường;

f) Thiết lập mô hình trung tâm hỗ trợ phân phối sản phẩm, hàng hóa của doanh nghiệp trên môi trường trực tuyến.

6. Phát triển và ứng dụng các công nghệ mới trong thương mại điện tử, hỗ trợ quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp

a) Xây dựng Chương trình hỗ trợ chuyển đổi số trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ, ứng dụng các công nghệ số nhằm cải tiến mô hình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp; Nghiên cứu, lựa chọn ngành, lĩnh vực ưu tiên để phát triển các ứng dụng công nghệ mới vào sản xuất và kinh doanh;

b) Triển khai ứng dụng công nghệ chuỗi khối trong quản lý, phát triển chuỗi cung ứng và hậu cần thông minh;

c) Phát triển các sản phẩm, giải pháp ứng dụng công nghệ thực tế ảo, thực tế tăng cường và hỗ trợ doanh nghiệp triển khai ứng dụng trong từng công đoạn của chu trình quản lý và kinh doanh;

d) Phát triển các hệ thống thông tin có quy mô lớn, kết hợp công nghệ hiện đại, có khả năng phân tích và tích hợp;

đ) Xây dựng và triển khai hệ thống ứng dụng trí tuệ nhân tạo và học máy nhằm minh bạch hoá và nâng cao hiệu quả công tác quản lý nhà nước;

e) Quảng bá, nâng cao nhận thức, hỗ trợ đào tạo về chuyển đổi số, tập trung vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ và các khu vực tụt hậu;

g) Triển khai thí điểm và từng bước nhân rộng mô hình doanh nghiệp số đối với từng ngành, lĩnh vực phù hợp với điều kiện của từng địa phương;

h) Phát triển các sản phẩm, giải pháp công nghệ số và hỗ trợ doanh nghiệp triển khai ứng dụng trong từng công đoạn của chu trình kinh doanh; Phát triển các dịch vụ tích hợp dựa trên công nghệ tiên tiến và triển khai nhân rộng cho doanh nghiệp vừa và nhỏ;

i) Xây dựng và đưa vào vận hành, khai thác hệ thống đấu thầu qua mạng tổng thể mới (theo mô hình PPP); Thực hiện kết nối Hệ thống mạng đấu thầu quốc gia với các hệ thống Chính phủ điện tử, hệ thống thương mại điện tử khác; Tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý về đấu thầu qua mạng phù hợp thực tiễn và thông lệ quốc tế.

D. CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA

1. Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia gồm tổng hợp các Đề án được phê duyệt hàng năm, do Bộ Công Thương và UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tổ chức thực hiện theo những nội dung quy định tại Phụ lục 2 Quyết định này.

2. Đối tượng tham gia:

a) Đơn vị chủ trì thực hiện các Đề án thuộc Chương trình (sau đây gọi tắt là Đơn vị chủ trì) bao gồm:

- 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.

Các Đơn vị chủ trì được tiếp nhận kinh phí để triển khai thực hiện các Đề án thuộc Chương trình và có trách nhiệm quyết toán kinh phí theo quy định.

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

F. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Nguồn vốn thực hiện Kế hoạch tổng thể được đảm bảo từ các nguồn: vốn ngân sách nhà nước, vốn doanh nghiệp, vốn vay từ các tổ chức tín dụng, tài trợ quốc tế và nguồn vốn huy động hợp pháp khác theo quy định của pháp luật.

2. Đối với nguồn vốn ngân sách nhà nước thực hiện theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành, cụ thể như sau:

a) Các dự án, nhiệm vụ thuộc phạm vi chi của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ do ngân sách trung ương đảm bảo và được bố trí trong dự toán chi ngân sách hàng năm của cơ quan;

b) Các dự án, nhiệm vụ, nội dung thuộc phạm vi chi của Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương do ngân sách địa phương đảm bảo và được bố trí trong ngân sách hàng năm của địa phương.

3. Kinh phí thực hiện Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia

3.1. Nguồn kinh phí:

Kinh phí thực hiện Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia cho giai đoạn 2021 - 2025 khoảng 700 tỷ đồng, bao gồm:

a) Ngân sách trung ương khoảng 500 tỷ đồng, trong đó vốn sự nghiệp 300 tỷ đồng và vốn đầu tư phát triển 200 tỷ đồng;

b) Đóng góp của các tổ chức, doanh nghiệp tham gia Chương trình khoảng 200 tỷ đồng;

c) Nguồn kinh phí hợp pháp khác theo quy định của pháp luật.

3.2. Nguyên tắc cấp và quản lý kinh phí cho Chương trình từ ngân sách nhà nước:

a) Kinh phí thực hiện Chương trình được giao trong dự toán chi ngân sách hàng năm của Bộ Công Thương;

b) Hỗ trợ các đối tượng thụ hưởng thông qua Đơn vị chủ trì;

c) Đơn vị chủ trì chịu trách nhiệm huy động các nguồn vốn kết hợp với phân ngân sách hỗ trợ để đảm bảo thực hiện các Đề án;

d) Hằng năm, căn cứ các nội dung hoạt động của Chương trình, Bộ Công Thương xây dựng kế hoạch và dự toán kinh phí của Chương trình, tổng hợp vào dự toán ngân sách hàng năm của Bộ Công Thương, gửi Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư tổng hợp, trình cấp có thẩm quyền theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các văn bản pháp luật có liên quan;

Điều 2. Tổ chức thực hiện

1. Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia được tổ chức thực hiện gắn kết và đồng bộ với các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển các lĩnh vực thuộc ngành công thương và các ngành kinh tế, đặc biệt là lĩnh vực xuất khẩu, phân phối và các ngành dịch vụ khác; các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, đề án, chương trình phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông; các chương trình cải cách hành chính và ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước.

2. 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, hằng năm tổng hợp tình hình triển khai và đề xuất các giải pháp vượt thẩm quyền trình Thủ tướng Chính phủ quyết định, tổng kết tình hình thực hiện 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.

3. Bộ Tài chính và Bộ Kế hoạch và Đầu tư:

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 phân cấp và quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước;

b) Phối hợp với Bộ Công Thương hướng dẫn, kiểm tra, giám sát việc thực hiện Chương trình.

4. Căn cứ Kế hoạch tổng thể này, các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ có trách nhiệm:

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 đính kèm;

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.

5. 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 2021-2025 của địa phương mình, 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) Tổ chức và huy động các nguồn vốn đối ứng để thực hiện các Đề án phát triển thương mại điện tử từ ngân sách Trung ương theo Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia;

d) Định kỳ hàng năm báo cáo Bộ Công Thương về tình hình thực hiện Kế hoạch tổng thể tại địa phương.

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

Điều 4. 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 CP;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các UB của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- UB Giám sát tài chính QG;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Ủy ban TW Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể;
- VPCP: BTCN, các PCN, Cổng TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc, Công báo;
- Lưu: Văn thư, KTTH (5b).

THỦ TƯỚNG

Nguyễn Xuân Phúc

PHỤ LỤC 2

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA

1. Xây dựng, phát triển các hệ thống hạ tầng thương mại điện tử

- a) Xây dựng hệ thống thanh toán thương mại điện tử quốc gia bao gồm nền tảng hỗ trợ dịch vụ hành chính công trực tuyến; trung tâm thanh toán đảm bảo tích hợp giải quyết tranh chấp trực tuyến trong thương mại điện tử, tích hợp các dịch vụ trung gian thanh toán; giải pháp thanh toán trả sau tại các điểm giao dịch;
- b) Xây dựng hệ thống quản lý trực tuyến dịch vụ chuyển phát và hoàn tất đơn hàng cho thương mại điện tử;
- c) Xây dựng hệ thống hóa đơn điện tử cho các giao dịch bán hàng trực tuyến;
- d) Xây dựng các tiêu chuẩn trao đổi thông điệp dữ liệu trong thương mại điện tử;
- đ) Xây dựng trực thương mại điện tử quốc gia;
- e) Xây dựng cơ sở dữ liệu quản lý hoạt động thương mại điện tử.
- g) Xây dựng hệ thống đánh giá tín nhiệm doanh nghiệp và người tiêu dùng trong thương mại điện tử
- h) Xây dựng hệ thống giải quyết tranh chấp trực tuyến cho thương mại điện tử
- i) Xây dựng hệ thống chứng thực điện tử, xác thực thông tin trong các giao dịch thương mại điện tử;
- k) Xây dựng và phát triển hạ tầng công nghệ để quản lý chứng từ điện tử, quản lý lưu thông hàng hóa trong giao dịch thương mại.
- l) Phát triển hạ tầng thẻ thông minh tích hợp thanh toán và các dịch vụ thương mại điện tử, liên kết đa ngành, đa dịch vụ trên nền tảng công nghệ số.

2. Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức và kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử cho cộng đồng

- a) Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức và kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử cho cộng đồng thông qua các hoạt động truyền thông trên báo giấy, báo điện tử, truyền thanh, truyền hình, ấn phẩm, mạng xã hội và các hình thức khác;
- b) Xây dựng các giải pháp tra cứu, cảnh báo tín nhiệm của các chủ thể trong thương mại điện tử; ban hành các bộ tiêu chí xếp hạng đối với doanh

ngành thương mại điện tử, người tiêu dùng tham gia giao dịch thương mại điện tử;

c) Tổ chức thường niên Ngày mua sắm trực tuyến Việt Nam và các sự kiện thúc đẩy phát triển thương mại điện tử ở thị trường trong nước, mở rộng liên kết, phối hợp với các chương trình tương tự của các quốc gia, vùng lãnh thổ trong khu vực và trên thế giới;

d) Tổ chức các cuộc thi, triển lãm, giải thưởng về thương mại điện tử;

đ) Xây dựng chỉ số phát triển thương mại điện tử Việt Nam, xuất bản sách trắng hàng năm về thương mại điện tử.

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

a) Đào tạo, tập huấn ngắn hạn trong nước cho doanh nghiệp về thương mại điện tử theo địa phương và lĩnh vực kinh doanh;

b) Đào tạo kiến thức, kỹ năng thương mại điện tử cho giáo viên các trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp, phát triển mạng lưới giảng viên, chuyên gia có kinh nghiệm về giảng dạy, truyền đạt kiến thức, kỹ năng về thương mại điện tử;

c) Xây dựng hệ thống học liệu phục vụ nghiên cứu, giảng dạy và học tập về thương mại điện tử;

d) Xây dựng và tổ chức triển khai các chương trình đào tạo thương mại điện tử cho sinh viên gắn với chuyên ngành cụ thể, có sự tham gia của các doanh nghiệp thương mại điện tử lớn trong và ngoài nước. Kết nối nhu cầu tuyển dụng nhân lực thương mại điện tử giữa nhà trường và doanh nghiệp, cộng đồng;

e) Xây dựng các tiêu chuẩn, chứng chỉ về kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử; đưa ra khuyến nghị áp dụng trong việc tuyển dụng và phát triển nguồn nhân lực cho thương mại điện tử.

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

a) Xây dựng bộ giải pháp hỗ trợ kinh doanh trực tuyến để giúp các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ triển khai ứng dụng thương mại điện tử;

b) Xây dựng và duy trì sàn giao dịch thương mại điện tử nhằm quảng bá hình ảnh, thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam;

c) Hỗ trợ, nâng cao năng lực cho doanh nghiệp xuất khẩu tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử uy tín trong nước và thế giới;

d) Xây dựng và hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các giải pháp công nghệ (công nghệ mã vạch, QR code, chip NFC, công nghệ blockchain...) để truy xuất nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm;

đ) Xây dựng các giải pháp để phát triển ứng dụng thương mại điện tử trên nền thiết bị di động và phát triển nội dung số cho thương mại điện tử;

e) Triển khai các chương trình, giải pháp để xây dựng thương hiệu trực tuyến cho các hàng hóa, dịch vụ chủ lực của Việt Nam;

g) Phát triển các giải pháp xây dựng nội dung và tiếp thị trực tuyến dành cho doanh nghiệp;

h) Phát triển giải pháp bảo mật và an toàn thông tin cho các giao dịch điện tử;

i) Hỗ trợ xây dựng và triển khai thí điểm các mô hình trình diễn kỹ thuật, mô hình ứng dụng công nghệ mới trong thương mại điện tử;

k) Phát triển các giải pháp và tiện ích hỗ trợ cho dịch vụ công trực tuyến về thống kê, quản lý dữ liệu, kết nối người dùng trên nền tảng thiết bị thông minh;

l) Xây dựng, triển khai mô hình trung tâm hỗ trợ phân phối sản phẩm, hàng hóa, đặc biệt là các hàng hóa sản xuất trong nước trên môi trường trực tuyến;

m) Xây dựng các hệ thống và giải pháp hỗ trợ đào tạo trực tuyến về thương mại điện tử.

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

a) Thống kê, khảo sát, thu thập số liệu về hoạt động thương mại điện tử của doanh nghiệp và người tiêu dùng;

b) Nghiên cứu thị trường có liên quan đến thương mại điện tử;

c) Xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển thương mại điện tử theo địa phương và lĩnh vực kinh doanh, đặc biệt là các lĩnh vực có tiềm năng xuất khẩu cao.

6. Hợp tác quốc tế về thương mại điện tử

a) Tham gia đàm phán nội dung thương mại điện tử trong các cơ chế hợp tác đa phương;

b) Tham gia các cơ chế hợp tác vùng/tiểu vùng về phát triển thương mại điện tử;

c) Tham gia các cơ chế giải quyết tranh chấp xuyên biên giới trong thương mại điện tử;

d) Tham gia các đoàn khảo sát, học tập kinh nghiệm quốc tế trong quản lý và phát triển hoạt động thương mại điện tử;

e) Tổ chức các hoạt động kết nối doanh nghiệp thương mại điện tử trong và ngoài nước, thúc đẩy hoạt động thương mại điện tử qua biên giới và thương mại phi giấy tờ;

f) Tổ chức thực hiện và xây dựng các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp triển khai các cam kết về thương mại điện tử trong các Hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam là thành viên.

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

a) Tập huấn ngắn hạn trong nước và nước ngoài cho các tổ chức, cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử;

b) Xuất bản tài liệu hướng dẫn, tài liệu tham khảo kinh nghiệm quản lý nhà nước về thương mại điện tử tại các quốc gia phát triển;

c) Tổ chức khảo sát, xây dựng, triển khai và tổng kết đánh giá các cơ chế quản lý thí điểm với những mô hình thương mại điện tử mới;

d) Tổ chức các lớp đào tạo, tập huấn thường xuyên và chuyên sâu cho các lực lượng thực thi pháp luật về chống hành vi buôn lậu, gian lận thương mại, buôn bán hàng giả, hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên môi trường trực tuyến;

e) Trang bị phương tiện, thiết bị công nghệ cho các lực lượng thực thi pháp luật về thương mại điện tử;

g) Hoàn thiện hệ thống đăng ký, quản lý website và ứng dụng thương mại điện tử;

h) Xây dựng hệ thống giám sát, cảnh báo với các sàn và website/ứng dụng thương mại điện tử lớn nhằm loại bỏ kịp thời thông tin về hàng hóa vi phạm trên sàn;

i) Xây dựng các giải pháp hỗ trợ công tác quản lý, giám sát thực thi và xử lý vi phạm trong hoạt động thương mại điện tử.

k) Xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về hoạt động thương mại điện tử.

8. Hỗ trợ các ngành hàng, địa phương ứng dụng thương mại điện tử

a) Triển khai các đề án hỗ trợ phát triển thương mại điện tử theo ngành hàng tại từng địa phương

b) Xây dựng mô hình chuỗi cung ứng thông minh, vận dụng dữ liệu lớn để dự báo thị trường cho một số mặt hàng nông sản chủ lực;

c) Xây dựng gian hàng quốc gia trên các sàn giao dịch thương mại điện tử uy tín của thế giới và hỗ trợ, nâng cao năng lực cho doanh nghiệp xuất khẩu tham gia những gian hàng này;

đ) Phối hợp với các sàn giao dịch thương mại điện tử lớn của Việt Nam tổ chức khu hàng Việt trên sàn; chọn lọc đưa vào các thương hiệu uy tín, có hàm lượng nội địa hóa cao để hỗ trợ và quảng bá;

đ) Đào tạo kỹ năng và hỗ trợ kinh phí cho doanh nghiệp vừa và nhỏ trong các ngành hàng tiêu biểu tham gia các sàn thương mại điện tử lớn trong và ngoài nước;

e) Xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về sản phẩm tiêu biểu của các địa phương và hỗ trợ đưa các sản phẩm ra thị trường thông qua thương mại điện tử.

g) Tổ chức chuỗi cung ứng thương mại điện tử cho các mặt hàng nông sản, xây dựng mối liên kết giữa doanh nghiệp sản xuất, doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thương mại điện tử để mở rộng thị trường tiêu thụ cho nông sản Việt Nam.

PHỤ LỤC 1

CÁC HOẠT ĐỘNG THỰC HIỆN KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Đơn vị		Nội dung công việc	Tiến độ thực hiện	
Chủ trì	Phối hợp		Bắt đầu	Kết thúc
Bộ Công Thương	Các Bộ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương	Tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử 2021-2025, hàng năm tổng hợp tình hình triển khai và đề xuất các giải pháp vượt thẩm quyền trình Thủ tướng Chính phủ quyết định, tổng kết tình hình thực hiện vào năm kết thúc Kế hoạch tổng thể.	2021	2025
		Ban hành, sửa đổi, bổ sung các quy định liên quan tới việc quản lý hoạt động thương mại điện tử, bao gồm: - Các quy định pháp luật điều chỉnh những mô hình thương mại điện tử trên các nền tảng công nghệ mới; - Các quy định pháp luật về quản lý hoạt động kinh doanh thương mại điện tử, quản lý hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới - Các quy định pháp luật về giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm trong thương mại điện tử; - Các quy định pháp luật về an toàn thông tin và bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử.	2021	2025
	Các Bộ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương	Nghiên cứu, đề xuất, ban hành các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh những phương thức kinh doanh và đối tượng mới phát sinh trong hoạt động thương mại điện tử.	2021	2025

		Mở rộng và củng cố năng lực của Công thông tin quản lý hoạt động thương mại điện tử www.online.gov.vn , coi đây là cốt lõi của cơ chế giám sát và thực thi quản lý nhà nước về thương mại điện tử.	2021	2025
		Xây dựng và triển khai Chương trình hỗ trợ chuyển đổi số trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ.	2021	2025
		Thiết lập cơ chế hợp tác song phương về thương mại điện tử với một số đối tác thương mại lớn trong khu vực nhằm thúc đẩy hoạt động đầu tư, kinh doanh thương mại điện tử với những thị trường trọng điểm.	2021	2025
		Rà soát, đề xuất sửa đổi, bổ sung danh mục ngành nghề sử dụng trong đăng ký kinh doanh đối với các loại hình kinh doanh dịch vụ thương mại điện tử.	2021	2022
Bộ Công Thương	Bộ Kế hoạch và Đầu tư	Xây dựng đề án và hỗ trợ đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử trong một số ngành sản xuất và dịch vụ chính, từ đó nhân rộng các mô hình ứng dụng thương mại điện tử thành công sang các lĩnh vực khác của nền kinh tế.	2021	2025
Bộ Công Thương	Sở Công Thương các địa phương	Xây dựng hệ thống thống kê trực tuyến; chuẩn hóa biểu mẫu, chỉ tiêu thống kê theo từng thời kỳ phục vụ công tác quản lý điều hành và xây dựng chính sách về thương mại điện tử.	2021	2022
		Xây dựng các chương trình tập huấn cho cán bộ quản lý và chương trình chuyên sâu cho đội ngũ cán bộ chuyên trách về thương mại điện tử.	2021	2025
		Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử, nghiên cứu xây dựng các mô hình thương mại điện tử và khuyến khích doanh nghiệp tham gia.	2021	2025
Bộ Công Thương	Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hiệp hội Thương	Xây dựng và đưa vào vận hành các cơ sở hạ tầng thiết yếu cho thương mại điện tử, bao gồm hệ thống thanh toán thương mại điện tử quốc gia,	2021	2025

	mai điện tử Việt Nam và các tổ chức xã hội nghề nghiệp	hệ thống quản lý trực tuyến hoạt động hoàn tất đơn hàng và vận chuyển cho thương mại điện tử, hạ tầng chứng thực và giao dịch đảm bảo cho thương mại điện tử.		
		Xây dựng chương trình “Khởi nghiệp thương mại điện tử” hỗ trợ cá nhân, doanh nghiệp khởi nghiệp kinh doanh các sản phẩm, giải pháp, mô hình thương mại điện tử.	2021	2025
		Xây dựng, tổ chức các sự kiện, giải thưởng quốc gia thúc đẩy phát triển thương mại điện tử.	2021	2025
		Bố trí kinh phí thường xuyên hàng năm cho các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ để thực hiện các dự án, đề án, nhiệm vụ thuộc Kế hoạch tổng thể; tổng hợp chung trình cấp có thẩm quyền quyết định theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước.	2021	2025
Bộ Tài Chính	Bộ Công Thương	Ban hành cơ chế nhằm tăng cường hiệu quả quản lý đối với hàng hóa thông quan tại cửa khẩu trong các giao dịch thương mại điện tử xuyên biên giới.	2021	2021
		Rà soát, bổ sung, ban hành mới các quy định pháp luật hướng dẫn về quy trình phát hành hóa đơn trong giao dịch thương mại điện tử, có cơ chế khuyến khích người dân và doanh nghiệp sử dụng hóa đơn điện tử	2021	2025
		Ban hành văn bản quy phạm pháp luật và tổ chức thực hiện các cơ chế, chính sách nhằm tăng cường hiệu quả quản lý thuế trong hoạt động thương mại điện tử	2021	2025
Bộ Tài Chính	Các Bộ ngành, địa phương	Hoàn thiện hệ thống Hải quan điện tử, thực hiện Cơ chế một cửa quốc gia và kết nối Cơ chế một cửa ASEAN, phối hợp với các đơn vị triển khai thực hiện kết nối trao đổi thông tin giữa cơ quan hải quan với các	2021	2025

		co quan quản lý nhà nước, các ngân hàng thương mại và các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực logistics, bảo hiểm và các dịch vụ khác có liên quan.		
		Xây dựng và đưa vào vận hành, khai thác hệ thống đấu thầu qua mạng tổng thể mới (theo mô hình PPP); Thực hiện kết nối Hệ thống mạng đấu thầu quốc gia với các hệ thống Chính phủ điện tử, hệ thống thương mại điện tử khác;	2021	2025
		Xây dựng lộ trình áp dụng đấu thầu qua mạng giai đoạn 2021 - 2025 theo tính chất gói thầu mang tính định lượng với mức độ phù hợp, thiết thực để bảo đảm tính khả thi.	2021	2022
		Đẩy mạnh cung cấp trực tuyến mức độ 4 các thủ tục đăng ký kinh doanh và đầu tư cũng như các thủ tục khác liên quan tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.	2021	2025
		Hỗ trợ phát triển thương mại điện tử tại các vùng, tuyến, hành lang kinh tế trọng điểm nhằm góp phần tăng cường khả năng phân phối và lưu thông hàng hóa, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, cải thiện tập quán kinh doanh và tiêu dùng của địa phương.	2021	2025
	Bộ Công Thương, Bộ Tài chính	Ban hành cơ chế, chính sách thúc đẩy việc triển khai các hệ thống thanh toán điện tử, hóa đơn điện tử để hỗ trợ cho giao dịch thương mại điện tử.	2021	2021
		Xây dựng, phát triển hạ tầng thanh toán bán lẻ và các dịch vụ thanh toán điện tử phục vụ cho giao dịch thương mại điện tử.	2021	2025
Ngân hàng nhà nước	Các Bộ ngành, địa phương	Ban hành chuẩn chung cho các loại thẻ thanh toán phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế, đảm bảo thanh toán toàn cầu cho tất cả các loại thẻ tạo thuận lợi cho người tiêu dùng khi giao dịch trực tuyến tại các website	2021	2021

		nước ngoài.			
		Thiết lập cơ chế quản lý, giám sát các giao dịch thanh toán nhằm phục vụ công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động cung cấp dịch vụ xuyên biên giới trong thương mại điện tử.		2021	2025
Ngân hàng nhà nước	Các ngân hàng thương mại	Chỉ đạo các ngân hàng hiện đại hóa cơ sở hạ tầng, cung cấp các dịch vụ trên nền tảng di động, hoàn thiện hệ thống thanh toán điện tử phục vụ nhu cầu giao dịch điện tử của các cá nhân, tổ chức.		2021	2025
Bộ Giáo dục và Đào tạo	Bộ Công Thương	Đẩy mạnh đào tạo chính quy về thương mại điện tử: - Ban hành chính sách khuyến khích giảng dạy lĩnh vực thương mại điện tử trong các trường đại học và cao đẳng; - Xây dựng và ban hành chương trình khung về đào tạo thương mại điện tử trong các trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp; - Chú trọng đào tạo giảng viên có kiến thức chuyên sâu về thương mại điện tử, tăng cường các chương trình đào tạo liên kết với nước ngoài, các chương trình trao đổi giảng viên về thương mại điện tử để kịp thời tiếp thu những kiến thức tiên tiến của thế giới vào chương trình đào tạo; - Khuyến khích thành lập ngành, khoa hoặc bộ môn thương mại điện tử trong các trường đại học và cao đẳng. Đẩy mạnh ứng dụng đào tạo trực tuyến trong hoạt động đào tạo thương mại điện tử, khuyến khích các trường đại học, cao đẳng, doanh nghiệp và tổ chức xã hội nghề nghiệp liên kết xây dựng các hệ thống đào tạo trực tuyến, hệ thống học liệu phục vụ nghiên cứu, giảng dạy và học tập về thương mại điện tử.	2021	2025	
Bộ Thông tin và Truyền thông	Các Bộ ngành, địa phương	Triển khai đồng bộ Kế hoạch tổng thể này với các chiến lược, quy		2021	2025

Truyền thông	phương	hoạch, kế hoạch, chương trình phát triển CNTT và truyền thông, gắn kết sự phát triển của thương mại điện tử với Chính phủ điện tử.	2021	2025
		Ban hành chính sách và thực hiện các biện pháp đảm bảo an toàn thông tin trong giao dịch thương mại điện tử.	2021	2025
		Ban hành chính sách và xây dựng cơ chế khuyến khích hoạt động nghiên cứu, chuyển giao công nghệ trong thương mại điện tử.	2021	2025
Bộ Khoa học và Công nghệ	Các Bộ ngành, địa phương	Xây dựng đề án và hỗ trợ doanh nghiệp, cả nhân khởi nghiệp bằng các mô hình kinh doanh thương mại điện tử mới, ứng dụng công nghệ tiên tiến.	2021	2025
		Phát triển các sản phẩm, giải pháp để hỗ trợ doanh nghiệp triển khai ứng dụng thương mại điện tử trong từng công đoạn của chu trình kinh doanh.	2021	2025
VOV, VTV, Thông tấn xã Việt Nam	Các Bộ ngành, địa phương	Xây dựng các chuyên mục nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng về thương mại điện tử và phổ biến kiến thức, kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử cho người dân, doanh nghiệp.	2021	2025
Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương	Bộ Công Thương	Căn cứ vào tình hình ứng dụng thương mại điện tử thực tế tại địa phương, xây dựng Kế hoạch phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016-2020 của địa phương mình, phê duyệt và bố trí ngân sách để triển khai thực hiện.	2021	2025
		Kiên toàn cơ chế và bộ máy quản lý nhà nước về thương mại điện tử, chỉ đạo Sở Công Thương phân công đơn vị chuyên trách, bố trí cán bộ để thực hiện các chức năng quản lý nhà nước về thương mại điện tử.	2021	2025
Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc	Bộ Công Thương	Xây dựng, đào tạo lực lượng cán bộ chuyên trách về thương mại điện tử ở địa phương có chuyên môn sâu đáp ứng được công tác quản lý nhà nước về thương mại điện tử.	2021	2025