

TTBT

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

Số: 645/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 15 tháng 5 năm 2020

CÔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ CHÍNH PHỦ  
**ĐẾN** Giờ: ... C .....  
Ngày: 18/5/2020

**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;*
- Theo 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) 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;

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 thực hiện qua các tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán chiếm 80%;

b) Chi phí trung bình cho chuyển phát và hoàn tất đơn hàng chặng cuối chiếm 10% 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;

d) Xây dựng và đưa vào vận hành cơ sở dữ liệu dùng chung 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 Thành phố 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 triển khai đào tạo về thương mại điện tử;

b) 1.000.000 lượt doanh nghiệp, hộ kinh doanh, 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 cơ chế nhằm tăng cường trách nhiệm và vai trò của các doanh nghiệp vận hành nền tảng công nghệ cho thương mại điện tử trong việc quản lý các giao dịch 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, 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 phục vụ việc định danh và xác thực người sử dụng trong hoạt động thương mại điện tử;

k) Ban hành các chính sách, quy định và triển khai các giải pháp toàn diện nhằm tăng tỷ lệ thanh toán điện tử, thanh toán trên nền tảng di động 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...

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) Nghiên cứu việc xây dựng cơ chế, bộ máy 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 các hạ tầng, giải pháp hỗ trợ giao dịch điện tử tích hợp thanh toán trong thương mại và dịch vụ công; chú trọng phát triển các tiện ích thanh toán trên nền tảng di động, ví điện tử, mã QR code, NFC, POS...; đảm bảo an ninh, an toàn thanh toán để góp phần thúc đẩy thanh toán điện tử trong giao dịch 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 dịch vụ chuyển phát và logistics cho thương mại điện tử, 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; khuyến khích các giải pháp tổng thể liên kết doanh nghiệp hậu cần từ chặng đầu tới chặng cuối; nghiên cứu bài bản các giải pháp cho chuyển phát xuyên biên giới, logistics trong đô thị;

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 chuyên phát và hoàn tất đơn hàng trong thương mại điện tử; xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu địa chỉ; phát triển nền tảng Bản đồ số Việt Nam để hỗ trợ phục vụ cho công tác quản lý trực tuyến dịch vụ bưu chính, vận chuyển, giao nhận và hoàn tất đơn hàng cho thương mại điện tử trên phạm vi toàn quốc;

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

đ) 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...;

e) 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;

g) Xây dựng nền tảng trao đổi định danh và xác thực điện tử phục vụ việc định danh và xác thực người sử dụng trong các hoạt động thương mại điện tử.

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 các địa phương

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) Xây dựng, cung cấp các gói giải pháp toàn diện hỗ trợ bán hàng trực tuyến và 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;

g) Thiết lập mô hình trung tâm trực tuyến kết nối với các địa phương để hỗ trợ phân phối sản phẩm, hàng hóa của doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, hộ sản xuất nông thôn trên môi trường thương mại điện tử.

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, xây dựng các chuỗi cung ứng và hậu cần thông minh; 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;

c) Phát triển các hệ thống thông tin quy mô lớn cho từng ngành, có khả năng phân tích và tích hợp trên nền tảng dữ liệu lớn;

d) 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;

đ) 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;

e) 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;

g) 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;



h) 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 Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương tổ chức thực hiện theo những nội dung quy định tại Phụ lục II ban hành kèm theo 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.

3. Nguyên tắc quản lý và thực hiện Chương trình:

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 phần 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.

## **Đ. 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.

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

**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 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 Công TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc;
- Lưu: VT, KTTT (3). 105

**KT. THỦ TƯỚNG  
PHÓ THỦ TƯỚNG**



**Trịnh Đình Dũng**



**Phụ lục I**  
**CÁC HOẠT ĐỘNG THỰC HIỆN KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**  
(Kèm theo Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15 tháng 5 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ)

Đơn vị		Nội dung công việc	Tiến độ thực hiện	
			Bắt đầu	Kết thúc
Chủ trì	Phối hợp			
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
	Các bộ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương	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
	Các bộ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương	Mở rộng và củng cố năng lực của Cổng thông tin quản lý hoạt động thương mại điện tử <a href="http://www.online.gov.vn">www.online.gov.vn</a> , 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
Bộ Công Thương	Bộ Kế hoạch và Đầu tư	Rà soát, đề xuất 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
		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 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
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 mại điện tử Việt Nam và các tổ chức xã hội nghề nghiệp	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
		Xây dựng và đưa vào vận hành các hệ thống hạ tầng thiết yếu cho thương mại điện tử, bao gồm hệ thống hỗ trợ giao dịch trực tuyến tích hợp thanh toán trong thương mại và dịch vụ công, hệ thống quản lý trực tuyến hoạt động hoàn tất đơn hàng và vận chuyển cho thương mại điện tử, hệ thống chứng thực và giao dịch đảm bảo cho thương mại điện tử.	2021	2025
		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

Bộ Tài Chính	Bộ Công Thương	Bố trí kinh phí thường xuyên hàng năm cho các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ để thực hiện các nhiệm vụ thuộc Kế hoạch tổng thể và các dự án, đề án thuộc Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia; tổng hợp chung trình cấp có thẩm quyền quyết định theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước.	2021	2025
		Tổ chức thực hiện các cơ chế nhằm tăng cường hiệu quả quản lý nhà nước đối với hàng hóa thông quan tại cửa khẩu trong các giao dịch thương mại điện tử xuyên biên giới.	2021	2025
Bộ Tài chính	Các bộ ngành, địa phương	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
		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 cơ 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.	2021	2025
Bộ Kế hoạch và Đầu tư	Các bộ ngành, địa phương	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 TMĐT 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
Ngân hàng nhà nước	Các bộ ngành, địa phương	Tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách thúc đẩy phát triển thanh toán điện tử để hỗ trợ cho giao dịch thương mại điện tử.	2021	2025

		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.		
Ngân hàng nhà nước	Các ngân hàng thương mại, tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán	Chỉ đạo các ngân hàng và các tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán 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
		Chỉ đạo 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.		
Bộ Giáo dục và Đào tạo	Bộ Công Thương	Ban hành chính sách khuyến khích giảng dạy lĩnh vực thương mại điện tử, đẩy mạnh đào tạo chính quy về thương mại điện tử trong các trường đại học; khuyến khích ứng dụng đào tạo trực tuyến, xây dựng hệ thống học liệu phục vụ nghiên cứu và giảng dạy 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 hoạch, kế hoạch, chương trình phát triển công nghệ thông tin và truyền thông, gắn kết sự phát triển của thương mại điện tử với Chính phủ điện tử.	2021	2025
		Ban hành chính sách, xây dựng và hoàn thiện các nền tảng, hạ tầng kỹ thuật đảm bảo an toàn thông tin cho hoạt động thương mại điện tử.	2021	2025
		Chỉ đạo hoàn thiện hệ thống mã địa chỉ, dữ liệu địa chỉ và nền tảng Bán đồ số Việt Nam, nâng cao hiệu quả của hoạt động vận chuyển và giao nhận hàng hóa trong thương mại điện tử	2021	2025
		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 và công nghệ nền tảng phục vụ việc định danh và xác thực điện tử người sử dụng trong hoạt động thương mại điện tử	2021	2025
		Xây dựng nền tảng trao đổi định danh và xác thực điện tử trong các hoạt động thương mại điện tử	2021	2025
		Chỉ đạo các cơ quan báo chí, truyền thông 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 liên quan cho người dân, doanh nghiệp.	2021	2025



Bộ Khoa học và Công nghệ	Các bộ ngành, địa phương	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
		Xây dựng đề án và hỗ trợ doanh nghiệp, cá 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, nội dung tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng về thương mại điện tử và phổ biến kiến thức, kỹ năng ứng dụng TMĐT cho người dân, doanh nghiệp.	2021	2025
Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, các hiệp hội ngành hàng, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam	Các bộ ngành, địa phương	Xây dựng, triển khai các đề án hỗ trợ ứng dụng thương mại điện tử và chuyển đổi số trong doanh nghiệp vừa và nhỏ.		
		Hàng năm tiến hành điều tra, khảo sát và công bố kết quả đánh giá mức độ ứng dụng TMĐT trong cộng đồng doanh nghiệp		
		Tổ chức các hoạt động đào tạo, nâng cao kỹ năng thương mại điện tử cho doanh nghiệp theo ngành hàng và lĩnh vực kinh doanh		
Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương	Bộ Công Thương	Căn cứ vào tình hình ứng dụng TMĐT 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
		Nghiên cứu việc xây dựng cơ chế, bộ máy quản lý nhà nước về thương mại điện tử, chỉ đạo Sở Công Thương 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 Trung ương	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
		Nâng cao năng lực cho đội ngũ thực thi pháp luật về TMĐT (thanh tra, công an, viện kiểm sát, tòa án) tại các địa phương thông qua việc thường xuyên tổ chức bồi dưỡng kiến thức và kỹ năng TMĐT, 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 TMĐT trên môi trường trực tuyến.	2021	2025
		Đẩy mạnh hoạt động thống kê về TMĐT, đưa hoạt động này thành nhiệm vụ thường xuyên của Sở Công Thương nhằm phục vụ thiết thực công tác quản lý điều hành và xây dựng chính sách về TMĐT.	2021	2025
		Cung cấp trực tuyến từ mức độ 3 trở lên toàn bộ các thủ tục đăng ký kinh doanh và đầu tư, các thủ tục khác liên quan tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.	2021	2025
		Tổ chức các chương trình đào tạo, tập huấn ngắn hạn cho doanh nghiệp về TMĐT theo các chủ đề chuyên sâu, phù hợp với địa phương và lĩnh vực kinh doanh.	2021	2025
		Định kỳ hàng năm báo cáo Bộ Công Thương về tình hình thực hiện Kế hoạch tại địa phương.	2021	2025



## Phụ lục II

### NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN

### THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA

*(kèm theo Quyết định số 645/QĐ-TTg*

*ngày 15 tháng 5 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ)*

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

- a) Xây dựng hệ thống hỗ trợ giao dịch trực tuyến tích hợp thanh toán, hóa đơn điện tử và các giải pháp xác thực thông tin giao dịch; triển khai trung tâm giải quyết tranh chấp trong thương mại điện tử kết hợp với thanh toán đảm bảo;
- 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 nghiệp 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;

đ) 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 sản phẩm 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 sản phẩm 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;

n) Phát triển giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt tại các điểm giao dịch, thúc đẩy các nền tảng POS thông minh, dùng chung tại điểm bán hàng.

## 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;

đ) 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;

e) 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;

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

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

g) 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;

h) 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 tử.

i) 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;
- d) 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./.