|  |  |
| --- | --- |
| **THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ-------** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAMĐộc lập - Tự do - Hạnh phúc ---------------** |
| Số: /QĐ-TTg | *Hà Nội, ngày tháng năm 2025* |

**Đề cương 01**

**09/04/2024**

**QUYẾT ĐỊNH**

PHÊ DUYỆT KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA GIAI ĐOẠN 2026 – 2030

**THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ**

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

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

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

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

 *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 2026 – 2030 với những nội dung chủ yếu sau đây:**

**I. Quan điểm phát triển**

 *Quan điểm phát triển trong giai đoạn 2026-2030 đáp ứng các yêu cầu sau:*

 - Cập nhật các định nghĩa mới, các xu thế mới trong lĩnh vực chuyển đổi số nói chung và lĩnh vực thương mại điện tử nói riêng;

 - Cập nhật các xu hướng tiếp cận mới trong kinh tế tại Việt Nam, tại khu vực và thế giới.

*Đưa ra các quan điểm, định hướng lớn của thương mại điện tử trong giai đoạn 2026-2030 như:*

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

**II. Mục tiêu phát triển**

**1. Mục tiêu tổng quát**

*Đưa ra mục tiêu tổng quát cho thương mại điện tử Việt Nam giai đoạn 2026 – 2030, phù hợp với các chiến lược kinh tế - xã hội của Đảng, Chính phủ cũng như cập nhật theo tình hình phát triển thương mại điện tử trong khu vực và thế giới. Ví dụ như:*

- Nâng cao giá trị, năng lực cạnh tranh của thương mại điện tử Việt Nam trong khu vực và thế giới;

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

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

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

- Phát triển thương mại điện tử theo hướng xanh, tuần hoàn, bền vững.

…..

**2. Mục tiêu cụ thể**

*Đưa ra các mục tiêu cụ thể cho thương mại điện tử Việt Nam giai đoạn 2026 – 2030 theo các nhóm mục tiêu dự kiến như sau:*

***2.1. Về hoàn thiện môi trường cạnh tranh lành mạnh cho TMĐT***

- Dân số tham gia mua sắm trực tuyến chiếm khoảng 70% tổng dân số của cả nước.

- Doanh số bán lẻ thương mại điện tử tăng từ 20 - 25%/năm;

- Tỷ trọng bán lẻ thương mại điện tử trong tổng mức bán lẻ phấn đấu đạt 20%;

…

***2.2. Về nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp***

- Tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử phấn đấu đạt trên 70%;

- 100% các giao dịch trên nền tảng thương mại điện tử có hóa đơn điện tử;

- 70% doanh nghiệp vừa và nhỏ tiến hành hoạt động kinh doanh trên nền tảng thương mại điện tử.

…

***2.3. Phát triển thương mại điện tử theo liên kết vùng***

- 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;

 …

***2.4. Phát triển thương mại điện tử theo hướng xanh, tuần hoàn, bền vững***

 - Giảm việc sử dụng bao bì nhựa trong TMĐT;

 - Tăng việc sử dụng bao bì có thể tái chế được trong đóng gói hàng hóa;

 - Giảm phát thải carbon của ngành.

 …

**2.5. Phát triển xã hội số trong thương mại điện tử**

 - 70% cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp triển khai đào tạo chuyên ngành liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử;

 - 1.000.000 lượt doanh nghiệp, 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.

 …

**III. Nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm**

Dựa vào các mục tiêu tổng quát và cụ thể, đưa ra các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm trong lĩnh vực thương mại điện tử trong giai đoạn 2026-2030 theo các nhóm giải pháp như sau:

**1. Nhóm nhiệm vụ, giải pháp về thể chế**

Đưa vào các nhiệm vụ, giải pháp về thể chế gồm 2 nhóm:

***- Các chính sách nhằm tăng cường quản lý nhà nước thương mại điện tử***

***- Các chính sách nhằm phát triển thị trường thương mại điện tử***

 Các chính sách phải ứng các yêu cầu sau:

 - Phù hợp với chủ trương, chính sách lớn của Đảng và Nhà nước trong giai đoạn hiện nay và giai đoạn tới;

 - Đưa vào các vấn đề mới phát sinh trong thực tiễn khi thực hiện công tác quản lý, điều hành hoạt động thương mại điện tử, ví dụ như: quản lý TMĐT xuyên biên giới, đầu từ nước ngoài trong lĩnh vực TMĐT…

 - Cập nhật các chính sách ưu tiên, khuyến khích các xu thế mới trong thương mại điện tử như phát triển thương mại điện tử bền vững, thương mại điện tử xanh, liên kết vùng.

- Chính sách, quy định về phát triển thương mại số.

**2. Nhóm nhiệm vụ, giải pháp về hạ tầng**

*Xây dựng các nhiệm vụ, giải pháp để hoàn thiện, phát triển và vận hành các hạ tầng thiết yếu cho thương mại điện tử trong giai đoạn 2026-2030, trong đó tập trung vào các hạ tầng còn chưa hoàn thiện trong giai đoạn trước, cũng như để phát triển thương mại điện tử bền vững trong giai đoạn mới như:*

*- Hạ tầng công nghệ;*

*- Hạ tầng logistics;*

*- Hạ tầng thanh toán không dùng tiền mặt.*

*- Hạ tầng phát triển thương mại số.*

*…*

**3. Nhóm nhiệm vụ, giải pháp về nền tảng, hệ thống**

Xây dựng các nhiệm vụ, giải pháp nền tảng, hệ thống thành các nhóm chính như sau:

 ***- Nhóm nền tảng, hệ thống phục vụ quản lý nhà nước về thương mại điện tử***

 *Xây dựng các giải pháp nhằm nâng cao năng lực quản lý; chia sẻ, kết nối dữ liệu giữa các cơ quan nhà nước, nhằm đảm bảo các mục tiêu về quản lý trong lĩnh vực thương mại điện tử như:*

 + Nâng cấp Cổng thông tin quản lý hoạt động thương mại điện tử thành Nền tảng số quản lý hoạt động thương mại điện tử;

 + Hoàn thiện hệ thống định danh và xác thực điện tử trong lĩnh vực thương mại điện tử; quản lý thuế trên môi trường thương mại điện tử.

 ...

 ***- Nhóm nền tảng, hệ thống phục vụ phát triển thị trường thương mại điện tử***

*Xây dựng các giải pháp nhằm phát triển thị trường thương mại điện tử bền vững, thương mại điện tử xanh, liên kết vùng trong thương mại điện tử như:*

- Khuyến khích xây dựng và duy trì vận hành hiệu quả các gian hàng quốc gia trên các sàn giao dịch thương mại điện tử lớn của Việt Nam và thế giới; ưu tiên các sản phẩm, dịch vụ có các thương hiệu uy tín của Việt Nam, có hàm lượng nội địa hóa cao, các sản phẩm OCOP, các sản phẩm, hàng hoá chủ lực của đia phương đảm bảo về chất lượng, nguồn gốc xuất xứ;

…

 - Đưa ra các giải pháp cụ thể nhằm phát triển thương mại điện tử cho từng vùng kinh tế bao gồm:

 + Vùng trung du và miền núi phía bắc;

 + Vùng đồng bằng sông Hồng;

 + Vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung;

 + Vùng Tây Nguyên;

 + Vùng Đông Nam Bộ;

 + Vùng đồng bằng sông Cửu Long.

…..

**4. Nhóm nhiệm vụ, giải pháp về tuyên truyền, đào tạo**

*Xây dựng các nhiệm vụ, giải pháp tuyên truyền, đào tạo nhằm tăng cường kỹ năng số và hiểu biết về thương mại điện tử, về thương mại số*

- Cung cấp các chương trình đào tạo và hỗ trợ mọi thành phần kinh tế, các tổ chức, doanh nghiệp, đặc biệt các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hộ kinh doanh cá thể…, tham gia các lớp đào tạo, tập huấn về cách sử dụng và tận dụng các công nghệ số để nâng cao hiệu suất kinh doanh và khả năng tham gia trong thương mại điện tử;

…

**5. Nhóm nhiệm vụ, giải pháp về hợp tác quốc tế**

*Xây dựng các nhiệm vụ, giải pháp tăng cường các hoạt động hợp tác quốc tế, đưa Việt Nam hội nhập sâu sắc trong lĩnh vực thương mại điện tử, thương mại số:*

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

- Tích cực tham gia các khuôn khổ hợp tác đa phương như WTO, APEC, ASEM, IPPEF, v.v… để tham gia xây dựng các tiêu chuẩn và quy định về TMĐT theo hướng có lợi cho Việt Nam.

- Tận dụng sự hỗ trợ của các đối tác phát triển và các tổ chức quốc tế về tài chính và kỹ thuật phục vụ phát triển TMĐT Việt Nam.

…

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

**1. Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia**

 Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia gồm tổng hợp các Đề án được phê duyệt hàng năm nhằm đáp ứng các mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp trọng tâm trong Kế hoạch tổng phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026-2030, do Bộ Công Thương và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương tổ chức thực hiện

 Các nội dung của Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 – 2030 được 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 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.

 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) Giao Bộ Công Thương chủ trì xây dựng quy chế quản lý và thực hiện chương trình;

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

 c) Hỗ trợ các đối tượng thụ hưởng thông qua đơn vị chủ trì;

 d) 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;

 e) 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. 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;

 …

**2. Các bộ, ngành**

…

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

…

**Điều 3. Hiệu lực thi hành**

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

**Điều 4. Chịu trách nhiệm thi hành**

Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

***Phụ lục 1. Các hoạt động thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2026 – 2030***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Nhiệm vụ, giải pháp** | **Chủ trì** | **Thời gian** |
| **I** | **Thể chế**  |
| 1 | Hoàn thiện khung khổ pháp lý về quản lý hoạt động thương mại điện tử. Tăng cường kiểm soát trực tuyến dữ liệu giao dịch thương mại điện tử, bảo mật thông tin an ninh mạng; tăng cường cơ chế quản lý, giám sát giao dịch thanh toán đối với các hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới. | Bộ Công Thương | 2026 - 2030 |
| 2 | …… | Các Bộ ngành, địa phương | 2026 - 2030 |
| **II** | **Hạ tầng**  |
| 1 | Xây dựng và vận hành các hệ thống hạ tầng thiết yếu cho thương mại điện tử | Bộ Công Thương | 2026 – 2030 |
| 2 | …… | Các Bộ ngành, địa phương | 2026 - 2030 |
| **III** | **Nền tảng, hệ thống**  |  |  |
| 1 | Nâng cấp Cổng thông tin quản lý hoạt động thương mại điện tử thành Nền tảng số quản lý hoạt động thương mại điện tử | Bộ Công Thương | 2026 – 2030 |
| 2 | …… | Các Bộ ngành, địa phương | 2026 - 2030 |
| **IV** | **Tuyên truyền, đào tạo**  |  |  |
| 1 | Cung cấp các chương trình đào tạo và hỗ trợ mọi thành phần kinh tế, các tổ chức, doanh nghiệp, đặc biệt các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hộ kinh doanh cá thể…, tham gia các lớp đào tạo, tập huấn về cách sử dụng và tận dụng các công nghệ số để nâng cao hiệu suất kinh doanh và khả năng tham gia trong thương mại điện tử; | Bộ Công Thương | 2026 – 2030 |
| 2 | …… | Các Bộ ngành, địa phương | 2026 - 2030 |
| **V** | **Hợp tác quốc tế** |  |  |
| 1 | Tăng cường hợp tác với các đối tác quốc tế để chia sẻ kinh nghiệm và học hỏi về các chiến lược và giải pháp thương mại điện tử, thương mại số | Bộ Công Thương | 2026 – 2030 |
| 2 | …… | Các Bộ ngành, địa phương | 2026 - 2030 |

***Phụ lục 2. Nội dung của Chương trình thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 – 2030***

*Đề xuất các nhóm nội dung và mức hỗ trợ của chương trình theo các nhóm nội dung sau đây:*

1. Nhóm nội dung về thể chế

2. Nhóm nội dung về hạ tầng

3. Nhóm nội dung về nền tảng, hệ thống

4. Nhóm nội dung về tuyên truyền, đào tạo

5. Nhóm nội dung về hợp tác quốc tế./.