

Số: 2269/QĐ-BCT

Hà Nội, ngày 08 tháng 8 năm 2025

**QUYẾT ĐỊNH**

**Phê duyệt Chương trình phát triển thị trường trong nước,  
kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động Người Việt Nam  
ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2025 - 2027**

**BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG**

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

Căn cứ Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22 tháng 12 năm 2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia;

Căn cứ Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân;

Căn cứ Nghị quyết số 193/2025/QH15 ngày 19 tháng 02 năm 2025 của Quốc hội về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc biệt tạo đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia;

Căn cứ Nghị quyết số 03/NQ-CP ngày 09 tháng 01 năm 2025 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22 tháng 12 năm 2024 của của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, được sửa đổi, bổ sung cập nhật tại Nghị quyết số 71/NQ-CP ngày 01 tháng 4 năm 2025;

Căn cứ Nghị quyết số 138/NQ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Kế hoạch hành động của Chính phủ triển khai Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân;

Căn cứ Nghị quyết số 25/NQ-CP ngày 05 tháng 02 năm 2025 của Chính phủ về mục tiêu tăng trưởng các ngành, lĩnh vực và địa phương bảo đảm mục tiêu tăng trưởng cả nước năm 2025 đạt 8% trở lên;

Căn cứ Quyết định số 1163/QĐ-TTg ngày 13 tháng 7 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược “Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”;

Căn cứ Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17 tháng 3 năm 2021 của Thủ

*tướng Chính phủ phê duyệt Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" giai đoạn 2021 - 2025;*

*Căn cứ Chỉ thị số 29/CT-TTg ngày 27 tháng 8 năm 2024 của Thủ tướng Chính phủ về việc kích cầu tiêu dùng, hỗ trợ sản xuất, kinh doanh và phát triển thị trường trong nước;*

*Căn cứ chỉ đạo của Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn tại Công văn số 6501/VPCP-KTTH ngày 14 tháng 7 năm 2025 của Văn phòng Chính phủ;*

*Căn cứ Quyết định số 1938/QĐ-BCT ngày 03 tháng 7 năm 2025 của Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Kế hoạch của Bộ Công Thương thực hiện các Nghị quyết của Bộ Chính trị, Quốc hội, Chính phủ về phát triển kinh tế tư nhân;*

*Theo đề nghị của Cục trưởng Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước.*

## **QUYẾT ĐỊNH:**

**Điều 1.** Phê duyệt “Chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2025-2027” (sau đây viết tắt là Chương trình), với những nội dung chủ yếu sau:

### **I. QUAN ĐIỂM CHỈ ĐẠO**

1. Quán triệt quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng; chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ về việc triển khai mạnh mẽ các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu hàng hóa, nhằm thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa sản xuất trong nước tại các kênh phân phối truyền thống và hiện đại; phát triển kinh tế tư nhân; đẩy mạnh triển khai các đề án, chương trình mục tiêu về phát triển thương mại và thị trường trong nước đã được phê duyệt.

2. Xác định thương mại trong nước là động lực chủ yếu để thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân tham gia và phát triển vào chuỗi liên kết, chuỗi cung ứng, phân phối tại thị trường trong nước và khu vực và quốc tế; chủ động hội nhập, tận dụng tối đa lợi thế về độ mở của thương mại trong nước, hạn chế được những tác động tiêu cực trước những rủi ro về chính trị, kinh tế quốc tế, giảm sự phụ thuộc vào các yếu tố bên ngoài.

3. Phát triển thị trường trong nước gắn với xu thế phát triển của thương mại điện tử và ứng dụng các thành tựu của công cuộc phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

4. Phát triển thị trường trong nước góp phần thực hiện tốt chức năng kết nối giữa sản xuất với tiêu dùng bền vững, đóng vai trò quan trọng trong định hướng, dẫn dắt cho sản xuất phát triển theo cơ chế của thị trường; cân đối nguồn lực giữa các vùng, các địa phương, ưu tiên phát triển thị trường và kích cầu tiêu dùng khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, hải đảo.

5. Các nhiệm vụ, giải pháp của Chương trình đảm bảo kết hợp hài hòa giữa mục tiêu ngắn hạn (kích cầu tiêu dùng) và mục tiêu dài hạn (phát triển bền vững, chuyển đổi mô hình tiêu dùng, sản xuất).

6. Chương trình xây dựng trên cơ sở rà soát, cân đối các nguồn lực từ những chương trình, đề án sẵn có và dự kiến các nguồn lực cần bổ sung để lựa chọn các nhiệm vụ, giải pháp cấp thiết, có tính khả thi cao, có tính ưu tiên trong bối cảnh hiện nay, đồng thời huy động vốn xã hội hóa hiệu quả.

## **II. MỤC TIÊU**

### **1. Mục tiêu chung**

Kích cầu tiêu dùng, phát triển thương mại trong nước theo hướng hiện đại, tăng trưởng nhanh và bền vững, là bệ đỡ, điểm tựa vững chắc cho sản xuất trong nước, xây dựng thương hiệu hàng hóa Việt Nam, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, lợi ích chính đáng của doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, đẩy mạnh hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô và đảm bảo mục tiêu tăng trưởng của nền kinh tế.

### **2. Mục tiêu cụ thể và tác động dự kiến**

#### **2.1. Năm 2025**

- Tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa, dịch vụ tiêu dùng đạt khoảng 10,5%, phần đầu đạt 12% trong năm 2025, góp phần đạt mục tiêu tăng trưởng kinh tế đạt 8,3-8,5% theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 6425/VPCP-KTTH ngày 10 tháng 7 năm 2025).

- Bảo đảm nguồn cung các mặt hàng thiết yếu đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng, không để xảy ra tình trạng thiếu hụt hàng hóa gây tăng giá bất hợp lý, giữ thị trường bình ổn, đặc biệt trong các tháng cuối năm và Tết Nguyên đán, góp phần thực hiện mục tiêu kiểm soát lạm phát năm 2025 do Chính phủ đề ra (dưới 4,5%).

- Ít nhất 15 triệu người tiêu dùng tiếp cận các chiến dịch truyền thông, xúc tiến tiêu dùng.

- Hơn 50.000 doanh nghiệp tham gia chiến dịch xúc tiến, khuyến mãi.

#### **2.2. Giai đoạn năm 2026-2027**

- Thiết lập nền tảng phát triển thị trường trong nước theo hướng hiện đại,

bền vững, toàn diện và hội nhập quốc tế.

- Phát triển hạ tầng thương mại hiện đại, giàu bản sắc và bao phủ toàn quốc.
- Phát triển các mô hình phân phối bán lẻ hiện đại có bản sắc Việt.
- Phát triển thị trường bền vững và hệ sinh thái chuyển đổi số (chợ thông minh, chuỗi bán lẻ hiện đại, logistics số hóa, ứng dụng trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu số lớn ở mức cao...).
- Hỗ trợ kết nối hạ tầng thương mại liên quốc gia.
- Tạo tiền đề phát triển để ngành bán lẻ Việt Nam đạt vị trí cao (phần đầu trong top 10) quốc gia có thị trường bán lẻ hấp dẫn nhất toàn cầu theo bảng xếp hạng Kearney Global Retail Development Index trong giai đoạn tiếp theo.

### **III. GIẢI PHÁP CHỦ YẾU**

#### **1. Nhóm giải pháp cấp bách triển khai ngay trong năm 2025**

##### **1.1. Kích cầu tiêu dùng nội địa**

- Tổ chức chiến dịch truyền thông đặc biệt “Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam”: Triển khai thực hiện các giải pháp đổi mới trong triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” với slogan “Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam” thể hiện niềm tự hào khi sử dụng hàng Việt, khẳng định chất lượng sản phẩm nội địa sánh ngang hàng ngoại nhập. Đồng thời, “sản phẩm” có hàm nghĩa rộng hơn, bao gồm cả sản phẩm hàng hóa và dịch vụ, phù hợp với xu hướng tiêu dùng đa dạng, hiện đại, giá trị gia tăng cao.

- Tổ chức chương trình xúc tiến thương mại và kích cầu tiêu dùng quốc gia quy mô cả nước như "Lễ hội mua sắm Việt Nam", Chương trình Khuyến mại tập trung quốc gia; các hoạt động xúc tiến thương mại thị trường trong nước trong khuôn khổ Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại giai đoạn 2025-2027.

- Kết hợp các chương trình xúc tiến thương mại với các chương trình thúc đẩy du lịch nội địa, các hoạt động, sự kiện, văn hóa, lễ hội văn hóa trên phạm vi cả nước để kích cầu tiêu dùng sản phẩm Việt Nam.

##### **1.2. Hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất và phân phối, bán lẻ**

- Hỗ trợ thông tin giúp doanh nghiệp sản xuất và phân phối, bán lẻ, nhất là khối doanh nghiệp tư nhân tiếp cận các gói tín dụng ưu đãi; chính sách thuế ưu đãi, giảm phí, lệ phí được cấp có thẩm quyền phê duyệt, trên nguyên tắc bảo đảm không vi phạm cam kết quốc tế, ưu tiên doanh nghiệp có tỷ lệ nội địa hóa cao, sản phẩm có truy xuất nguồn gốc, xác thực xuất xứ rõ ràng, doanh nghiệp đạt chuẩn công nghệ xanh, chuẩn ESG, tái đầu tư hoặc liên kết chuỗi sản xuất nội địa; doanh

nghiệp bán lẻ Việt Nam thực hiện phát triển và mở rộng mạng lưới chuỗi bán lẻ ở khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, hải đảo; doanh nghiệp bán lẻ trong nước có quy mô lớn, có hệ thống phân phối hiện đại với vai trò dẫn dắt thị trường.

### **1.3. Đảm bảo nguồn cung ổn định, tái cơ cấu nguồn cung theo hướng bền vững, bình ổn giá cả thị trường**

- Thúc đẩy sản xuất hàng hóa thiết yếu: Hỗ trợ phát triển các ngành sản xuất trong nước đối với các mặt hàng chiến lược như lương thực, thực phẩm, xăng dầu, dược phẩm, vật tư nông nghiệp, vật liệu xây dựng...

- Đa dạng hóa nguồn cung, không phụ thuộc vào số ít nguồn cung cấp hay một khu vực địa lý duy nhất để giảm thiểu rủi ro; Phát triển hạ tầng logistics hình thành mạng lưới cung ứng linh hoạt, đặc biệt tại các đô thị lớn, vùng sâu, vùng xa, khu vực dễ bị gián đoạn; Thiết lập hệ thống cảnh báo sớm, nâng cao khả năng dự đoán nhu cầu và nguồn cung để có kế hoạch sản xuất và phân phối phù hợp.

- Tái nguồn cung theo hướng bền vững và bình ổn giá: Phát triển công nghệ, ứng dụng công nghệ mới để tăng năng suất, giảm chi phí và nâng cao chất lượng, đồng thời ít gây hại cho môi trường hơn; Khuyến khích kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, ưu tiên các nguồn cung có nguồn gốc từ năng lượng tái tạo, nông nghiệp hữu cơ, hoặc các quy trình sản xuất thân thiện với môi trường

- Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp tích trữ, điều phối hàng hóa theo mùa vụ, theo vùng, kết hợp cảnh báo thiếu hụt từ trung tâm dữ liệu cung – cầu hàng hóa.

### **1.4. Tăng cường kết nối cung cầu, nhất là tại khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, hải đảo, vùng kinh tế khó khăn, tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ người tiêu dùng**

- Định hướng và triển khai các chương trình kết nối cung cầu đối với khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu vùng xa và hải đảo, vùng kinh tế khó khăn.

- Bảo đảm nguồn cung ổn định, thường xuyên, lâu dài; tổ chức đưa hàng Việt về khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu vùng xa và hải đảo, vùng kinh tế khó khăn bằng mô hình đa kênh như: tổ chức các phiên chợ hàng Việt lưu động; phát triển các điểm bán hàng cố định gắn với trung tâm sinh hoạt cộng đồng, nhà văn hóa xã, trạm dịch vụ đa năng do doanh nghiệp, hợp tác xã và địa phương đồng vận hành.

- Xây dựng hạ tầng số, bộ các ứng dụng số để quản lý phân phối và bán hàng vùng sâu vùng xa thông qua nền tảng bán lẻ ảo – giúp người dân tiếp cận hàng Việt có chứng nhận nguồn gốc, chất lượng và giá cả niêm yết minh bạch.

- Liên kết với các sàn giao dịch nông sản Việt Nam để luân chuyển hàng hóa đặc sản địa phương và sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP từ nông thôn ra đô thị và xuất khẩu – theo hướng chuẩn hóa logistics và đấu giá điện tử B2B (theo tinh thần Chỉ thị 10/CT-TTg ngày 02 tháng 3 năm 2024 của Thủ tướng Chính phủ về việc đẩy mạnh sản xuất, kinh doanh, xuất khẩu lúa, gạo bền vững, minh bạch, hiệu quả trong tình hình mới).

- Tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường, xử lý nghiêm các hành vi vi phạm pháp luật, sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp, hàng kém chất lượng... trong thực thi chính sách ưu tiên kết nối cung cầu khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu vùng xa và hải đảo, vùng kinh tế khó khăn.

## **2. Nhóm giải pháp thực hiện trong giai đoạn 2026-2027**

**2.1. Hoàn thiện thể chế, tạo hành lang pháp lý minh bạch và môi trường cạnh tranh bình đẳng cho phát triển thị trường trong nước; ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ sản xuất trong nước, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.**

Rà soát, hoàn thiện, sửa đổi, thay thế các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan, bao gồm Luật Thương mại và các văn bản quy định liên quan đến lĩnh vực quản lý và phát triển chợ; kinh doanh dịch vụ logistics; mua bán hàng hoá qua sở giao dịch hàng hoá; cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh; quy định về siêu thị, trung tâm thương mại và các văn bản pháp luật có liên quan trong phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương.

### **2.2. Phát triển hạ tầng thương mại hiện đại trong nước**

- Phát triển hạ tầng thương mại hiện đại, đồng bộ giữa thương mại điện tử, chợ truyền thống, siêu thị, và logistics, nhằm thúc đẩy lưu thông hàng hóa, nâng cao chất lượng phục vụ, và tăng sức cạnh tranh.

- Nâng cấp, cải tạo chợ truyền thống đảm bảo hạ tầng kỹ thuật để vận hành an toàn vệ sinh, phòng cháy chữa cháy; ứng dụng công nghệ số trong quản lý và kết hợp mô hình bán lẻ hiện đại như siêu thị mini, kiosk tự động, cửa hàng tiện lợi vào các chợ quy mô lớn.

- Phát triển bán lẻ hiện đại: Xây dựng chuỗi cửa hàng tiện lợi, trung tâm hàng Việt vùng miền, mô hình bán lẻ thông minh

- Tổ chức sự kiện thương mại Việt Nam Retail Expo - Triển lãm quốc gia chuyên ngành bán lẻ, hàng tiêu dùng, kết nối chuỗi cung ứng, đổi mới công nghệ, mô hình kinh doanh và chuyển đổi số; Tổ chức kết nối giao thương B2B giữa doanh nghiệp phân phối trong nước – quốc tế (đặc biệt trên môi trường điện tử), tổ chức hội thảo chuyên đề theo tiêu chuẩn quốc tế về bán lẻ bền vững.

- Kết nối logistics: Đầu tư trung tâm logistics vùng, liên kết chuỗi cung ứng, xây dựng và ứng dụng công cụ phân tích dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ chuỗi khối (blockchain), Internet vạn vật (IoT) để tối ưu hoá chuỗi cung ứng.

### **2.3. Hỗ trợ kết nối hạ tầng thương mại với các nước trong khu vực**

- Kết nối hạ tầng thương mại cứng (đường bộ, logistics, kho ngoại quan, khu kinh tế cửa khẩu) với Trung Quốc, Lào, Campuchia theo mô hình hành lang kinh tế qua biên giới.

- Kết nối hạ tầng mềm (thông tin, tiêu chuẩn, quy chuẩn thương mại, hệ thống xếp hạng ESG, logistics số) để hỗ trợ giao thương liền mạch.

- Triển khai mạng lưới phân phối hàng hóa Việt tại các nước có tiềm năng lớn trong khu vực qua hợp tác chuỗi bán lẻ, siêu thị địa phương.

### **2.4. Phát triển thị trường bền vững và hệ sinh thái chuyển đổi số**

- Thúc đẩy đổi mới sáng tạo, tạo động lực tăng trưởng mới của ngành Công Thương về khoa học công nghệ, nguồn nhân lực chất lượng cao, chuyển đổi số trong lĩnh vực thương mại nhằm nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và năng lực cạnh tranh của ngành, doanh nghiệp.

- Xây dựng hệ thống cảnh báo sớm cung - cầu và giá cả hàng hóa: Ứng dụng AI, Big Data, IOT và tích hợp dữ liệu từ thống kê, bán lẻ, sản xuất, logistics; Kết nối trực tiếp với doanh nghiệp qua dashboard dự báo có khả năng điều chỉnh linh hoạt sản xuất và tồn kho; Hệ thống áp dụng tiêu chuẩn về quản lý an toàn dữ liệu.

- Đầu tư xây dựng, ứng dụng nền tảng logistics thông minh: Ứng dụng khoa học công nghệ nhằm tối ưu hóa thời gian giao hàng, giảm chi phí vận hành; Liên kết các vùng kinh tế, logistics nông sản và khu công nghiệp, đảm bảo thông suốt toàn quốc và liên vận quốc tế.

- Thúc đẩy chuyển đổi số thương mại: Tăng tỷ lệ giao dịch thanh toán không tiền mặt; Hỗ trợ triển khai mô hình bán lẻ thông minh, tích hợp dữ liệu khách hàng (CRM), quản lý hàng tồn (WMS) theo tiêu chuẩn quốc tế: ISO/IEC 38500 (quản trị CNTT trong bán lẻ), bảo mật dữ liệu người dùng; Áp dụng công nghệ RFID/NFC, ứng dụng AI Box, AI camera, điểm danh tự động và thanh toán không nhân viên, phân tích hành vi khách hàng tự động để cá nhân hóa tiếp thị; Ứng dụng công nghệ minh bạch và truy xuất nguồn gốc, xác thực xuất xứ: Áp dụng QR code (phải đảm bảo chống làm giả), Blockchain, dữ liệu mã hóa, giúp kiểm soát chất lượng, chống hàng giả hiệu quả, tích hợp với hệ thống cảnh báo người tiêu dùng, hệ thống xử lý khiếu nại.

- Tổ chức các chương trình, sự kiện, hoạt động truyền thông để giới thiệu, quảng bá các sản phẩm công nghệ số Make in Viet Nam, do doanh nghiệp Việt Nam nghiên cứu, thiết kế, sáng tạo, sản xuất để giải các “bài toán” của các ngành, lĩnh vực, địa phương. Thúc đẩy hợp tác giữa doanh nghiệp công nghệ số và các ngành truyền thống nông nghiệp, sản xuất chế biến, để phát triển giải pháp công nghệ phù hợp, nâng cao hiệu quả sản xuất và chất lượng sản phẩm. Các sản phẩm công nghệ số này sẽ góp phần nâng cao năng suất lao động, năng lực cạnh tranh, mở rộng thị trường cho các sản phẩm Việt.

- Ứng dụng công nghệ số (Big Data, AI) trong phân tích hành vi người tiêu dùng; phòng chống hàng giả, gian lận thương mại và trốn thuế:

+ Khuyến khích doanh nghiệp (nhất là các sàn Thương mại điện tử, chuỗi bán lẻ Việt) đầu tư mô hình, công cụ phân tích dữ liệu hành vi người dùng (Big Data, AI), từ đó, đề xuất chiến dịch khuyến mãi dựa trên lịch sử mua sắm, khu vực địa lý, độ tuổi; Dự báo xu hướng tiêu dùng, giúp doanh nghiệp điều chỉnh nhanh chóng danh mục hàng hóa phù hợp nhu cầu. Bộ Công Thương phối hợp Bộ Khoa học và Công nghệ, các hiệp hội ngành hàng, để tổ chức khoá đào tạo về ứng dụng Phân tích dữ liệu (Data Analytics) cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, giúp họ có khả năng tự thu thập, phân tích dữ liệu cơ bản, chủ động trong hoạt động sản xuất, kinh doanh.

+ Xây dựng hệ thống truy xuất và xác thực xuất xứ sản phẩm sử dụng công nghệ blockchain kết hợp với mã QR/NFC/RFID, cho phép người tiêu dùng kiểm tra thông tin về nguồn gốc, quy trình sản xuất và chứng nhận chất lượng của sản phẩm; Triển khai các hệ thống AI để phân tích dữ liệu giao dịch, phát hiện các hành vi bất thường liên quan đến gian lận thương mại và trốn thuế.

- Phát triển ứng dụng di động “Hàng Việt” để cho phép người dùng: Tra cứu nhanh sản phẩm Việt Nam đạt chứng nhận; Tham gia đánh giá, xếp hạng để tăng tính minh bạch; Nhận thông báo về chương trình khuyến mãi, ưu đãi khi mua hàng Việt.

- Phát triển thị trường mới cho hàng Việt: Phát triển nền tảng thương mại điện tử chuyên biệt để giới thiệu và bán sản phẩm Việt Nam ra thị trường quốc tế, thị trường mới, tích hợp các công cụ hỗ trợ dịch thuật, thanh toán quốc tế và logistics; Cung cấp các chương trình đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật để doanh nghiệp Việt nâng cao năng lực sản xuất, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế và tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, đặc biệt trong các lĩnh vực như điện tử, dệt may, nông sản chế biến.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa chuyển đổi số: Nghiên cứu chính sách hỗ trợ kinh phí triển khai chuyển đổi số gắn với sản phẩm “Hàng Việt” nhằm hỗ

trợ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ để thuê chuyên gia số hoá quy trình sản xuất, đóng gói, marketing...

- Tăng cường quản lý nhằm phát triển bền vững thị trường trong nước: Tăng cường công tác quản lý thị trường trong nước, hệ thống phân phối bán lẻ và các hoạt động thương mại điện tử; đấu tranh, xử lý nghiêm các hành vi gian lận thương mại, buôn lậu, chuyển tải bất hợp pháp, hàng giả, hàng kém chất lượng và không đảm bảo an toàn thực phẩm, hàng gian lận xuất xứ và vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, đầu cơ, thao túng, tăng giá bất hợp lý.

## **2.5. Xây dựng các sàn giao dịch nông sản Việt Nam theo hướng B2B hiện đại**

Ưu tiên xây dựng sàn cho các ngành có thế mạnh: Gạo, cà phê, hạt tiêu, chè, hoa, trái cây nhiệt đới, thủy hải sản. Đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế như: ISO 34101 (chuỗi cung ứng gạo bền vững), Global G.A.P, Rainforest Alliance, Fairtrade (nông sản chất lượng cao); Khuyến khích các doanh nghiệp xây dựng và vận hành các sàn giao dịch theo mô hình đấu giá B2B, hướng tới xây dựng sở giao dịch hàng hoá phái sinh khi đáp ứng đủ điều kiện, kết nối trực tiếp nhà sản xuất – nhà xuất khẩu – nhà mua quốc tế; Hướng đến liên thông với các Sở Giao dịch hàng hoá quốc tế.

## **IV. Kinh phí**

- Nguồn kinh phí thực hiện Chương trình: Nguồn kinh phí thực hiện Chương trình được bố trí từ các nguồn: ngân sách nhà nước, nguồn vốn xã hội hóa, tài trợ, viện trợ và các nguồn vốn hợp pháp khác theo quy định của pháp luật; trong đó việc quản lý và sử dụng kinh phí từ ngân sách nhà nước thực hiện theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các văn bản hướng dẫn.

- Xây dựng Chương trình, dự toán và quản lý kinh phí: Kinh phí thực hiện Chương trình từ nguồn ngân sách nhà nước thực hiện theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước. Hằng năm, căn cứ vào nhiệm vụ được giao trong Chương trình, các bộ, ngành, địa phương xây dựng kế hoạch và dự toán kinh phí thực hiện, tổng hợp chung trong kế hoạch dự toán ngân sách hằng năm của bộ, ngành địa phương trình cấp có thẩm quyền phê duyệt.

- Đối với nguồn vốn ngoài ngân sách nhà nước, việc lập dự toán được thực hiện theo các quy định của pháp luật đối với từng nguồn vốn.

## **V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

### **1. Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước**

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị thuộc Bộ, Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương và các cơ quan liên quan tổ chức thực hiện có hiệu quả các giải pháp thực hiện Chương trình.

- Chủ động triển khai các giải pháp để huy động nguồn lực xã hội tham gia thực hiện Chương trình, giảm chi từ ngân sách nhà nước; bảo đảm tuyệt đối an toàn, an ninh thông tin cũng như hiệu quả của Chương trình.

- Tổ chức giám sát, đánh giá việc triển khai thực hiện Chương trình; đề xuất điều chỉnh, bổ sung nội dung Chương trình khi cần thiết; tổ chức sơ kết, tổng kết thực hiện Chương trình.

- Phối hợp với Vụ Kế hoạch, Tài chính và Quản lý doanh nghiệp và cơ quan liên quan tổng hợp, trình cấp có thẩm quyền bố trí ngân sách nhà nước để thực hiện các nhiệm vụ của Chương trình theo quy định của pháp luật.

- Chủ trì tổng kết, đánh giá Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" giai đoạn 2021-2025; xây dựng và trình Thủ tướng Chính phủ ban hành Đề án Phát triển thị trường trong nước giai đoạn tiếp theo.

## **2. Vụ Kế hoạch, Tài chính và Quản lý doanh nghiệp**

Chủ trì, phối hợp với Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước và các cơ quan liên quan lập dự toán, trình cấp có thẩm quyền cân đối, bố trí kinh phí chi thường xuyên trong dự toán ngân sách nhà nước hàng năm để triển khai thực hiện các nhiệm vụ thuộc Chương trình phù hợp với quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các văn bản hướng dẫn có liên quan và khả năng cân đối của ngân sách.

## **3. Vụ Pháp chế, Cục Xúc tiến thương mại, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công và các đơn vị thuộc Bộ**

Theo chức năng, nhiệm vụ được giao, chủ trì, phối hợp với Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước thực hiện các giải pháp thuộc Chương trình nhằm đạt mục tiêu đề ra.

## **4. Các Hiệp hội ngành hàng**

- Hỗ trợ doanh nghiệp thành viên: Kịp thời tổng hợp những vướng mắc, khó khăn trong sản xuất, kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp thành viên để đề xuất với các cơ quan chức năng, nhằm tìm ra giải pháp hỗ trợ kịp thời; tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước,

giúp doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, tìm kiếm đối tác, mở rộng kênh phân phối và tiếp cận thị trường mới.

- Phối hợp tổ chức chương trình kích cầu, phát triển thương mại: Phối hợp với các đơn vị thuộc Bộ Công Thương, Sở Công Thương các địa phương và các doanh nghiệp bán lẻ lớn để xây dựng và triển khai các chương trình kích cầu tiêu dùng hiệu quả, các chương trình khuyến mại, giảm giá, tuần lễ hàng Việt Nam; thường xuyên tham gia và chủ động thực hiện các hoạt động gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", góp phần nâng cao nhận thức và thúc đẩy thói quen tiêu dùng hàng hóa sản xuất trong nước; Hỗ trợ quảng bá, giới thiệu các sản phẩm đặc trưng, sản phẩm OCOP (Chương trình Mỗi xã một sản phẩm) của các địa phương đến người tiêu dùng trong và ngoài nước, từ đó tăng cường tiêu thụ sản phẩm.

### **5. Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương và cơ quan, tổ chức có liên quan**

Theo chức năng, nhiệm vụ, chủ trì, phối hợp với các đơn vị thuộc Bộ Công Thương triển khai nhiệm vụ, giải pháp của Chương trình trên địa bàn quản lý.

**Điều 2.** Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký ban hành.

**Điều 3.** Chánh Văn phòng Bộ, Cục trưởng Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước, Thủ trưởng các đơn vị thuộc Bộ và các cơ quan có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. ✓

#### **Nơi nhận:**

- Thủ tướng Chính phủ;
- Các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Lãnh đạo Bộ;
- Văn phòng Chính phủ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Các đơn vị thuộc Bộ;
- Cổng thông tin điện tử Bộ Công Thương;
- Lưu: VT, TTTN.



**BỘ TRƯỞNG**

**Nguyễn Hồng Diên**