

Số: 645/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 15 tháng 5 năm 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 chuyển 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 hóa 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.

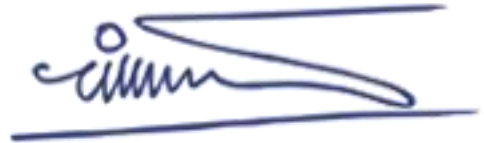
Điều 3. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

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 Cổng TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc;
- Lưu: VT, KTTH (3).

**KT. THỦ TƯỚNG
PHÓ THỦ TƯỚNG**



Trịnh Đình Dũng