



BỘ CÔNG THƯƠNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 19 6 7 /QĐ-BCT

Hà Nội, ngày 04 tháng 8 năm 2026

## QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt Kế hoạch tổng thể ứng dụng thương mại điện tử  
tại khu vực biên giới, miền núi giai đoạn 2027 - 2030**

### BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 18 tháng 02 năm 2025;

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

Căn cứ Luật Quản lý ngoại thương ngày 12 tháng 6 năm 2017;

Căn cứ Luật Giao dịch điện tử ngày 22 tháng 6 năm 2023;

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

Căn cứ Luật Viễn thông ngày 24 tháng 11 năm 2023;

Căn cứ Luật Đầu tư công ngày 29 tháng 11 năm 2024;

Căn cứ Luật Ngân sách nhà nước ngày 25 tháng 6 năm 2025;

Căn cứ Luật Thương mại điện tử ngày 10 tháng 12 năm 2025;

Căn cứ Quyết định số 1568/QĐ-BCT ngày 03 tháng 6 năm 2025 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030;

Căn cứ Tờ trình số 5023/TTr-BCT ngày 02 tháng 7 năm 2026 của Bộ Công Thương trình Thủ tướng Chính phủ về Kế hoạch tổng thể ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi giai đoạn 2027 - 2030 và ý kiến của Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Phạm Gia Túc tại văn bản số 6926/VPCP-KTTH ngày 16 tháng 7 năm 2026;

Căn cứ ý kiến góp ý của các Bộ, ngành, địa phương và hiệp hội liên quan;

Theo đề nghị của Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số.

## QUYẾT ĐỊNH:

**Điều 1. Phê duyệt Kế hoạch tổng thể ứng dụng thương mại điện tử  
khu vực biên giới, miền núi giai đoạn 2027 - 2030 với các nội dung chủ yếu  
sau đây:**

### I. QUAN ĐIỂM

1. Ứng dụng thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi được xác định là công cụ quan trọng để mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm địa phương, tạo thêm sinh kế, việc làm, thu nhập cho người dân, hợp tác xã, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa; tăng thu ngân sách cho địa phương; góp phần thu hẹp khoảng cách phát triển thương mại điện tử giữa các vùng, miền.

2. Gắn phát triển thương mại điện tử với bảo đảm quốc phòng, an ninh, trật tự an toàn xã hội, phát triển kinh tế bền vững, bảo vệ môi trường, bảo tồn bản sắc văn hóa, phát huy tri thức bản địa và giá trị đặc trưng của cộng đồng dân cư khu vực biên giới, miền núi.

3. Nhà nước giữ vai trò kiến tạo, điều phối và ưu tiên hỗ trợ các vùng dân tộc thiểu số, địa bàn còn khó khăn, đặc biệt khó khăn; đồng thời khuyến khích doanh nghiệp, nền tảng số, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử, hợp tác xã, tổ chức hỗ trợ và cộng đồng tham gia đầu tư, cung ứng dịch vụ, vận hành mô hình theo cơ chế thị trường và phù hợp quy định pháp luật.

4. Ứng dụng thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi là nội dung chuyên sâu, cụ thể hóa Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030; gắn với yêu cầu phát triển kinh tế số, chuyển đổi số, hiện đại hóa hệ thống phân phối, phát triển thương mại biên giới và thương mại điện tử xuyên biên giới phù hợp với điều kiện đặc thù của từng vùng, từng địa bàn.

## **II. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN**

1. Phát triển thương mại điện tử theo đặc thù không gian biên giới, miền núi, ưu tiên địa bàn có vai trò kết nối vùng, cửa khẩu, hành lang giao thương, vùng sản xuất hàng hóa tập trung và khu vực còn khó khăn, đặc biệt khó khăn trong tiếp cận thị trường số; tạo mô hình có trọng tâm, có khả năng lan tỏa và nhân rộng.

2. Hình thành hệ sinh thái ứng dụng thương mại điện tử phù hợp với đặc điểm khu vực biên giới, miền núi, bảo đảm mô hình hỗ trợ, phương thức vận hành và giải pháp kết nối thị trường, phù hợp với điều kiện từng vùng, từng địa bàn.

3. Phát triển thương mại điện tử gắn với chuỗi giá trị sản phẩm địa phương, tập trung chuẩn hóa sản phẩm đặc trưng, sản phẩm bản địa, sản phẩm có lợi thế; kết hợp khai thác giá trị bản sắc dân tộc, văn hóa bản địa, tri thức truyền thống và du lịch địa phương để nâng cao giá trị hàng hóa, mở rộng kênh tiêu thụ trong nước và từng bước tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới.

4. Nâng cao năng lực tự vận hành thương mại điện tử tại cơ sở, hình thành khả năng quản trị và phát triển hoạt động kinh doanh trên môi trường số của người dân, hợp tác xã, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa.



5. Xây dựng dữ liệu và công cụ điều hành theo đặc thù vùng, phục vụ quản lý nhà nước, điều phối nguồn lực, theo dõi kết quả thực hiện, kết nối doanh nghiệp, nhận diện nhu cầu hỗ trợ và nhân rộng các mô hình phù hợp.

### **III. MỤC TIÊU**

#### **1. Mục tiêu tổng quát**

Ứng dụng thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi theo hướng đồng bộ, an toàn, bền vững, có trọng tâm, trọng điểm; mở rộng kênh tiêu thụ sản phẩm địa phương trên môi trường số; hình thành hệ sinh thái ứng dụng thương mại điện tử phù hợp với điều kiện đặc thù của địa bàn biên giới, miền núi; tăng cường liên kết vùng, liên kết chuỗi cung ứng hàng hóa và thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới.

#### **2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2030**

##### **a) Về phát triển thị trường thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi**

- Doanh số bán lẻ thương mại điện tử tại các địa phương khu vực biên giới, miền núi đặc biệt khó khăn đạt khoảng 3% - 5% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng; khu vực biên giới, miền núi khó khăn đạt khoảng 6-8% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng.

- Doanh số bán hàng qua kênh thương mại điện tử đối với nhóm sản phẩm ưu tiên được hỗ trợ tăng bình quân 15% - 20%/năm;

- Hình thành tối thiểu 01 chuyên trang, không gian giới thiệu số hoặc kênh quảng bá trực tuyến cấp vùng hoặc cấp quốc gia về sản phẩm đặc trưng, sản phẩm bản địa, sản phẩm có lợi thế, hình ảnh, văn hóa địa phương của khu vực biên giới, miền núi.

- Kết nối, chia sẻ dữ liệu với hệ thống cơ sở dữ liệu vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi nhằm phục vụ công tác quản lý, điều hành, giám sát, đánh giá và bảo đảm đồng bộ với các hệ thống dữ liệu quốc gia; phục vụ công tác quản lý nhà nước, điều hành chính sách, kết nối cung cầu trong nước và quốc tế, hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thị trường và nhân rộng các mô hình hiệu quả.

##### **b) Về nâng cao năng lực cạnh tranh cho chủ thể sản xuất, kinh doanh tại địa bàn biên giới, miền núi**

- Tối thiểu 60% hợp tác xã, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa, thương nhân, cơ sở sản xuất, kinh doanh và cá nhân kinh doanh được hỗ trợ có hoạt động bán hàng trực tuyến;

- Tối thiểu 40% hợp tác xã, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa, thương nhân, cơ sở sản xuất, kinh doanh và cá nhân kinh doanh trực tuyến có phát sinh đơn hàng và có doanh thu qua thương mại điện tử theo năm.
- Tối thiểu 70% sản phẩm ưu tiên được hỗ trợ có số hóa hồ sơ sản phẩm;
- Tối thiểu 50% chủ thể sản xuất, kinh doanh được hỗ trợ ứng dụng ít nhất một công cụ số trong quản lý, vận hành tổ chức, doanh nghiệp;
- Tối thiểu 50% điểm hỗ trợ thương mại điện tử được kết nối với doanh nghiệp cung cấp dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử hoặc nền tảng thương mại điện tử để cung ứng dịch vụ theo quy trình thống nhất;
- 100% chủ thể sản xuất, kinh doanh đăng ký tham gia Kế hoạch được hướng dẫn tuân thủ quy định pháp luật về thương mại điện tử và quy định liên quan;
- Tỷ lệ thanh toán không dùng tiền mặt trong thương mại điện tử của các chủ thể được hỗ trợ đạt khoảng 50% tổng số giao dịch thương mại điện tử của khu vực.

**c) Về phát triển thương mại điện tử theo liên kết vùng, thu hẹp khoảng cách giữa các địa phương**

- 100% tỉnh, thành phố tham gia Kế hoạch xác định đầu mối phối hợp cấp tỉnh, đề xuất danh mục địa bàn ưu tiên, đề xuất nhóm sản phẩm ưu tiên theo lộ trình.
- Hình thành tối thiểu 02 cụm liên kết thương mại điện tử liên tỉnh, liên vùng gắn với vùng sản xuất hàng hóa tập trung, vùng nguyên liệu, khu vực cửa khẩu, hành lang kinh tế, trung tâm logistics và nền tảng thương mại điện tử;
- Tối thiểu 60% địa bàn cấp xã có điểm hỗ trợ thương mại điện tử;
- Tối thiểu 50% tỉnh, thành phố tham gia Kế hoạch tổ chức hoạt động truyền thông, quảng bá thương mại điện tử gắn với sản phẩm chủ lực, mùa vụ sản xuất, cụm liên kết hoặc sự kiện đặc trưng của địa phương.

**d) Về phát triển thương mại điện tử theo hướng xanh, bền vững và phù hợp đặc thù địa bàn**

- Tối thiểu 50% chủ thể sản xuất, kinh doanh được hướng dẫn áp dụng bao bì thân thiện môi trường hoặc bao bì có khả năng tái chế, phù hợp với đặc tính sản phẩm, điều kiện vận chuyển và yêu cầu của từng kênh phân phối trực tuyến;



- Khuyến khích doanh nghiệp bưu chính, logistics, điểm gom hàng, điểm đóng gói và mô hình logistics thương mại điện tử tại địa bàn biên giới, miền núi áp dụng giải pháp tiết kiệm năng lượng, tối ưu tuyến giao hàng, giảm tỷ lệ hoàn hủy và giảm chi phí giao hàng chặng cuối;

- Tối thiểu 30% mô hình thương mại điện tử được hỗ trợ gắn với sản phẩm bản địa, du lịch cộng đồng, văn hóa địa phương, sản xuất bền vững, bảo tồn giá trị truyền thống và nâng cao thu nhập cho người dân tại khu vực biên giới, miền núi;

#### **đ) Về phát triển nguồn nhân lực trong thương mại điện tử**

- Đào tạo, tập huấn tối thiểu 100.000 lượt người, gồm cán bộ quản lý nhà nước, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa, thương nhân, cơ sở sản xuất, kinh doanh, cá nhân kinh doanh, phụ nữ, thanh niên, đồng bào dân tộc thiểu số tại khu vực biên giới, miền núi về kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử;

- Tối thiểu 50% số người được đào tạo, tập huấn là đồng bào dân tộc thiểu số và người dân sinh sống tại các xã biên giới, xã khó khăn, đặc biệt khó khăn.

- Tối thiểu 30.000 lượt người tiêu dùng dễ bị tổn thương tại khu vực biên giới, miền núi; ưu tiên người dân tại các xã khó khăn, xã đặc biệt khó khăn được tuyên truyền, phổ biến kiến thức, kỹ năng tham gia thương mại điện tử an toàn và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

### **IV. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM**

#### **1. Xây dựng và hoàn thiện chính sách ứng dụng thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi**

- Rà soát, hoàn thiện chính sách ứng dụng thương mại điện tử phù hợp với đặc thù địa bàn biên giới, miền núi, vùng đồng bào dân tộc thiểu số, khu vực cửa khẩu, hành lang giao thương, vùng sản xuất hàng hóa tập trung và địa bàn còn khó khăn, đặc biệt khó khăn trong tiếp cận thương mại điện tử.

- Xây dựng cơ chế triển khai Kế hoạch theo hướng xác định rõ nguyên tắc, định hướng, điều kiện, phạm vi hỗ trợ và ưu tiên đối với địa bàn, xã/cụm xã khó khăn, đặc biệt khó khăn, người tiêu dùng thuộc đối tượng yếu thế, chủ thể sản xuất, kinh doanh, sản phẩm, điểm hỗ trợ thương mại điện tử và mô hình logistics thương mại điện tử; bảo đảm hỗ trợ có trọng tâm, có thời hạn và gắn với kết quả đầu ra.

- Xây dựng cơ chế khuyến khích hợp tác công tư, xã hội hóa nguồn lực và huy động doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ chức tín dụng, tổ chức quốc tế, hiệp hội, nền tảng số, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử tham gia



đầu tư, cung ứng dịch vụ, vận hành mô hình và đồng hành với địa phương, phù hợp quy định pháp luật.

- Xây dựng cơ chế khuyến khích ứng dụng công nghệ số và các giải pháp đổi mới sáng tạo trong phát triển thương mại điện tử, logistics, quản lý dữ liệu, hóa đơn điện tử hỗ trợ chủ thể sản xuất, kinh doanh, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và nâng cao hiệu quả thực thi của Kế hoạch.

- Hoàn thiện cơ chế quản lý, giám sát hoạt động thương mại điện tử tại khu vực cửa khẩu, hành lang giao thương và địa bàn có hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới.

- Theo dõi, đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch ứng dụng thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi; bảo đảm đo lường được hiệu quả hỗ trợ, mức độ duy trì hoạt động thương mại điện tử, khả năng nhân rộng mô hình và tác động đối với sinh kế, thu nhập của người dân khu vực biên giới, miền núi.

## **2. Hoàn thiện hạ tầng hỗ trợ phát triển thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi**

- Nâng cấp, phát triển hạ tầng viễn thông, hạ tầng số và kết nối internet tại các địa bàn biên giới, miền núi, khu vực cửa khẩu, vùng sản xuất hàng hóa tập trung và địa bàn còn khó khăn, đặc biệt khó khăn.

- Phát triển hạ tầng hỗ trợ thương mại điện tử tại các địa bàn theo hướng ưu tiên tận dụng cơ sở hiện có của địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã, bưu cục, điểm bán hàng, trung tâm dịch vụ và các thiết chế cộng đồng phù hợp; gắn với phát triển đồng bộ hạ tầng thương mại biên giới nhằm tăng cường kết nối từ vùng sản xuất đến khu vực cửa khẩu xuất khẩu với thị trường các nước láng giềng, khu vực; bảo đảm tiết kiệm chi phí đầu tư ban đầu, nâng cao hiệu quả khai thác và phù hợp điều kiện thực tế của khu vực biên giới, miền núi.

- Hình thành mạng lưới điểm hỗ trợ thương mại điện tử cấp xã, cụm xã hoặc theo cụm sản phẩm, ngành hàng; thực hiện chức năng hỗ trợ chủ thể sản xuất, kinh doanh tiếp cận, ứng dụng và duy trì hoạt động thương mại điện tử, kết nối dịch vụ logistics, thanh toán, truy xuất nguồn gốc, nền tảng số.

- Phát triển mô hình logistics thương mại điện tử phù hợp với điều kiện địa hình, mật độ dân cư, quy mô sản xuất, đặc điểm hàng hóa, mùa vụ và luồng hàng của khu vực biên giới, miền núi; ưu tiên mô hình điểm gom hàng, điểm đóng gói, kho vệ tinh, kho lạnh quy mô phù hợp, tuyến gom hàng theo mùa vụ và dịch vụ xử lý đơn hàng.

- Kết nối điểm hỗ trợ thương mại điện tử với doanh nghiệp bưu chính, logistics, đơn vị hỗ trợ thanh toán, các nền tảng thương mại điện tử.



- Thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt trong thương mại điện tử tại địa bàn biên giới, miền núi; ưu tiên giải pháp thanh toán an toàn, thuận tiện, phù hợp với hợp tác xã, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa, thương nhân, cơ sở sản xuất, kinh doanh và cá nhân kinh doanh.

- Hỗ trợ xây dựng chuyên trang quảng bá, giới thiệu sản phẩm đặc trưng, sản phẩm bản địa và nhóm hàng có lợi thế của từng địa phương trên môi trường số; kết nối với nền tảng thương mại điện tử, kênh truyền thông số, hoạt động quảng bá sản phẩm, văn hóa địa phương và du lịch.

- Kết nối, chia sẻ và khai thác cơ sở dữ liệu phục vụ phát triển thương mại điện tử, gồm dữ liệu về sản phẩm, chủ thể, tiêu chuẩn, quy chuẩn, truy xuất nguồn gốc, điều kiện chất lượng hàng hóa, quy định kinh doanh trên môi trường số và yêu cầu của thị trường nhập khẩu đối với sản phẩm có tiềm năng thương mại điện tử xuyên biên giới.

- Kết nối thông tin với hệ thống Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài, cơ quan đại diện thương mại, tổ chức xúc tiến, hiệp hội ngành hàng, nền tảng xuất khẩu trực tuyến và đối tác logistics quốc tế để hỗ trợ địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh nắm bắt nhu cầu thị trường, tiêu chuẩn nhập khẩu, kênh phân phối và cơ hội kết nối cung cầu quốc tế.

### **3. Phát triển thương mại điện tử theo liên kết vùng, chuỗi cung ứng và đặc thù địa bàn**

Tổ chức phát triển thương mại điện tử theo cụm, vùng và chuỗi cung ứng hàng hóa, gắn khu vực biên giới, miền núi với vùng nguyên liệu, vùng sản xuất hàng hóa tập trung, khu vực cửa khẩu, hành lang giao thương, trung tâm logistics, nền tảng số và thị trường tiêu thụ trong nước, ngoài nước. Việc tổ chức các cụm liên kết được thực hiện trên cơ sở lợi thế địa bàn, nhóm sản phẩm, năng lực logistics, khả năng kết nối thị trường và điều kiện thực hiện của từng địa phương; bảo đảm kết nối các khâu từ sản xuất, chuẩn hóa sản phẩm, xây dựng hồ sơ số, gom hàng, đóng gói, bảo quản, vận chuyển, thanh toán, truy xuất nguồn gốc đến tiêu thụ hàng hóa. Các cụm liên kết xác định địa bàn trọng tâm, nhóm sản phẩm tiềm năng, đầu mối hỗ trợ thương mại điện tử, phương án logistics, doanh nghiệp dịch vụ tham gia, nền tảng kết nối và cơ chế phối hợp phù hợp; được tổ chức linh hoạt, có thể điều chỉnh theo nhu cầu thị trường và thực tiễn triển khai. Cụ thể như sau:

a) Cụm trung du, miền núi phía Bắc và hành lang cửa khẩu phía Bắc: Tổ chức liên kết các địa phương trung du, miền núi phía Bắc và khu vực cửa khẩu phía Bắc với các trung tâm tiêu thụ, logistics lớn của vùng Đồng bằng sông Hồng; tập trung phát triển thương mại điện tử đối với sản phẩm đặc trưng, sản



phẩm chủ lực, sản phẩm có lợi thế của vùng và định hướng phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới với các nước có chung đường biên giới. Ưu tiên kết nối điểm hỗ trợ thương mại điện tử cấp xã, cụm xã hoặc cụm sản phẩm với điểm gom hàng, điểm đóng gói, kho vệ tinh, kho lạnh quy mô phù hợp, dịch vụ logistics, truy xuất nguồn gốc, thanh toán và nền tảng thương mại điện tử.

b) Cụm Bắc Trung Bộ, duyên hải miền Trung và hành lang Đông - Tây: Tổ chức liên kết các địa phương Bắc Trung Bộ, duyên hải miền Trung, khu vực biên giới Việt Nam - Lào và hành lang kinh tế Đông - Tây với cảng biển, đô thị trung tâm và thị trường nội địa; tập trung phát triển thương mại điện tử gắn với sản phẩm đặc trưng, sản phẩm làng nghề, sản phẩm gắn với văn hóa, du lịch địa phương và thương mại biên giới. Ưu tiên tổ chức đầu mối hỗ trợ thương mại điện tử, gom hàng, đóng gói, vận chuyển; kết nối logistics đường bộ, cảng biển, nền tảng thương mại điện tử và các kênh phân phối phù hợp.

c) Cụm Tây Nguyên - Nam Trung Bộ: Tổ chức liên kết các địa phương Tây Nguyên với một số địa phương Nam Trung Bộ, kết nối với cảng biển miền Trung, Đông Nam Bộ và các trung tâm tiêu thụ lớn; tập trung phát triển thương mại điện tử gắn với vùng sản xuất tập trung, sản phẩm đặc trưng, sản phẩm có giá trị gia tăng và sản phẩm gắn với văn hóa, du lịch địa phương. Ưu tiên kết nối kho gom hàng, kho lạnh, điểm sơ chế, điểm đóng gói, tuyến gom hàng theo mùa vụ với nền tảng thương mại điện tử, doanh nghiệp logistics và giải pháp thanh toán phù hợp.

d) Cụm Đông Nam Bộ và hành lang biên giới Tây Nam: Tổ chức liên kết các địa phương Đông Nam Bộ với khu vực biên giới Tây Nam, gắn với trung tâm tiêu thụ, công nghiệp chế biến, logistics, cửa khẩu và thị trường Campuchia; tập trung phát triển thương mại điện tử đối với hàng hóa chế biến, sản phẩm có lợi thế và từng bước phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới. Ưu tiên kết nối trung tâm xử lý đơn hàng, kho vệ tinh, dịch vụ logistics, hoàn trả, thanh toán, nền tảng xuất khẩu trực tuyến và các kênh kết nối thị trường phù hợp với điều kiện cửa khẩu, hành lang giao thương.

đ) Cụm Đồng bằng sông Cửu Long và chuỗi nông sản - thủy sản: Tổ chức liên kết các địa phương Đồng bằng sông Cửu Long, khu vực biên giới Tây Nam với Thành phố Hồ Chí Minh, Đông Nam Bộ và thị trường Campuchia; tập trung phát triển thương mại điện tử gắn với sản phẩm nông nghiệp, thủy sản, sản phẩm chế biến, sản phẩm đặc trưng địa phương và hoạt động bán hàng theo mùa vụ. Ưu tiên kết nối kho gom hàng, kho lạnh, điểm đóng gói, truy xuất nguồn gốc, logistics phù hợp với hàng tươi sống, điểm hỗ trợ thương mại điện tử và nền tảng bán hàng trực tuyến.



#### **4. Nâng cao năng lực ứng dụng thương mại điện tử và chuẩn hóa điều kiện tham gia thị trường số**

- Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng năng lực ứng dụng thương mại điện tử cho cán bộ quản lý nhà nước, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa, thương nhân, cơ sở sản xuất, kinh doanh, cá nhân kinh doanh, phụ nữ, thanh niên, đồng bào dân tộc thiểu số, người tiêu dùng tại khu vực biên giới, miền núi; đa dạng hóa hình thức đào tạo theo hướng trực tiếp, trực tuyến, thực hành và hướng dẫn tại cơ sở.

- Chuẩn hóa nội dung, tài liệu và phương thức đào tạo phù hợp với đặc thù khu vực biên giới, miền núi; khuyến khích xây dựng học liệu số, tài liệu trực quan, tài liệu đa ngôn ngữ, nội dung dễ hiểu, dễ áp dụng cho người dân, hộ kinh doanh, hợp tác xã và chủ thể trực tiếp sản xuất, kinh doanh.

- Hỗ trợ chủ thể sản xuất, kinh doanh chuẩn hóa điều kiện tham gia thị trường số, gồm hồ sơ số sản phẩm, thông tin sản phẩm, hình ảnh, nội dung giới thiệu, truy xuất nguồn gốc gắn với tiêu chuẩn trong nước và tiêu chuẩn quốc tế, chỉ dẫn địa lý, quy cách đóng gói, năng lực cung ứng, phương án bán hàng, vận chuyển và kết nối với nền tảng thương mại điện tử, logistics, thanh toán, cơ sở dữ liệu theo quy định.

- Thúc đẩy ứng dụng công nghệ số, công nghệ mới và các giải pháp đổi mới sáng tạo phù hợp với điều kiện khu vực biên giới, miền núi nhằm nâng cao năng lực quản trị, vận hành, quảng bá, kết nối thị trường và duy trì hoạt động thương mại điện tử của các chủ thể tại cơ sở.

- Hình thành đội ngũ nòng cốt thương mại điện tử cộng đồng tại địa bàn ưu tiên, gồm cán bộ cấp tỉnh, cấp xã, nhân sự điểm hỗ trợ thương mại điện tử, đại diện hợp tác xã, tổ hợp tác, phụ nữ, thanh niên, cá nhân kinh doanh và các chủ thể có khả năng hỗ trợ cộng đồng tiếp cận, vận hành và duy trì hoạt động thương mại điện tử.

- Tăng cường phối hợp với cơ sở đào tạo, trường đại học, cơ sở giáo dục nghề nghiệp, ưu tiên các cơ sở đào tạo trên địa bàn các tỉnh miền núi, biên giới, tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp và doanh nghiệp công nghệ để phát triển chương trình đào tạo, thực hành thương mại điện tử, tư vấn mô hình kinh doanh số; khuyến khích sinh viên, thanh niên địa phương khởi nghiệp, lập nghiệp tại quê hương gắn với ứng dụng thương mại điện tử.

- Huy động doanh nghiệp, hiệp hội, cơ sở đào tạo và tổ chức hỗ trợ tham gia phát triển năng lực thương mại điện tử tại địa phương, thông qua đào tạo, tư vấn, chuyển giao kỹ năng, cung cấp dịch vụ, hỗ trợ vận hành, truyền thông, phổ



biến pháp luật, cảnh báo rủi ro và kết nối kết quả đào tạo với cơ sở dữ liệu, bản đồ số và công cụ điều hành của Kế hoạch.

### **5. Phát triển thương mại điện tử xanh, bền vững và phù hợp đặc thù khu vực biên giới, miền núi**

- Lồng ghép yêu cầu phát triển thương mại điện tử xanh, tiêu dùng bền vững, trách nhiệm xã hội và các nguyên tắc ESG phù hợp với điều kiện thực tiễn của khu vực biên giới, miền núi trong quá trình triển khai Kế hoạch; hình thành định hướng mô hình thương mại điện tử xanh phù hợp với điều kiện khu vực biên giới, miền núi, phát triển sinh kế và nâng cao giá trị sản phẩm địa phương.

- Phát triển mô hình thương mại điện tử gắn với sản phẩm bản địa, sản xuất bền vững, bảo tồn giá trị truyền thống, bản sắc dân tộc, văn hóa địa phương, tri thức bản địa và du lịch cộng đồng; phát triển mô hình O2O (Online to Offline) kết hợp quảng bá, bán sản phẩm trực tuyến với giới thiệu hình ảnh địa phương, không gian trải nghiệm văn hóa trên môi trường số, kết nối khách du lịch vơi điểm đến, cơ sở sản xuất, làng nghề, điểm du lịch cộng đồng, khuyến khích ứng dụng công nghệ số trong giới thiệu quy trình sản xuất xanh, câu chuyện sản phẩm, nguồn gốc nguyên liệu và giá trị văn hóa bản địa.

- Tăng cường hướng dẫn chủ thể sản xuất, kinh doanh đáp ứng yêu cầu về chất lượng sản phẩm, truy xuất nguồn gốc, bao bì, nhãn hàng hóa, bảo vệ môi trường và các định hướng phát triển bền vững khi tham gia kênh phân phối trực tuyến, thương mại điện tử xuyên biên giới.

- Ưu tiên các mô hình thương mại điện tử phát triển bền vững có khả năng tạo sinh kế, nâng cao thu nhập, phát huy vai trò chủ thể cho người dân địa phương, thúc đẩy tiêu dùng có trách nhiệm, bảo tồn giá trị văn hóa - sinh khu vực biên giới, miền núi.

### **6. Hợp tác quốc tế và thương mại điện tử xuyên biên giới**

- Phát triển mô hình thương mại điện tử xuyên biên giới, ưu tiên gắn với hoạt động quảng bá du lịch, văn hóa và sản phẩm địa phương tại khu vực biên giới, cửa khẩu và hành lang giao thương, lựa chọn địa bàn, nhóm hàng, doanh nghiệp, hợp tác xã và chủ thể sản xuất, kinh doanh có tiềm năng để hỗ trợ tham gia xuất khẩu trực tuyến, ưu tiên sản phẩm đặc trưng, sản phẩm có lợi thế cạnh tranh và sản phẩm đáp ứng yêu cầu của thị trường nước ngoài.

- Định hướng hình thành các điểm kết nối, trung chuyển số phục vụ thương mại điện tử xuyên biên giới, gắn với cửa khẩu, trung tâm logistics, điểm tập kết hàng hóa và hạ tầng thương mại biên giới; hỗ trợ tập kết, chuẩn hóa, giới thiệu,



giao dịch, thông quan, vận chuyển và xuất khẩu trực tuyến hàng hóa của địa phương, của vùng và của cả nước.

- Nghiên cứu chính sách, quy định và mô hình quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới của các quốc gia có chung đường biên giới: cơ chế về kho ngoại quan, trung tâm logistics, điểm tập kết hàng hóa, thanh toán xuyên biên giới, thông quan và nhập khẩu qua thương mại điện tử; đề xuất giải pháp khai thác hiệu quả các cơ chế, chính sách thuận lợi để hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã và chủ thể địa phương tham gia xuất khẩu qua nền tảng số.

- Tiếp tục triển khai chuyển đổi số, thủ tục biên phòng điện tử và ứng dụng khoa học, công nghệ trong quản lý cửa khẩu, kiểm soát xuất nhập cảnh, kiểm tra, giám sát hàng hóa xuất nhập khẩu tại các cửa khẩu, bảo đảm tạo thuận lợi cho lưu thông hàng hóa, người và phương tiện qua cửa khẩu gắn với giữ vững an ninh, trật tự khu vực biên giới, cửa khẩu; phòng, chống buôn lậu, gian lận thương mại và vận chuyển hàng hóa trái phép qua biên giới.

- Tăng cường hợp tác với tổ chức quốc tế, đối tác phát triển, nền tảng thương mại điện tử, doanh nghiệp logistics và kết nối với cơ quan đại diện thương mại của Việt Nam ở nước ngoài để chia sẻ kinh nghiệm, chuyển giao kỹ năng, hỗ trợ kỹ thuật, kết nối thị trường và quy hoạch để trở thành các trạm trung chuyển của vùng, của cả nước để tập kết và xuất khẩu trực tuyến ra nước ngoài.

## **V. KINH PHÍ THỰC HIỆN**

1. Kinh phí thực hiện Kế hoạch được đảm bảo từ ngân sách nhà nước và các nguồn tài chính hợp pháp khác (nguồn lồng ghép từ các chương trình, đề án, dự án hợp pháp khác; vốn của doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ chức tín dụng, tổ chức quốc tế và các nguồn vốn hợp pháp khác...).

2. Việc bố trí nguồn vốn ngân sách nhà nước hằng năm trong dự toán của các Bộ, ngành, địa phương theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành.

3. Việc lập dự toán, phân bổ, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí ngân sách nhà nước thực hiện Kế hoạch thực hiện theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước.

## **VI. CHƯƠNG TRÌNH THÚC ĐẨY ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI KHU VỰC BIÊN GIỚI, MIỀN NÚI GIAI ĐOẠN 2027 - 2030**

1. Chương trình thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi giai đoạn 2027 - 2030 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 thể ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi



giai đoạn 2027 - 2030 do các đơn vị chủ trì tổ chức thực hiện theo quy định tại Phụ lục 2 ban hành kèm theo Quyết định này.

2. Các nội dung của Chương trình thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi giai đoạn 2027 - 2030 được quy định tại Phụ lục 2 ban hành kèm theo Quyết định này.

3. Kinh phí thực hiện Chương trình bao gồm: ngân sách trung ương cấp cho Chương trình hàng năm theo kế hoạch từ nguồn vốn sự nghiệp, ngân sách địa phương (nếu có), vốn đầu tư công và các nguồn vốn hợp pháp khác theo quy định; sử dụng kinh phí ngân sách nhà nước thực hiện ký hợp đồng với các đơn vị chủ trì theo các quy định của pháp luật.

## **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, hàng năm tổng hợp tình hình triển khai và thực hiện tổng kết tình hình thực hiện theo giai đoạn vào năm kết thúc Kế hoạch tổng thể;

b) Hướng dẫn, tổng hợp, phê duyệt, kiểm tra, giám sát việc tổ chức thực hiện các nhiệm vụ thuộc Kế hoạch tổng thể ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi; chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương quản lý, tổ chức thực hiện Kế hoạch hiệu quả.

c) Ưu tiên triển khai tổ chức thực hiện các nhiệm vụ thuộc Chương trình thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi đối với các địa phương biên giới, miền núi khó khăn, đặc biệt khó khăn.

### **2. Bộ Tài chính**

a) Trình cấp có thẩm quyền bố trí kinh phí hàng năm để thực hiện các nội dung hoạt động của Chương trình thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi theo quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước và đầu tư công;

b) Phối hợp với Bộ Công Thương hướng dẫn, kiểm tra, giám sát việc thực hiện Chương trình thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi.

### **3. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ**

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 ứng dụng



thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi theo tiến độ tại Phụ lục I ban hành kèm theo Quyết định này;

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 của Bộ Công Thương.

#### **4. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương**

a) Chỉ đạo Sở Công Thương làm đầu mối phối hợp với Bộ Công Thương tổ chức thực hiện Kế hoạch tại địa phương; điều phối các sở, ngành, chính quyền cấp xã, tổ chức đoàn thể, hợp tác xã, doanh nghiệp và các đơn vị liên quan trong quá trình triển khai.

b) Chỉ đạo các cơ quan chuyên môn phối hợp trong lựa chọn địa bàn ưu tiên, sản phẩm ưu tiên, chủ thể tham gia và tổ chức đào tạo, truyền thông, quảng bá, kết nối thị trường.

c) Rà soát, đề xuất danh mục địa bàn ưu tiên, nhóm sản phẩm ưu tiên, chủ thể sản xuất, kinh doanh, điểm hỗ trợ thương mại điện tử, mô hình logistics thương mại điện tử, cụm liên kết, nhiệm vụ lồng ghép và nguồn lực thực hiện trong phạm vi địa phương.

d) Phối hợp với Bộ Công Thương triển khai các nhiệm vụ về phát triển thị trường thương mại điện tử, cụm liên kết liên tỉnh, liên vùng, thương mại điện tử xuyên biên giới, dữ liệu điều hành, đào tạo, truyền thông, quảng bá và nhân rộng mô hình hiệu quả.

đ) Bố trí, lồng ghép nguồn lực địa phương theo khả năng cân đối; huy động nguồn lực hợp pháp từ doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ chức tín dụng, tổ chức hỗ trợ và cộng đồng để triển khai nhiệm vụ của Kế hoạch.

e) Cập nhật dữ liệu, theo dõi, kiểm tra, đánh giá kết quả thực hiện; báo cáo Bộ Công Thương về tình hình triển khai, kết quả thực hiện, khó khăn, vướng mắc và đề xuất, kiến nghị vào năm cuối giai đoạn.

#### **5. 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**

Phối hợp với Bộ Công Thương và địa phương tham gia xây dựng mô hình, đầu tư, cung ứng dịch vụ, đào tạo, truyền thông, phát triển thị trường thương mại điện tử, kết nối cung cầu, hỗ trợ vận hành, đo lường hiệu quả và nhân rộng mô hình phù hợp điều kiện thực tiễn.

**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. / *am*

**Nơi nhận:**

- Như Điều 4;
- Ban Bí thư Trung ương Đảng (để b/c);
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ (để b/c);
- Bộ trưởng Bộ Công Thương Lê Mạnh Hùng (để b/c);
- Các bộ, cơ quan ngang bộ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Văn phòng Chính phủ;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan trung ương của các tổ chức chính trị – xã hội;
- Lưu: VT, TMĐT.

**KT. BỘ TRƯỞNG  
THỦ TRƯỞNG**



**Nguyễn Sinh Nhật Tân**



**PHỤ LỤC I**  
**CÁC HOẠT ĐỘNG THỰC HIỆN KẾ HOẠCH TỔNG THỂ ỨNG DỤNG**  
**THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI KHU VỰC BIÊN GIỚI, MIỀN NÚI**

**GIẢI ĐOẠN 2027-2030**

(Ban hành kèm theo Quyết định số <sup>1967</sup> /QĐ-BCT ngày <sup>04</sup> tháng <sup>8</sup> năm 2026 của  
 Bộ Công Thương)

| TT       | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Chủ trì        | Thời gian   |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| <b>I</b> | <b>Xây dựng và hoàn thiện chính sách phát triển thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                |             |
| 1        | - Rà soát, hoàn thiện chính sách phát triển thương mại điện tử phù hợp với đặc thù địa bàn biên giới, miền núi, vùng đồng bào dân tộc thiểu số, khu vực cửa khẩu, hành lang giao thương, vùng sản xuất hàng hóa tập trung và địa bàn còn khó khăn, đặc biệt khó khăn trong tiếp cận thương mại điện tử.                                                                                                      | Bộ Công Thương | 2027 - 2030 |
| 2        | Xây dựng cơ chế triển khai Kế hoạch theo hướng xác định rõ nguyên tắc, định hướng, điều kiện, phạm vi hỗ trợ và ưu tiên đối với địa bàn, xã/cụm xã khó khăn, đặc biệt khó khăn, người tiêu dùng thuộc đối tượng yếu thế, chủ thể sản xuất, kinh doanh, sản phẩm, điểm hỗ trợ thương mại điện tử và mô hình logistics thương mại điện tử; bảo đảm hỗ trợ có trọng tâm, có thời hạn và gắn với kết quả đầu ra. | Bộ Công Thương | 2027 - 2030 |
| 3        | Xây dựng cơ chế khuyến khích hợp tác công tư, xã hội hóa nguồn lực và huy động doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ chức tín dụng, tổ chức quốc tế, hiệp hội, nền tảng số, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử tham gia đầu                                                                                                                                                                      | Bộ Công Thương | 2027 - 2030 |



| TT        | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Chủ trì                                                               | Thời gian   |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------|
|           | tư, cung ứng dịch vụ, vận hành mô hình và đồng hành với địa phương, phù hợp quy định pháp luật.                                                                                                                                                                                                        |                                                                       |             |
| 4         | Xây dựng cơ chế khuyến khích ứng dụng công nghệ số và các giải pháp đổi mới sáng tạo trong phát triển thương mại điện tử, logistics, quản lý dữ liệu, hóa đơn điện tử hỗ trợ chủ thể sản xuất, kinh doanh, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và nâng cao hiệu quả thực thi của Kế hoạch                 | Bộ Công Thương;<br>Bộ Tài chính; Bộ Công an; Bộ Khoa học và Công nghệ | 2027 - 2030 |
| 5         | Hoàn thiện cơ chế quản lý, giám sát hoạt động thương mại điện tử tại khu vực cửa khẩu, hành lang giao thương và địa bàn có hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới.                                                                                                                               | Bộ Công Thương                                                        | 2027 - 2030 |
| 6         | Theo dõi, đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch ứng dụng thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi; bảo đảm đo lường được hiệu quả hỗ trợ, mức độ duy trì hoạt động thương mại điện tử, khả năng nhân rộng mô hình và tác động đối với sinh kế, thu nhập của người dân khu vực biên giới, miền núi. | Bộ Công Thương                                                        | 2027 - 2030 |
| <b>II</b> | <b>Hoàn thiện hạ tầng hỗ trợ phát triển thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi</b>                                                                                                                                                                                                             |                                                                       |             |
| 1         | Nâng cấp, phát triển hạ tầng viễn thông, hạ tầng số và kết nối internet tại các địa bàn biên giới, miền núi, khu vực cửa khẩu, vùng sản xuất hàng hóa tập trung và địa bàn còn khó khăn, đặc biệt khó khăn.                                                                                            | Bộ Khoa học và Công nghệ                                              | 2027 - 2030 |

| TT | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Chủ trì                                                          | Thời gian   |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------|
| 2  | Phát triển hạ tầng hỗ trợ thương mại điện tử tại các địa bàn theo hướng ưu tiên tận dụng cơ sở hiện có của địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã, bưu cục, điểm bán hàng, trung tâm dịch vụ và các thiết chế cộng đồng phù hợp; gắn với phát triển đồng bộ hạ tầng thương mại biên giới nhằm tăng cường kết nối từ vùng sản xuất đến khu vực cửa khẩu xuất khẩu với thị trường các nước láng giềng, khu vực; bảo đảm tiết kiệm chi phí đầu tư ban đầu, nâng cao hiệu quả khai thác và phù hợp điều kiện thực tế của khu vực biên giới, miền núi. | Bộ Xây dựng; Bộ Công Thương; Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố | 2027 - 2030 |
| 3  | Hình thành mạng lưới điểm hỗ trợ thương mại điện tử cấp xã, cụm xã hoặc theo cụm sản phẩm, ngành hàng; thực hiện chức năng hỗ trợ chủ thể sản xuất, kinh doanh tiếp cận, ứng dụng và duy trì hoạt động thương mại điện tử, kết nối dịch vụ logistics, thanh toán, truy xuất nguồn gốc, nền tảng số.                                                                                                                                                                                                                                             | Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố; Bộ Công Thương              | 2027 - 2030 |
| 4  | Phát triển mô hình logistics thương mại điện tử phù hợp với điều kiện địa hình, mật độ dân cư, quy mô sản xuất, đặc điểm hàng hóa, mùa vụ và luồng hàng của khu vực biên giới, miền núi; ưu tiên mô hình điểm gom hàng, điểm đóng gói, kho vệ tinh, kho lạnh quy mô phù hợp, tuyến gom hàng theo mùa vụ và dịch vụ xử lý đơn hàng.                                                                                                                                                                                                              | Bộ Công Thương                                                   | 2027 - 2030 |
| 5  | Kết nối điểm hỗ trợ thương mại điện tử với doanh nghiệp bưu chính, logistics,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Bộ Khoa học và Công nghệ; Ngân                                   | 2027 - 2030 |



| TT | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Chủ trì                                                                      | Thời gian   |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------------|
|    | đơn vị hỗ trợ thanh toán, các nền tảng thương mại điện tử.                                                                                                                                                                                                                                                                                   | hàng Nhà nước;<br>Bộ Công Thương                                             |             |
| 6  | Thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt trong thương mại điện tử tại địa bàn biên giới, miền núi; ưu tiên giải pháp thanh toán an toàn, thuận tiện, phù hợp với hợp tác xã, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa, thương nhân, cơ sở sản xuất, kinh doanh và cá nhân kinh doanh.                                                           | Ngân hàng Nhà nước                                                           | 2027 - 2030 |
| 7  | Hỗ trợ xây dựng chuyên trang quảng bá, giới thiệu sản phẩm đặc trưng, sản phẩm bản địa và nhóm hàng có lợi thế của từng địa phương trên môi trường số; kết nối với nền tảng thương mại điện tử, kênh truyền thông số, hoạt động quảng bá sản phẩm, văn hóa địa phương và du lịch.                                                            | Bộ Công Thương;<br>Bộ Khoa học và Công nghệ; Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch | 2027 - 2030 |
| 8  | Kết nối, chia sẻ và khai thác cơ sở dữ liệu phục vụ phát triển thương mại điện tử, gồm dữ liệu về sản phẩm, chủ thể, tiêu chuẩn, quy chuẩn, truy xuất nguồn gốc, điều kiện chất lượng hàng hóa, quy định kinh doanh trên môi trường số và yêu cầu của thị trường nhập khẩu đối với sản phẩm có tiềm năng thương mại điện tử xuyên biên giới. | Bộ Khoa học và Công nghệ                                                     | 2027 - 2030 |
| 9  | Kết nối thông tin với hệ thống Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài, cơ quan đại diện thương mại, tổ chức xúc tiến, hiệp hội ngành hàng, nền tảng xuất khẩu trực tuyến và đối tác logistics quốc tế để hỗ trợ địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh nắm bắt nhu cầu thị                                                             | Bộ Công Thương                                                               | 2027 - 2030 |

| TT         | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Chủ trì                                                     | Thời gian   |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------|
|            | trường, tiêu chuẩn nhập khẩu, kênh phân phối và cơ hội kết nối cung cầu quốc tế.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                             |             |
| <b>III</b> | <b>Phát triển thương mại điện tử theo liên kết vùng, chuỗi cung ứng và đặc thù địa bàn</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                             |             |
| 1          | Cụm trung du, miền núi phía Bắc và hành lang cửa khẩu phía Bắc: Tổ chức liên kết các địa phương trung du, miền núi phía Bắc và khu vực cửa khẩu phía Bắc với các trung tâm tiêu thụ, logistics lớn của vùng Đồng bằng sông Hồng; tập trung phát triển thương mại điện tử đối với sản phẩm đặc trưng, sản phẩm chủ lực, sản phẩm có lợi thế của vùng và định hướng phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới. Ưu tiên kết nối điểm hỗ trợ thương mại điện tử cấp xã, cụm xã hoặc cụm sản phẩm với điểm gom hàng, điểm đóng gói, kho vệ tinh, kho lạnh quy mô phù hợp, dịch vụ logistics, truy xuất nguồn gốc, thanh toán và nền tảng thương mại điện tử. | Các UBND tỉnh, thành phố khu vực phía Bắc, Bộ Công Thương   | 2027 - 2030 |
| 2          | Cụm Bắc Trung Bộ, duyên hải miền Trung và hành lang Đông - Tây: Tổ chức liên kết các địa phương Bắc Trung Bộ, duyên hải miền Trung, khu vực biên giới Việt Nam - Lào và hành lang kinh tế Đông - Tây với cảng biển, đô thị trung tâm và thị trường nội địa; tập trung phát triển thương mại điện tử gắn với sản phẩm đặc trưng, sản phẩm làng nghề, sản phẩm gắn với văn hóa, du lịch địa phương và thương mại biên giới. Ưu tiên tổ chức đầu mối hỗ trợ thương mại điện tử, gom hàng, đóng gói, vận chuyển; kết                                                                                                                                            | Các UBND tỉnh, thành phố khu vực miền Trung; Bộ Công Thương | 2027 - 2030 |



| TT | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Chủ trì                                                                   | Thời gian   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------|
|    | nối logistics đường bộ, cảng biển, nền tảng thương mại điện tử và các kênh phân phối phù hợp.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                           |             |
| 3  | Cụm Tây Nguyên - Nam Trung Bộ: Tổ chức liên kết các địa phương Tây Nguyên với một số địa phương Nam Trung Bộ, kết nối với cảng biển miền Trung, Đông Nam Bộ và các trung tâm tiêu thụ lớn; tập trung phát triển thương mại điện tử gắn với vùng sản xuất tập trung, sản phẩm đặc trưng, sản phẩm có giá trị gia tăng và sản phẩm gắn với văn hóa, du lịch địa phương. Ưu tiên kết nối kho gom hàng, kho lạnh, điểm sơ chế, điểm đóng gói, tuyến gom hàng theo mùa vụ với nền tảng thương mại điện tử, doanh nghiệp logistics và giải pháp thanh toán phù hợp.                                    | Các UBND tỉnh, thành phố khu vực Tây Nguyên, Nam Trung Bộ; Bộ Công Thương | 2027 - 2030 |
| 4  | Cụm Đông Nam Bộ và hành lang biên giới Tây Nam: Tổ chức liên kết các địa phương Đông Nam Bộ với khu vực biên giới Tây Nam, gắn với trung tâm tiêu thụ, công nghiệp chế biến, logistics, cửa khẩu và thị trường Campuchia; tập trung phát triển thương mại điện tử đối với hàng hóa chế biến, sản phẩm có lợi thế và từng bước phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới. Ưu tiên kết nối trung tâm xử lý đơn hàng, kho vệ tinh, dịch vụ logistics, hoàn trả, thanh toán, nền tảng xuất khẩu trực tuyến và các kênh kết nối thị trường phù hợp với điều kiện cửa khẩu, hành lang giao thương. | Các UBND tỉnh, thành phố khu vực Đông Nam Bộ; Bộ Công Thương              | 2027 - 2030 |

| TT        | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Chủ trì                                                                  | Thời gian   |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 5         | Cụm Đồng bằng sông Cửu Long và chuỗi nông sản - thủy sản: Tổ chức liên kết các địa phương Đồng bằng sông Cửu Long, khu vực biên giới Tây Nam với Thành phố Hồ Chí Minh, Đông Nam Bộ và thị trường Campuchia; tập trung phát triển thương mại điện tử gắn với sản phẩm nông nghiệp, thủy sản, sản phẩm chế biến, sản phẩm đặc trưng địa phương và hoạt động bán hàng theo mùa vụ. Ưu tiên kết nối kho gom hàng, kho lạnh, điểm đóng gói, truy xuất nguồn gốc, logistics phù hợp với hàng tươi sống, điểm hỗ trợ thương mại điện tử và nền tảng bán hàng trực tuyến. | Các UBND tỉnh, thành phố khu vực Đồng bằng sông Cửu Long; Bộ Công Thương | 2027 - 2030 |
| <b>IV</b> | <b>Nâng cao năng lực ứng dụng thương mại điện tử và chuẩn hóa điều kiện tham gia thị trường số</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                          |             |
| 1         | Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng năng lực ứng dụng thương mại điện tử cho cán bộ quản lý nhà nước, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa, thương nhân, cơ sở sản xuất, kinh doanh, cá nhân kinh doanh, phụ nữ, thanh niên, đồng bào dân tộc thiểu số, người tiêu dùng tại khu vực biên giới, miền núi; đa dạng hóa hình thức đào tạo theo hướng trực tiếp, trực tuyến, thực hành và hướng dẫn tại cơ sở.                                                                                                                                        | Bộ Công Thương; Bộ giáo dục và Đào tạo; Bộ Dân tộc và Tôn giáo           | 2027 - 2030 |
| 2         | Chuẩn hóa nội dung, tài liệu và phương thức đào tạo phù hợp với đặc thù khu vực biên giới, miền núi; khuyến khích xây dựng học liệu số, tài liệu trực quan, tài liệu đa ngôn ngữ, nội dung dễ hiểu, dễ áp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Bộ Giáo dục và Đào tạo; Bộ Công Thương                                   | 2027 - 2030 |



| TT | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Chủ trì                                   | Thời gian   |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------|
|    | dụng cho người dân, hộ kinh doanh, hợp tác xã và chủ thể trực tiếp sản xuất, kinh doanh.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                           |             |
| 3  | Hỗ trợ chủ thể sản xuất, kinh doanh chuẩn hóa điều kiện tham gia thị trường số, gồm hồ sơ số sản phẩm, thông tin sản phẩm, hình ảnh, nội dung giới thiệu, truy xuất nguồn gốc gắn với tiêu chuẩn trong nước và tiêu chuẩn quốc tế, chỉ dẫn địa lý, quy cách đóng gói, năng lực cung ứng, phương án bán hàng, vận chuyển và kết nối với nền tảng thương mại điện tử, logistics, thanh toán, cơ sở dữ liệu theo quy định. | Bộ Khoa học và Công nghệ; Bộ Công Thương  | 2027 - 2030 |
| 4  | Thúc đẩy ứng dụng công nghệ số, công nghệ mới và các giải pháp đổi mới sáng tạo phù hợp với điều kiện khu vực biên giới, miền núi nhằm nâng cao năng lực quản trị, vận hành, quảng bá, kết nối thị trường và duy trì hoạt động thương mại điện tử của các chủ thể tại cơ sở.                                                                                                                                            | Bộ Khoa học và Công nghệ                  | 2027 - 2030 |
| 5  | Hình thành đội ngũ nông cốt thương mại điện tử cộng đồng tại địa bàn ưu tiên, gồm cán bộ cấp tỉnh, cấp xã, nhân sự điểm hỗ trợ thương mại điện tử, đại diện hợp tác xã, tổ hợp tác, phụ nữ, thanh niên, cá nhân kinh doanh và các chủ thể có khả năng hỗ trợ cộng đồng tiếp cận, vận hành và duy trì hoạt động thương mại điện tử                                                                                       | Bộ Công Thương;<br>Bộ Giáo dục và Đào tạo | 2027 - 2030 |
| 6  | Tăng cường phối hợp với cơ sở đào tạo, trường đại học, cơ sở giáo dục nghề nghiệp, ưu tiên các cơ sở đào tạo trên địa bàn các tỉnh miền núi, biên giới, tổ chức                                                                                                                                                                                                                                                         | Bộ Giáo dục và Đào tạo; Bộ Công Thương    | 2027 - 2030 |

| TT       | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Chủ trì                                                                                  | Thời gian   |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
|          | hỗ trợ khởi nghiệp và doanh nghiệp công nghệ để phát triển chương trình đào tạo, thực hành thương mại điện tử, tư vấn mô hình kinh doanh số; khuyến khích sinh viên, thanh niên địa phương khởi nghiệp, lập nghiệp tại quê hương gắn với ứng dụng thương mại điện tử.                                                                                                                       |                                                                                          |             |
| 7        | Huy động doanh nghiệp, hiệp hội, cơ sở đào tạo và tổ chức hỗ trợ tham gia phát triển năng lực thương mại điện tử tại địa phương, thông qua đào tạo, tư vấn, chuyển giao kỹ năng, cung cấp dịch vụ, hỗ trợ vận hành, truyền thông, phổ biến pháp luật, cảnh báo rủi ro và kết nối kết quả đào tạo với cơ sở dữ liệu, bản đồ số và công cụ điều hành của Kế hoạch.                            | Bộ Công Thương;<br>Bộ Giáo dục và<br>Đào tạo; Hiệp hội<br>Thương mại điện<br>tử Việt Nam | 2027 - 2030 |
| <b>V</b> | <b>Phát triển thương mại điện tử xanh, bền vững và phù hợp đặc thù khu vực biên giới, miền núi</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                          |             |
| 1        | Lồng ghép yêu cầu phát triển thương mại điện tử xanh, tiêu dùng bền vững, trách nhiệm xã hội và các nguyên tắc ESG phù hợp với điều kiện thực tiễn của khu vực biên giới, miền núi trong quá trình triển khai Kế hoạch; hình thành định hướng mô hình thương mại điện tử xanh phù hợp với điều kiện khu vực biên giới, miền núi, phát triển sinh kế và nâng cao giá trị sản phẩm địa phương | Bộ Khoa học và<br>Công nghệ; Bộ<br>Công Thương                                           | 2027 - 2030 |
| 2        | Phát triển mô hình thương mại điện tử gắn với sản phẩm bản địa, sản xuất bền vững, bảo tồn giá trị truyền thống, bản sắc dân tộc, văn hóa địa phương, tri thức bản địa và du lịch cộng đồng; phát triển mô hình O2O (Online to Offline) kết hợp                                                                                                                                             | Bộ Văn hóa, Thể<br>thao và Du lịch;<br>Bộ Công Thương                                    | 2027 - 2030 |



| TT                                                              | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Chủ trì                                                                                    | Thời gian   |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
|                                                                 | quảng bá, bán sản phẩm trực tuyến với giới thiệu hình ảnh địa phương, không gian trải nghiệm văn hóa trên môi trường số, kết nối khách du lịch vươt điểm đến, cơ sở sản xuất, làng nghề, điểm du lịch cộng đồng, khuyến khích ứng dụng công nghệ số trong giới thiệu quy trình sản xuất xanh, câu chuyện sản phẩm, nguồn gốc nguyên liệu và giá trị văn hóa bản địa.                               |                                                                                            |             |
| 3                                                               | Tăng cường hướng dẫn chủ thể sản xuất, kinh doanh đáp ứng yêu cầu về chất lượng sản phẩm, truy xuất nguồn gốc, bao bì, nhãn hàng hóa, bảo vệ môi trường và các định hướng phát triển bền vững khi tham gia kênh phân phối trực tuyến, thương mại điện tử xuyên biên giới.                                                                                                                          | Bộ Khoa học và Công nghệ                                                                   | 2027 - 2030 |
| 4                                                               | Ưu tiên các mô hình thương mại điện tử phát triển bền vững có khả năng tạo sinh kế, nâng cao thu nhập, phát huy vai trò chủ thể cho người dân địa phương, thúc đẩy tiêu dùng có trách nhiệm, bảo tồn giá trị văn hóa - sinh khu vực biên giới, miền núi.                                                                                                                                           | Bộ Công Thương;<br>Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch                                         | 2027 - 2030 |
| <b>VI Hợp tác quốc tế và thương mại điện tử xuyên biên giới</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                            |             |
| 1                                                               | Phát triển mô hình thương mại điện tử xuyên biên giới, ưu tiên gắn với hoạt động quảng bá du lịch, văn hóa và sản phẩm địa phương tại khu vực biên giới, cửa khẩu và hành lang giao thương, lựa chọn địa bàn, nhóm hàng, doanh nghiệp, hợp tác xã và chủ thể sản xuất, kinh doanh có tiềm năng để hỗ trợ tham gia xuất khẩu trực tuyến, ưu tiên sản phẩm đặc trưng, sản phẩm có lợi thế cạnh tranh | Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;<br>Bộ Công Thương;<br>Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố | 2027 - 2030 |

| TT | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Chủ trì                                                   | Thời gian   |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------|
|    | và sản phẩm đáp ứng yêu cầu của thị trường nước ngoài.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                           |             |
| 2  | Định hướng hình thành các điểm kết nối, trung chuyển số phục vụ thương mại điện tử xuyên biên giới, gắn với cửa khẩu, trung tâm logistics, điểm tập kết hàng hóa và hạ tầng thương mại biên giới; hỗ trợ tập kết, chuẩn hóa, giới thiệu, giao dịch, thông quan, vận chuyển và xuất khẩu trực tuyến hàng hóa của địa phương, của vùng và của cả nước.                                                                                                  | Bộ Công Thương,<br>Ủy ban nhân dân<br>các tỉnh, thành phố | 2027 - 2030 |
| 3  | Nghiên cứu chính sách, quy định và mô hình quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới của các quốc gia có chung đường biên giới: cơ chế về kho ngoại quan, trung tâm logistics, điểm tập kết hàng hóa, thanh toán xuyên biên giới, thông quan và nhập khẩu qua thương mại điện tử; đề xuất giải pháp khai thác hiệu quả các cơ chế, chính sách thuận lợi để hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã và chủ thể địa phương tham gia xuất khẩu qua nền tảng số. | Bộ Công Thương                                            | 2027 - 2030 |
| 4  | Tiếp tục triển khai chuyển đổi số, thủ tục biên phòng điện tử và ứng dụng khoa học, công nghệ trong quản lý cửa khẩu, kiểm soát xuất nhập cảnh, kiểm tra, giám sát hàng hóa xuất nhập khẩu tại các cửa khẩu, bảo đảm tạo thuận lợi cho lưu thông hàng hóa, người và phương tiện qua cửa khẩu gắn với giữ vững an ninh, trật tự khu vực biên giới, cửa khẩu; phòng, chống buôn lậu, gian lận thương                                                    | Bộ Quốc phòng                                             | 2027 - 2030 |



| TT | Nhiệm vụ, giải pháp                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Chủ trì        | Thời gian   |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
|    | mại và vận chuyển hàng hóa trái phép qua biên giới.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                |             |
| 5  | Tăng cường hợp tác với tổ chức quốc tế, đối tác phát triển, nền tảng thương mại điện tử, doanh nghiệp logistics và kết nối với cơ quan đại diện thương mại của Việt Nam ở nước ngoài để chia sẻ kinh nghiệm, chuyển giao kỹ năng, hỗ trợ kỹ thuật, kết nối thị trường và quy hoạch để trở thành các trạm trung chuyển của vùng, của cả nước để tập kết và xuất khẩu trực tuyến ra nước ngoài. | Bộ Công Thương | 2027 - 2030 |

**PHỤ LỤC II**  
**CHƯƠNG TRÌNH THÚC ĐẨY ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**  
**TẠI KHU VỰC BIÊN GIỚI, MIỀN NÚI GIAI ĐOẠN 2027 - 2030**  
*(Ban hành kèm theo Quyết định số 1967/QĐ-BCT ngày 04 tháng 8 năm 2026 của Bộ Công Thương)*

**I. Quy định chung**

**1. Đối tượng tham gia**

a) Đơn vị chủ trì thực hiện các Đề án thuộc Chương trình thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi (sau đây gọi là Chương trình) bao gồm: Các 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 và cá nhân khu vực biên giới, miền núi theo quy định.

**2. Cơ quan quản lý nhà nước của Chương trình**

Bộ Công Thương là cơ quan được Chính phủ giao trách nhiệm quản lý Chương trình, chịu trách nhiệm thực hiện các nhiệm vụ sau:

a) Chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương phổ biến định hướng phát triển thương mại điện tử khu vực biên giới, miền núi theo chiến lược, quy hoạch và các kế hoạch phát triển thương mại điện tử được cấp có thẩm quyền phê duyệt;

b) Hàng năm thông báo danh mục các lĩnh vực ưu tiên tập trung phát triển thương mại điện tử theo Chương trình và hướng dẫn đơn vị chủ trì xây dựng đề án;

d) Phê duyệt danh mục các đề án, dự án để tổng hợp vào Chương trình;

đ) Giám sát, kiểm tra việc thực hiện các đề án thuộc Chương trình;

e) Quản lý kinh phí từ ngân sách nhà nước giao để thực hiện Chương trình thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi giai đoạn 2027 - 2030;

g) Tổng hợp đánh giá kết quả thực hiện Chương trình vào cuối giai đoạn.

Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số là đơn vị giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương quản lý Chương trình, có nhiệm vụ hướng dẫn việc xây dựng, tiếp nhận, đánh giá, tổ chức thẩm định các đề án theo quy định tại Quy chế này; tổng hợp gửi Bộ Công Thương phê duyệt đề án; tổ chức giám sát, kiểm tra việc thực hiện



các đề án; tổ chức nghiệm thu các đề án; tổng kết, báo cáo Bộ trưởng Bộ Công Thương; tiếp nhận và quản lý kinh phí nhà nước cấp cho Chương trình.

### **3. Kinh phí thực hiện Chương trình**

Kinh phí thực hiện Chương trình được hình thành từ các nguồn sau:

- a) Ngân sách nhà nước cấp cho Chương trình hàng năm theo kế hoạch, bao gồm nguồn vốn đầu tư phát triển và nguồn vốn sự nghiệp;
- b) Ngân sách nhà nước cấp cho địa phương (nếu có);
- c) Đóng góp của các tổ chức, doanh nghiệp tham gia Chương trình;
- d) Tài trợ của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước;
- đ) Nguồn kinh phí hợp pháp khác theo quy định của pháp luật.

### **4. Ngân sách nhà nước hỗ trợ kinh phí cho Chương trình theo nguyên tắc:**

- a) Kinh phí chi thường xuyên thực hiện Chương trình được giao trong dự toán chi ngân sách hàng năm của Bộ Công Thương, hỗ trợ đối tượng thụ hưởng thông qua Đơn vị chủ trì;
- b) Kinh phí chi đầu tư phát triển thực hiện Chương trình được giao trong dự toán chi đầu tư phát triển hàng năm của cơ quan quản lý dự án đầu tư.
- c) Kinh phí quản lý Chương trình tối đa bằng 1% tổng dự toán kinh phí thực hiện Chương trình do nguồn ngân sách trung ương cấp. Các nội dung chi cho công tác quản lý Chương trình thực hiện theo quy định của pháp luật.

## **II. Nội dung Chương trình thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi giai đoạn 2027-2030**

### **1. Phát triển mô hình, điểm hỗ trợ và dịch vụ thương mại điện tử tại khu vực biên giới, miền núi**

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án hỗ trợ tổ chức mô hình thương mại điện tử theo xã, cụm xã, cụm sản phẩm, khu vực cửa khẩu hoặc hành lang giao thương; phát triển, nâng cao năng lực các điểm hỗ trợ thương mại điện tử tại cơ sở và kết nối với dịch vụ logistics, thanh toán, nền tảng số, thông tin thị trường cùng các dịch vụ hỗ trợ có liên quan, ứng dụng các mô hình công nghệ số mới, livestream bán hàng, tạo điều kiện để người dân, hợp tác xã, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa và các chủ thể sản xuất, kinh doanh tại khu vực biên giới, miền núi từng bước tiếp cận, sử dụng dịch vụ thương mại điện tử phù hợp với điều kiện

địa hình, dân cư phân tán, quy mô sản xuất, đặc điểm hàng hóa và khả năng tiếp cận thị trường của từng địa bàn.

## **2. Tuyên truyền, phổ biến pháp luật và bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử**

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án tuyên truyền, phổ biến kiến thức, quy định pháp luật có liên quan đến thương mại điện tử, kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử, kỹ năng tiêu dùng an toàn trên môi trường số, quyền và trách nhiệm của người tiêu dùng, tổ chức, cá nhân trong giao dịch thương mại điện tử, nâng cao nhận thức, kỹ năng tự bảo vệ và khả năng tham gia giao dịch trực tuyến an toàn của người dân, người tiêu dùng, chủ thể sản xuất, kinh doanh tại khu vực biên giới, miền núi; ưu tiên người tiêu dùng dễ bị tổn thương, người dân tại xã khu vực III, xã biên giới, xã đặc biệt khó khăn và địa bàn mới thoát khỏi tình trạng đặc biệt khó khăn.

## **3. Đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng và phát triển lực lượng hỗ trợ thương mại điện tử tại cơ sở**

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng năng lực ứng dụng thương mại điện tử cho cán bộ quản lý nhà nước tại địa phương, lực lượng hỗ trợ tại cơ sở, hợp tác xã, hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa, thương nhân, cơ sở sản xuất, kinh doanh, phụ nữ, thanh niên và đồng bào dân tộc thiểu số, nâng cao kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử, công nghệ số, kỹ năng livestream bán hàng, tổ chức bán hàng trực tuyến, kết nối thị trường và sử dụng dịch vụ số; từng bước hình thành lực lượng nòng cốt tại địa phương có khả năng hướng dẫn, hỗ trợ và đồng hành cùng các chủ thể trong quá trình tham gia thương mại điện tử.

## **4. Hỗ trợ sản phẩm địa phương và chủ thể kinh doanh tham gia thương mại điện tử**

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án hỗ trợ chủ thể sản xuất, kinh doanh chuẩn bị điều kiện tham gia thương mại điện tử; phát triển thông tin, hình ảnh, nội dung số, phương thức giới thiệu sản phẩm và khả năng kết nối với các kênh bán hàng trực tuyến phù hợp, mở rộng khả năng tiếp cận thị trường số cho sản phẩm đặc trưng, sản phẩm bản địa, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm làng nghề, sản phẩm gắn với tri thức truyền thống, văn hóa địa phương và du lịch cộng đồng; góp phần nâng cao giá trị sản phẩm, phát triển thương hiệu và mở rộng kênh tiêu thụ tại khu vực biên giới, miền núi.



### **5. Liên kết vùng thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa khu vực biên giới, miền núi qua thương mại điện tử**

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án hỗ trợ kết nối khu vực biên giới, miền núi với vùng nguyên liệu, vùng sản xuất hàng hóa tập trung, khu vực cửa khẩu, hành lang giao thương, trung tâm logistics, trung tâm tiêu thụ, nền tảng số, hệ thống phân phối và thị trường trong nước, ngoài nước, hình thành các mô hình liên kết thương mại điện tử theo xã, cụm xã, cụm sản phẩm, hành lang giao thương và không gian liên vùng; cải thiện khả năng gom hàng, kết nối giao nhận, lưu thông và tiêu thụ hàng hóa; nâng cao khả năng tham gia chuỗi cung ứng của các địa phương khu vực biên giới, miền núi.

### **6. Phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới gắn với kinh tế cửa khẩu và thương mại biên giới**

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án hỗ trợ địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và các chủ thể có tiềm năng tiếp cận thông tin, dịch vụ, nền tảng và cơ hội tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới; gắn với khu vực cửa khẩu, hành lang kinh tế, hoạt động thương mại biên giới và thị trường các nước có chung đường biên giới với Việt Nam, hỗ trợ sản phẩm khu vực biên giới, miền núi tiếp cận thị trường ngoài nước; nâng cao năng lực đáp ứng yêu cầu về thông tin hàng hóa, chất lượng, truy xuất nguồn gốc, logistics, thanh toán và các điều kiện cần thiết để tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới theo quy định pháp luật.

### **7. Quản lý, điều phối, theo dõi, đánh giá và nhân rộng mô hình thương mại điện tử**

Nhóm nội dung này tập trung vào các đề án phục vụ công tác tổ chức thực hiện, phối hợp giữa Bộ Công Thương với địa phương, doanh nghiệp và các tổ chức liên quan; theo dõi, tổng hợp thông tin, đánh giá kết quả và nhân rộng mô hình thương mại điện tử phù hợp với khu vực biên giới, miền núi, nâng cao hiệu quả quản lý, điều phối và sử dụng nguồn lực; kịp thời nhận diện khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai; lựa chọn, tổng kết và nhân rộng các mô hình có khả năng duy trì, có sự tham gia của doanh nghiệp dịch vụ và tạo tác động thiết thực đối với khả năng tiếp cận thị trường, sinh kế và thu nhập của người dân.