

Số: 3732 /QĐ-UBND

Hà Nội, ngày 27 tháng 7 năm 2026

QUYẾT ĐỊNH
**Về việc ban hành Đề án “Thí điểm mô hình tiêu dùng số
và bảo trợ thương mại điện tử thành phố Hà Nội”**

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương số 72/2025/QH15 ngày 16/6/2025;

Căn cứ Luật Thủ đô số 02/2026/QH16 ngày 23/4/2026;

Căn cứ Luật Ngân sách nhà nước số 89/2025/QH15 ngày 25/6/2025;

Căn cứ Luật Giao dịch điện tử số 20/2023/QH15 ngày 22/6/2023;

Căn cứ Luật Dữ liệu số 60/2024/QH15 ngày 30/11/2024;

Căn cứ Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân số 91/2025/QH15 ngày 26/6/2025;

Căn cứ Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 19/2023/QH15 ngày 20/6/2023;

Căn cứ Luật Thương mại điện tử số 122/2025/QH15 ngày 10/12/2025;

Căn cứ Luật Trí tuệ nhân tạo số 134/2025/QH15 ngày 10/12/2025;

Căn cứ Luật An toàn thông tin mạng số 86/2015/QH13 ngày 19/11/2015;

Căn cứ Luật An ninh mạng số 116/2025/QH15 ngày 10/12/2025;

Căn cứ Nghị quyết số 15-NQ/TW ngày 05/5/2022 của Bộ Chính trị về phương hướng, nhiệm vụ phát triển Thủ đô Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045;

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

Căn cứ Nghị quyết số 03/NQ-CP ngày 09/01/2025 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW; Nghị quyết số 71/NQ-CP ngày 01/4/2025 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung, cập nhật Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW;

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

Căn cứ Nghị định số 356/2025/NĐ-CP ngày 31/12/2025 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân;

Căn cứ Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26/8/2020 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; các nghị định sửa đổi, bổ sung có liên quan;

Căn cứ Nghị định số 43/2017/NĐ-CP ngày 14/4/2017 của Chính phủ về nhãn hàng hóa; Nghị định số 111/2021/NĐ-CP ngày 09/12/2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 43/2017/NĐ-CP;

Căn cứ Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”;

Căn cứ Quyết định số 06/QĐ-TTg ngày 06/01/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án phát triển ứng dụng dữ liệu về dân cư, định danh và xác thực điện tử phục vụ chuyển đổi số quốc gia giai đoạn 2022-2025, tầm nhìn đến năm 2030;

Căn cứ Quyết định số 776/QĐ-TTg ngày 29/4/2026 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Kế hoạch triển khai thi hành Luật Thương mại điện tử;

Căn cứ Quyết định số 57/2025/QĐ-UBND ngày 22/9/2025 của UBND thành phố Hà Nội quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Sở Công Thương thành phố Hà Nội;

Căn cứ Kế hoạch hành động số 20-KH/BCĐ57 ngày 19/01/2026 của Ban Chỉ đạo 57 Thành ủy thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trên địa bàn thành phố Hà Nội năm 2026; Kế hoạch số 38/KH-UBND ngày 26/01/2026 của UBND thành phố Hà Nội thực hiện Kế hoạch hành động số 20-KH/BCĐ57 ngày 19/01/2026 của Ban Chỉ đạo 57 Thành ủy thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trên địa bàn thành phố Hà Nội năm 2026;

Theo đề nghị Sở Công Thương tại Tờ trình số 5842/TTr-SCT ngày 30/6/2026; Tờ trình số 6737/TTr-SCT ngày 23/7/2026 về việc ban hành Đề án “Thí điểm mô hình tiêu dùng số và bảo trợ thương mại điện tử thành phố Hà Nội”,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành Đề án

Ban hành kèm theo Quyết định này Đề án “Thí điểm mô hình tiêu dùng số và bảo trợ thương mại điện tử thành phố Hà Nội” (Đề án chi tiết kèm theo).

Điều 2. Mục tiêu và thời gian thực hiện

Đề án được triển khai thí điểm giai đoạn 2026-2028 nhằm hình thành môi trường mua sắm số minh bạch, an toàn, có truy xuất, có cơ chế hỗ trợ và bảo vệ người tiêu dùng; tạo nguồn dữ liệu tin cậy phục vụ quản lý, điều hành, dự báo, cảnh báo rủi ro và phát triển thị trường trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Điều 3. Kinh phí thực hiện

Kinh phí thực hiện Đề án được bố trí từ ngân sách nhà nước theo phân cấp và khả năng cân đối, lồng ghép với các chương trình, kế hoạch có liên quan; đồng thời huy động nguồn xã hội hóa, tài trợ, hợp tác và các nguồn vốn hợp pháp khác theo quy định pháp luật. Việc lập, phân bổ, quản lý, sử dụng, thanh quyết toán kinh phí thực hiện theo quy định của pháp luật hiện hành.

Điều 4. Tổ chức thực hiện

Sở Công Thương là cơ quan chủ trì, chịu trách nhiệm tham mưu UBND Thành phố tổ chức triển khai Đề án; xây dựng kế hoạch hằng năm, quy chế phối hợp, bộ tiêu chí, quy trình nghiệp vụ, cơ chế giám sát, đánh giá, báo cáo kết quả thực hiện; chủ trì sơ kết, tổng kết, đề xuất điều chỉnh hoặc nhân rộng mô hình. Các sở, ngành, UBND xã, phường và các tổ chức, doanh nghiệp liên quan có trách nhiệm phối hợp thực hiện các nhiệm vụ được giao trong Đề án và theo chỉ đạo của UBND Thành phố.

Điều 5. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 6. Chánh Văn phòng UBND Thành phố; Giám đốc các Sở: Công Thương, Tài chính, Khoa học và Công nghệ; Giám đốc Công an thành phố Hà Nội; Chi cục trưởng Chi cục Hải quan khu vực I; Trưởng Thuế thành phố Hà Nội; Thủ trưởng các ban, ngành Thành phố; Chủ tịch UBND các xã, phường và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 6;
- Bộ Công Thương;
- Thường trực Thành ủy;
- Ban Chỉ đạo 57 Thành ủy Hà Nội;
- Thường trực HĐND Thành phố;
- Chủ tịch, các PCT UBND Thành phố;
- Văn phòng: TU, ĐDBQH và HĐND TP;
- VPUBTP: CVP, các PCVP, TH, KT;
- Lưu: VT, KT.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH



Nguyễn Xuân Lưu

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

ĐỀ ÁN

**THÍ ĐIỂM MÔ HÌNH TIÊU DÙNG SỐ
VÀ BẢO TRỢ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

Cơ quan chủ trì xây dựng: – Sở Công Thương Hà Nội

Cơ quan phối hợp:

- Sở Khoa học và Công nghệ;
- Thuế thành phố Hà Nội;
- Chi cục Hải quan khu vực I;
- Công an Thành phố;
- Các Sở, ngành; UBND các xã, phường;
- Các Doanh nghiệp nền tảng, logistics, thanh toán và các tổ chức liên quan

Hà Nội, tháng 7 năm 2026

MỤC LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	1
DANH MỤC BẢNG	4
MỞ ĐẦU.....	1
1. Sự cần thiết xây dựng Đề án.....	1
2. Căn cứ pháp lý	2
3. Cách tiếp cận xây dựng Đề án.....	4
I. BỐI CẢNH, THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA	6
1. Bối cảnh phát triển TMĐT và tiêu dùng số trên địa bàn Thành phố	6
1.1. Quy mô và xu thế phát triển chung của TMĐT Việt Nam	6
1.2. Vị thế phát triển TMĐT của Hà Nội	6
1.3. Chương trình, nền tảng và nguồn lực sẵn có của Thành phố.....	7
1.4. Các rủi ro quản lý thị trường số cần xử lý.....	7
1.5. Nhận định đối với Hà Nội	8
1.6. Bộ chỉ tiêu nền cần cập nhật khi triển khai Đề án.....	8
2. Kết quả bước đầu và nguồn lực sẵn có.....	9
3. Kết quả khảo sát địa phương và cơ sở thực tiễn để xây dựng, triển khai Đề án.....	10
4. Tồn tại, hạn chế	13
5. Những vấn đề đặt ra cho công tác quản lý nhà nước	14
II. QUAN ĐIỂM, NGUYÊN TẮC, PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG, PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ THỜI GIAN THỰC HIỆN.....	15
1. Quan điểm	15
2. Nguyên tắc triển khai	15
3. Phạm vi và đối tượng	16
4. Phương pháp nghiên cứu và xây dựng mô hình.....	16
5. Thời gian thực hiện	16
III. MỤC TIÊU, CHỈ TIÊU CHỦ YẾU, NỘI DUNG THÍ ĐIỂM MÔ HÌNH....	18
1. Mục tiêu tổng quát	18

2. Mục tiêu cụ thể	18
3. Mục tiêu chủ yếu đến năm 2028.....	18
4. Nội dung thí điểm mô hình tổng thể	19
5. Các mô hình và thành phần thí điểm ưu tiên	21
IV. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU, LỘ TRÌNH THỰC HIỆN GIAI ĐOẠN 2026-2028	26
1. Hoàn thiện quy chế và công cụ quản trị.....	26
2. Phát triển hạ tầng công nghệ và tích hợp nền tảng.....	27
3. Kiểm soát chất lượng, truy xuất nguồn gốc, định danh và tuân thủ.....	27
4. Phát triển dữ liệu, phân tích, cảnh báo sớm và ứng dụng AI	29
5. Truyền thông, đào tạo và huy động nguồn lực xã hội hóa	30
6. Lộ trình thực hiện giai đoạn 2026-2028	31
V. KINH PHÍ VÀ NGUỒN LỰC THỰC HIỆN.....	33
1. Nguyên tắc bố trí kinh phí.....	33
2. Khái toán kinh phí triển khai thí điểm giai đoạn 2026-2028	34
3. Nguyên tắc phân kỳ kinh phí	38
4. Nguồn lực thực hiện	38
VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN.....	39
VII. CƠ CHẾ GIÁM SÁT, ĐÁNH GIÁ, BÁO CÁO VÀ QUẢN TRỊ RỦI RO..	41
1. Cơ chế giám sát, đánh giá.....	41
2. Chế độ báo cáo	41
3. Quản trị rủi ro	42
4. Quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông.....	44
VIII. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT.....	45
1. Kiến nghị Trung ương	45
2. Kiến nghị Thành phố	45
KẾT LUẬN	47
PHỤ LỤC 1: BỘ CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN ĐỀ ÁN	48
PHỤ LỤC 2: DANH MỤC NHIỆM VỤ, SẢN PHẨM ĐẦU RA VÀ TIẾN ĐỘ. 50	

PHỤ LỤC 3: QUY TRÌNH TIẾP NHẬN, XỬ LÝ PHẢN ÁNH, KHIẾU NẠI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG	52
PHỤ LỤC 4: BỘ TIÊU CHÍ LỰA CHỌN CHỦ THỂ, SẢN PHẨM, GIAN HÀNG/KÊNH BÁN VÀ ĐIỂM BÁN/ĐỊA BÀN THAM GIA MÔ HÌNH.....	55
1. Nguyên tắc áp dụng bộ tiêu chí.....	55
2. Nhóm A - Tiêu chí đối với chủ thể kinh doanh	55
3. Nhóm B - Tiêu chí đối với sản phẩm/hàng hóa	56
4. Nhóm C - Tiêu chí đối với gian hàng/kênh bán/chuyên mục liên kết	57
5. Nhóm D - Tiêu chí đối với điểm bán/chợ/cụm hộ/địa bàn thí điểm	58
6. Ngưỡng tham gia, cơ chế rà soát, tạm dừng, khắc phục và đưa ra khỏi phạm vi thí điểm	59
PHỤ LỤC 5: KHUNG TỔNG HỢP KẾT QUẢ KHẢO SÁT ĐỊA PHƯƠNG PHỤC VỤ TRIỂN KHAI ĐỀ ÁN	61
PHỤ LỤC 6: DANH MỤC DỮ LIỆU TỐI THIỂU, DASHBOARD VÀ ỨNG DỤNG AI CÓ KIỂM SOÁT.....	68
PHỤ LỤC 7: KHUNG ĐÀO TẠO, TẬP HUẤN CHO CHỦ THỂ THAM GIA MÔ HÌNH.....	70
PHỤ LỤC 8: KỊCH BẢN TRIỂN KHAI MÔ HÌNH TẠI CHỢ, ĐIỂM BÁN VÀ CỤM HỘ KINH DOANH.....	75
PHỤ LỤC 9: KỊCH BẢN HỖ TRỢ SẢN PHẨM OCOP, LÀNG NGHỀ, ĐẶC SẢN VÀ SẢN PHẨM CHỦ LỰC LÊN MÔI TRƯỜNG SỐ	79
PHỤ LỤC 10: BỘ MẪU TRUYỀN THÔNG, THÔNG ĐIỆNP VÀ KỊCH BẢN CẢNH BÁO.....	81
PHỤ LỤC 11: DỰ THẢO KHUNG QUY CHẾ PHỐI HỢP DỮ LIỆU VÀ BẢO VỆ DỮ LIỆU CÁ NHÂN	83
PHỤ LỤC 12: SỔ TAY TÌNH HUỐNG RỦI RO VÀ PHƯƠNG ÁN XỬ LÝ....	85
PHỤ LỤC 13: HỒ SƠ NGHIỆP VỤ MẪU CHO ĐIỂM HỖ TRỢ TIÊU DÙNG SỐ CẤP XÃ/PHƯỜNG.....	91
PHỤ LỤC 14: BỘ TÌNH HUỐNG THÍ ĐIỂM THEO LOẠI ĐỊA BÀN	93
PHỤ LỤC 15: BẢNG KIỂM TRIỂN KHAI CHO DOANH NGHIỆP, HỢP TÁC XÃ, HỘ KINH DOANH VÀ CHỦ THỂ OCOP.....	97

PHỤ LỤC 16: KHUNG BÁO CÁO ĐỊNH KỲ, ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG VÀ ĐỀ XUẤT NHÂN RỘNG	101
PHỤ LỤC 17: KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI THỰC HIỆN ĐỀ ÁN.....	109
1. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU	109
1.1. Mục đích.....	109
1.2. Yêu cầu.....	109
2. PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG VÀ NGUYÊN TẮC TRIỂN KHAI	110
2.1. Phạm vi triển khai.....	110
2.2. Đối tượng tham gia.....	110
2.3. Nguyên tắc triển khai	110
3. MỤC TIÊU, CHỈ TIÊU TRIỂN KHAI THEO GIAI ĐOẠN	110
4. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI TỔNG THỂ GIAI ĐOẠN 2026-2028.....	112
5. KẾ HOẠCH CHI TIẾT THEO NHÓM NHIỆM VỤ	114
6. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI NĂM 2026	121
7. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI NĂM 2027	122
8. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI NĂM 2028	124
9. PHÂN CÔNG TRÁCH NHIỆM	125
10. CƠ CHẾ BÁO CÁO, GIÁM SÁT VÀ ĐIỀU CHỈNH KẾ HOẠCH.....	127
11. QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG QUÁ TRÌNH TRIỂN KHAI	128
12. DANH MỤC HỒ SƠ, SẢN PHẨM ĐẦU RA CẦN HOÀN THÀNH.....	129
13. TỔ CHỨC THỰC HIỆN	131
14. PHỤ LỤC BIỂU MẪU THEO DỐI THỰC HIỆN	131

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Tên tiếng Anh	Tên tiếng Việt
1	AI	Artificial Intelligence	Trí tuệ nhân tạo
2	API	Application Programming Interface	Giao diện lập trình ứng dụng
3	ATTP	Food Safety	An toàn thực phẩm
4	B2C	Business-to-Consumer	Thương mại điện tử từ doanh nghiệp đến người tiêu dùng
5	CATP	Hanoi City Police	Công an thành phố Hà Nội
6	CNTT	Information Technology	Công nghệ thông tin
7	CSDL	Database	Cơ sở dữ liệu
8	EBI	E-Business Index	Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam
9	eTax	Electronic Tax Services	Dịch vụ thuế điện tử
10	GRDP	Gross Regional Domestic Product	Tổng sản phẩm trên địa bàn
11	HĐND	People's Council	Hội đồng nhân dân
12	HTX	Cooperative	Hợp tác xã
13	iHanoi		Ứng dụng công dân số thành phố Hà Nội

STT	Từ viết tắt	Tên tiếng Anh	Tên tiếng Việt
14	KH&CN	Science and Technology	Khoa học và công nghệ
15	KPI	Key Performance Indicator	Chỉ số đánh giá kết quả thực hiện
16	LGSP	Local Government Service Platform	Nền tảng tích hợp, chia sẻ dữ liệu cấp địa phương
17	NSNN	State Budget	Ngân sách nhà nước
18	NTD	Consumer	Người tiêu dùng
19	OCOP	One Commune One Product	Chương trình Mỗi xã một sản phẩm
20	OTP	One-Time Password	Mã xác thực một lần
21	PESTLE	Political, Economic, Social, Technological, Legal and Environmental	Khung phân tích chính trị, kinh tế, xã hội, công nghệ, pháp lý và môi trường
22	POS	Point of Sale	Thiết bị/điểm chấp nhận thanh toán thẻ
23	Q&A	Questions and Answers	Hỏi đáp
24	QLTT	Market Surveillance	Quản lý thị trường
25	QR	Quick Response code	Mã phản hồi nhanh

STT	Từ viết tắt	Tên tiếng Anh	Tên tiếng Việt
26	RACI	Responsible, Accountable, Consulted, Informed	Ma trận phân công trách nhiệm thực hiện
27	SCT	Department of Industry and Trade	Sở Công Thương
28	SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats	Khung phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức
29	TMĐT	E-commerce	Thương mại điện tử
30	UBND	People's Committee	Ủy ban nhân dân
31	USD	United States Dollar	Đô la Mỹ
32	VECOM	Vietnam E-commerce Association	Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam
33	VNeID	Vietnam Electronic Identification	Ứng dụng định danh điện tử quốc gia

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Một số dữ liệu nền và yêu cầu cập nhật phục vụ xây dựng mô hình thí điểm.	9
Bảng 2: Khung chuyển hóa kết quả khảo sát địa phương thành nhiệm vụ triển khai Đề án.	12
Bảng 3: Lộ trình tổng quát thực hiện Đề án giai đoạn 2026-2028.....	17
Bảng 4: Mục tiêu chủ yếu đến năm 2028.....	19
Bảng 5: Các mô hình thí điểm ưu tiên.	23
Bảng 6: Lộ trình thực hiện nhiệm vụ, giải pháp giai đoạn 2026-2028.	32
Bảng 7: Khái toán kinh phí triển khai thí điểm giai đoạn 2026-2028 theo nhóm nội dung.	34
Bảng 8: Căn cứ lập khái toán kinh phí triển khai thí điểm giai đoạn 2026-2028.	35
Bảng 9: Nguyên tắc phân kỳ kinh phí giai đoạn 2026-2028.....	38
Bảng 10: Trách nhiệm chủ yếu của các đơn vị, chủ thể tham gia Đề án.	40
Bảng 11: Rủi ro và biện pháp kiểm soát trong triển khai Đề án.	44
Bảng 12: Bộ chỉ tiêu đánh giá kết quả thực hiện Đề án.	49
Bảng 13: Danh mục nhiệm vụ, sản phẩm đầu ra và tiến độ.....	51
Bảng 14: Quy trình tiếp nhận, xử lý phản ánh, khiếu nại của người tiêu dùng.	53
Bảng 15: Nhóm A - Tiêu chí đối với chủ thể kinh doanh.....	56
Bảng 16: Nhóm B - Tiêu chí đối với sản phẩm/hàng hóa.....	57
Bảng 17: Nhóm C - Tiêu chí đối với gian hàng/kênh bán/chuyên mục liên kết.....	58
Bảng 18: Nhóm D - Tiêu chí đối với điểm bán/chợ/cụm hộ/địa bàn thí điểm.	59
Bảng 19: Quy trình xử lý kết quả khảo sát địa phương phục vụ triển khai Đề án.....	62
Bảng 20: Khung phân tích dữ liệu khảo sát địa phương.	64
Bảng 21: Danh mục dữ liệu tối thiểu phục vụ dashboard và quản trị Đề án.	69
Bảng 22: Khung đào tạo, tập huấn cho chủ thể tham gia mô hình.	71
Bảng 23: Kịch bản triển khai mô hình tại chợ, điểm bán và cụm hộ kinh doanh.....	76
Bảng 24: Kịch bản hỗ trợ sản phẩm OCOP, làng nghề, đặc sản và sản phẩm chủ lực.	79

Bảng 25: Bộ thông điệp, kênh triển khai và sản phẩm truyền thông.	81
Bảng 26: Sổ tay tình huống rủi ro và phương án xử lý.	87
Bảng 27: Hồ sơ nghiệp vụ mẫu cho điểm hỗ trợ tiêu dùng số cấp xã/phường.	92
Bảng 28: Bộ tình huống thí điểm theo loại địa bàn.....	93
Bảng 29: Bảng kiểm nhóm pháp lý và định danh	97
Bảng 30: Bảng kiểm nhóm sản phẩm và chất lượng.....	98
Bảng 31: Bảng kiểm nhóm kênh bán và nội dung số.....	99
Bảng 32: Bảng kiểm nhóm thanh toán và logistics.....	99
Bảng 33: Bảng kiểm nhóm bảo vệ người tiêu dùng và dữ liệu.....	100
Bảng 34: Khung báo cáo định kỳ, đánh giá tác động và đề xuất nhân rộng.	102
Bảng 35: Cấu trúc báo cáo quý phục vụ điều hành Đề án.	105
Bảng 36: Nhóm tác động, chỉ số đánh giá và phương pháp đo.	106
Bảng 37: Mẫu biên bản rà soát duy trì hoặc thu hồi nhận diện tham gia mô hình. ..	108
Bảng 38: Mục tiêu và chỉ tiêu triển khai đề án theo giai đoạn.....	112
Bảng 39: Kế hoạch triển khai tổng thể giai đoạn 2026-2028.....	113
Bảng 40: Kế hoạch chi tiết theo nhóm nhiệm vụ.	121
Bảng 41: Kế hoạch triển khai năm 2026.	122
Bảng 42: Kế hoạch triển khai năm 2027.	124
Bảng 43: Kế hoạch triển khai năm 2028.	125
Bảng 44: Bảng phân công trách nhiệm.	126
Bảng 45: Cơ chế báo cáo, giám sát và điều chỉnh kế hoạch.	128
Bảng 46: Quản trị rủi ro trong quá trình vận hành.	129
Bảng 47: Danh mục hồ sơ, sản phẩm đầu ra cần hoàn thành.....	130

MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết xây dựng Đề án

Thương mại điện tử và tiêu dùng số đang trở thành phương thức giao dịch phổ biến, tác động trực tiếp tới cấu trúc lưu thông hàng hóa, hành vi tiêu dùng, phương thức tiếp thị, thanh toán, logistics và yêu cầu quản lý nhà nước trên địa bàn Thủ đô. Sự dịch chuyển từ giao dịch trực tiếp sang giao dịch đa kênh không chỉ tạo ra cơ hội mở rộng thị trường cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh, chủ thể OCOP và làng nghề, mà còn làm xuất hiện các dạng rủi ro mới về hàng giả, quảng cáo sai sự thật, lộ lọt dữ liệu cá nhân, tranh chấp đổi trả, khó xác minh người bán và khó xác định trách nhiệm của từng bên trong chuỗi giao dịch.

Đối với Hà Nội, quy mô dân cư lớn, mật độ thương mại cao, số lượng chợ dân sinh, tuyến phố thương mại, trung tâm dịch vụ, cơ sở sản xuất - kinh doanh, làng nghề và sản phẩm OCOP phong phú tạo ra dư địa rất lớn để phát triển mô hình tiêu dùng số có quản trị. Tuy nhiên, nếu thiếu một cơ chế bảo trợ theo nghĩa Nhà nước kiến tạo tiêu chí, chuẩn hóa thông tin, hỗ trợ kết nối, giám sát và bảo vệ người tiêu dùng, niềm tin thị trường số sẽ phát triển không đồng đều, còn khoảng trống giữa giao dịch thực tế với năng lực quản lý.

Thực tiễn quản lý hiện nay cho thấy dữ liệu về người bán, sản phẩm, điểm bán, thanh toán số, phản ánh của người tiêu dùng, truy xuất nguồn gốc và mức độ tuân thủ pháp lý còn phân tán ở nhiều cơ quan, đơn vị, nền tảng. Việc thiếu một lớp dữ liệu tổng hợp và cơ chế phối hợp thống nhất làm hạn chế khả năng dự báo, cảnh báo, xử lý nhanh và đánh giá hiệu quả chính sách. Đề án vì vậy không chỉ là một chương trình hỗ trợ thương mại điện tử, mà là một mô hình quản trị thị trường số cấp Thành phố.

Đề án “Thí điểm mô hình tiêu dùng số và bảo trợ thương mại điện tử thành phố Hà Nội” được xây dựng nhằm tạo một mô hình thí điểm có kiểm soát, có đo lường, có đầu mối, có lộ trình, có cơ chế phối hợp liên ngành và có sản phẩm đầu ra cụ thể. Trọng tâm là xây dựng môi trường mua sắm số minh bạch, an toàn, có truy xuất, có cơ chế tiếp nhận - xử lý phản ánh, đồng thời hình thành nguồn dữ liệu tin cậy phục vụ chỉ đạo điều hành.

Khái niệm “**Bảo trợ thương mại điện tử**” trong Đề án được hiểu là cơ chế Thành phố hướng dẫn, công khai tiêu chí, hỗ trợ chuẩn hóa, kết nối, giám sát, cảnh báo và phối hợp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong phạm vi pháp luật cho phép. Bảo trợ không đồng nghĩa với việc Nhà nước bảo đảm tuyệt đối chất lượng cho từng giao dịch, không thay thế trách nhiệm pháp lý của tổ chức, cá nhân kinh doanh, không làm thay chức năng của sàn TMĐT, doanh nghiệp logistics, đơn vị thanh toán hoặc các chủ thể thị trường.

2. Căn cứ pháp lý

- Luật Tổ chức chính quyền địa phương số 72/2025/QH15 ngày 16/6/2025;
- Luật Thủ đô số 02/2026/QH16 ngày 23/4/2026;
- Luật Ngân sách nhà nước số 89/2025/QH15 ngày 25/6/2025;
- Luật Giao dịch điện tử số 20/2023/QH15 ngày 22/6/2023;
- Luật Dữ liệu số 60/2024/QH15 ngày 30/11/2024;
- Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân số 91/2025/QH15 ngày 26/6/2025;
- Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 19/2023/QH15 ngày 20/6/2023;
- Luật Thương mại điện tử số 122/2025/QH15 ngày 10/12/2025, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2026;
- Luật Trí tuệ nhân tạo số 134/2025/QH15 ngày 10/12/2025;
- Luật An toàn thông tin mạng số 86/2015/QH13 ngày 19/11/2015;
- Luật An ninh mạng số 116/2025/QH15 ngày 10/12/2025;
- Luật Sở hữu trí tuệ số 50/2005/QH11 và các luật sửa đổi, bổ sung có liên quan;
- Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa số 05/2007/QH12; Luật Tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật số 68/2006/QH11;
- Nghị quyết số 15-NQ/TW ngày 05/5/2022 của Bộ Chính trị về phương hướng, nhiệm vụ phát triển Thủ đô Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045;
- Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia;
- Nghị quyết số 12/NQ-CP ngày 07/02/2023 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 15-NQ/TW;
- Nghị quyết số 03/NQ-CP ngày 09/01/2025 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW;
- Nghị quyết số 71/NQ-CP ngày 01/4/2025 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung, cập nhật Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW;
- Nghị quyết số 193/2025/QH15 ngày 19/02/2025 của Quốc hội về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc biệt tạo đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia;

– Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử; Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25/9/2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP; các văn bản quy định chi tiết, hướng dẫn thi hành Luật Thương mại điện tử khi được ban hành;

– Nghị định số 356/2025/NĐ-CP ngày 31/12/2025 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân;

– Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26/8/2020 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Nghị định số 17/2022/NĐ-CP ngày 31/01/2022 và Nghị định số 24/2025/NĐ-CP ngày 21/02/2025 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 98/2020/NĐ-CP;

– Nghị định số 43/2017/NĐ-CP ngày 14/4/2017 của Chính phủ về nhãn hàng hóa; Nghị định số 111/2021/NĐ-CP ngày 09/12/2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 43/2017/NĐ-CP;

– Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030;

– Quyết định số 06/QĐ-TTg ngày 06/01/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án phát triển ứng dụng dữ liệu về dân cư, định danh và xác thực điện tử phục vụ chuyển đổi số quốc gia giai đoạn 2022-2025, tầm nhìn đến năm 2030;

– Quyết định số 776/QĐ-TTg ngày 29/4/2026 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Kế hoạch triển khai thi hành Luật Thương mại điện tử;

– Quyết định số 57/2025/QĐ-UBND ngày 22/9/2025 của UBND thành phố Hà Nội quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Sở Công Thương thành phố Hà Nội;

– Kế hoạch hành động số 20-KH/BCĐ57 ngày 19/01/2026 của Ban chỉ đạo 57 Thành ủy thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trên địa bàn thành phố Hà Nội năm 2026; Kế hoạch số 38/KH-UBND ngày 26/01/2026 của UBND thành phố Hà Nội thực hiện Kế hoạch hành động số 20-KH/BCĐ57 ngày 19/01/2026 của Ban chỉ đạo 57 Thành ủy thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trên địa bàn thành phố Hà Nội năm 2026;

– Kế hoạch số 256/KH-UBND ngày 23/9/2025 của UBND Thành phố về triển khai Chương trình “Gian hàng số - nâng tầm thương nhân Thủ đô”;

– Quyết định số 1501/QĐ-UBND ngày 03/4/2026 của UBND Thành phố về phân bổ và giao dự toán kinh phí khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số năm 2026; Quyết định số 195/QĐ-SCT ngày 06/4/2026 của Sở Công Thương phân bổ bổ sung kinh phí chi sự nghiệp khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số cho Văn phòng Sở Công Thương năm 2026;

– Văn bản số 9356/VP-KT ngày 20/5/2026 của Văn phòng UBND Thành phố truyền đạt chỉ đạo giao Sở Công Thương chủ động triển khai trình tự, thủ tục đối với Đề án;

– Quyết định số 298/QĐ-SCT ngày 27/5/2026 của Sở Công Thương phê duyệt Đề cương Đề án “Thí điểm mô hình tiêu dùng số và bảo trợ thương mại điện tử thành phố Hà Nội”.

– Các quy định về hóa đơn điện tử, quản lý thuế, định danh điện tử, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn đo lường chất lượng, sở hữu trí tuệ, quảng cáo, khuyến mại và bảo vệ người tiêu dùng.

– Các văn bản pháp luật về giao dịch điện tử, thương mại điện tử, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bảo vệ dữ liệu cá nhân, an toàn thông tin mạng, an ninh mạng, sở hữu trí tuệ, tiêu chuẩn đo lường chất lượng, nhãn hàng hóa, hóa đơn điện tử, quản lý thuế và xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại.

– Các căn cứ pháp lý nêu trên được sử dụng theo nguyên tắc: bám sát chủ trương chuyển đổi số, kinh tế số, cải cách hành chính; bảo đảm phù hợp pháp luật về TMĐT, giao dịch điện tử, bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ dữ liệu cá nhân, an toàn thông tin, hóa đơn điện tử, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn chất lượng và ngân sách nhà nước; đồng thời kế thừa đầy đủ Đề cương đã được Sở Công Thương phê duyệt để triển khai nhiệm vụ năm 2026.

3. Cách tiếp cận xây dựng Đề án

– Tiếp cận từ quản lý nhà nước: Đề án đặt trọng tâm vào thiết kế công cụ điều hành, cơ chế phối hợp, quy trình nghiệp vụ, tiêu chí minh bạch và chế độ báo cáo; không biến cơ quan nhà nước thành chủ thể kinh doanh hoặc đơn vị vận hành sản phẩm thương mại điện tử.

– Tiếp cận từ người tiêu dùng: Người tiêu dùng là trung tâm của mô hình; mọi cấu phần như truy xuất, công khai thông tin, thanh toán số, phản ánh khiếu nại, cảnh báo rủi ro đều phải làm cho giao dịch an toàn hơn, dễ hiểu hơn, dễ tra cứu hơn.

– Tiếp cận từ người bán nhỏ và địa phương: Mô hình không chỉ phục vụ doanh nghiệp đã có năng lực số, mà phải có cơ chế hỗ trợ hộ kinh doanh, tiểu thương chợ truyền thống, cơ sở OCOP, làng nghề, người bán mới tham gia TMĐT, đặc biệt ở cấp xã/phường sau sắp xếp đơn vị hành chính.

– Tiếp cận từ dữ liệu: Dữ liệu được tổ chức theo vòng đời: thu thập hợp pháp - chuẩn hóa - phân quyền - phân tích - báo cáo - cảnh báo - lưu trữ - hủy/ẩn danh khi cần thiết, bảo đảm mục tiêu quản lý nhà nước và nguyên tắc bảo vệ dữ liệu cá nhân.

– Tiếp cận thí điểm có khả năng nhân rộng: Các cấu phần được thiết kế theo module, có thể triển khai từng phần tại một chợ, một cụm hộ, một nhóm sản phẩm hoặc một nền tảng liên kết, sau đó chuẩn hóa và nhân rộng dựa trên kết quả đo lường.

I. BỐI CẢNH, THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

1. Bối cảnh phát triển TMĐT và tiêu dùng số trên địa bàn Thành phố

TMĐT và tiêu dùng số trên địa bàn Thành phố cần được nhận diện trong tương quan giữa ba lớp dữ liệu: (i) xu thế phát triển chung của TMĐT Việt Nam; (ii) vị thế, mục tiêu và chương trình hiện có của Hà Nội; (iii) Các rủi ro quản lý thị trường, bảo vệ người tiêu dùng và dữ liệu cá nhân phát sinh khi giao dịch dịch chuyển sang môi trường số. Cách tiếp cận này giúp Đề án không chỉ nêu xu hướng chung, mà có cơ sở định lượng, có điểm tựa chính sách và có vấn đề quản lý cụ thể để xử lý.

1.1. Quy mô và xu thế phát triển chung của TMĐT Việt Nam

Theo Bộ Công Thương, năm 2024 quy mô thị trường TMĐT Việt Nam đạt trên 25 tỷ USD, tăng khoảng 20% so với năm 2023 và chiếm khoảng 9% tổng mức bán lẻ hàng hóa, doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước. Báo cáo EBI 2025 của VECOM sử dụng phương pháp ước tính rộng hơn, ghi nhận quy mô TMĐT năm 2024 khoảng 32 tỷ USD, tăng 27%; trong đó bán lẻ hàng hóa trực tuyến đạt khoảng 22,5 tỷ USD, tăng 30% và chiếm khoảng 12% tổng mức bán lẻ hàng hóa, dịch vụ tiêu dùng. Sự khác biệt giữa các nguồn số liệu cho thấy TMĐT đang phát triển rất nhanh, đồng thời đòi hỏi cơ quan quản lý khi lập Đề án phải xác định rõ phạm vi dữ liệu, nguồn dữ liệu và phương pháp cập nhật.

Trong 9 tháng năm 2025, Bộ Công Thương thông tin TMĐT tiếp tục tăng trưởng bình quân khoảng 22-23%. Cùng với sự phát triển của giao dịch trực tuyến là sự mở rộng nhanh của mô hình bán hàng đa kênh, livestream, mạng xã hội, ứng dụng giao hàng, nền tảng thanh toán và dịch vụ logistics. Vì vậy, quản lý TMĐT không thể chỉ dựa vào kiểm tra điểm bán vật lý mà phải có công cụ số để nhận diện chủ thể, sản phẩm, nguồn gốc, luồng phản ánh và dấu hiệu rủi ro.

1.2. Vị thế phát triển TMĐT của Hà Nội

Hà Nội là một trong hai trung tâm TMĐT lớn nhất cả nước. Năm 2025, các thông tin công bố từ VECOM tại Diễn đàn Toàn cảnh TMĐT Việt Nam cho thấy Hà Nội dẫn đầu bảng xếp hạng EBI với 74,7 điểm, Thành phố Hồ Chí Minh đạt 73,5 điểm, điểm trung bình cả nước chỉ 9,3 điểm. Năm 2026, Hà Nội đạt 87,4 điểm đứng thứ 2 cả nước; TP. Hồ Chí Minh dẫn đầu xếp hạng với 91,1 điểm. Sự thay đổi phương pháp tính toán và xếp hạng từ năm 2025 đã phản ánh chân thực hơn hiện trạng cũng như sự phát triển thương mại điện tử của các địa phương. Kết quả này phản ánh năng lực hạ tầng, nguồn nhân lực số, giao dịch B2C và B2B của Hà Nội luôn ở nhóm dẫn đầu; đồng thời cho thấy Hà Nội có đủ điều kiện để thí điểm mô hình quản trị tiêu dùng số có tính dẫn dắt.

Các mục tiêu phát triển TMĐT của Hà Nội năm 2026 cũng đặt ra yêu cầu rất cụ thể: giữ vững xếp hạng EBI từ thứ 2 trở lên; doanh số TMĐT B2C chiếm 15-17% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng; tỷ lệ dân số Hà Nội tham gia mua sắm trực tuyến dự kiến đạt 55-60%; thanh toán không dùng tiền mặt trong TMĐT đạt 55-60%; doanh nghiệp vừa và nhỏ tiến hành hoạt động kinh doanh trên nền tảng thương mại điện tử đạt 50-55%; tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng hợp đồng điện tử đạt trên 80%; các giao dịch trên nền tảng thương mại điện tử có hóa đơn điện tử đạt 75-80%; duy trì 100% chuỗi liên kết sản xuất, cung ứng nông sản thực phẩm an toàn tham gia hệ thống QR truy xuất nguồn gốc. Đây là những chỉ tiêu nền quan trọng để Đề án lựa chọn KPI và đánh giá tác động.

1.3. Chương trình, nền tảng và nguồn lực sẵn có của Thành phố

Ngày 23/9/2025, UBND Thành phố ban hành Kế hoạch số 256/KH-UBND về Chương trình “Gian hàng số - nâng tầm thương nhân Thủ đô”. Kế hoạch xác định đây là giải pháp phát triển kinh tế số, góp phần thực hiện mục tiêu tỷ trọng kinh tế số trong GRDP của Thành phố đạt 30% vào năm 2025 và 40% vào năm 2030; năm 2025 hình thành “Gian hàng sản phẩm Thủ đô Hà Nội” trên Sàn TMĐT Shopee, phân đấu đưa trên 60% sản phẩm thuộc mỗi nhóm sản phẩm OCOP của Hà Nội lên gian hàng; 100% cơ sở tham gia ứng dụng giải pháp công nghệ số và được đào tạo vận hành gian hàng.

Giai đoạn 2026-2030, Kế hoạch số 256/KH-UBND định hướng mở rộng “Gian hàng sản phẩm Thủ đô Hà Nội” lên các nền tảng mạng xã hội và sàn TMĐT xuyên biên giới phù hợp, phân đấu 100% sản phẩm thuộc mỗi nhóm sản phẩm OCOP của Hà Nội và 50% cơ sở sản xuất, kinh doanh các sản phẩm, hàng hóa thuộc các lĩnh vực khác tham gia. Do đó, Đề án này không xây dựng một sàn TMĐT mới và không lặp lại nhiệm vụ vận hành gian hàng đã được giao tại Kế hoạch số 256/KH-UBND, mà bổ sung lớp “bảo trợ - tiêu chí - dữ liệu - phản ánh - giám sát” để tăng niềm tin, an toàn giao dịch và hiệu lực quản lý nhà nước đối với các hoạt động tiêu dùng số.

1.4. Các rủi ro quản lý thị trường số cần xử lý

Cùng với tăng trưởng TMĐT, rủi ro hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc, gian lận thương mại, quảng cáo sai sự thật, lừa đảo trực tuyến, gian lận thanh toán, xâm phạm dữ liệu cá nhân và tranh chấp đòi trả có xu hướng gia tăng và lan truyền nhanh. Trong 9 tháng năm 2025, lực lượng Quản lý thị trường cả nước đã kiểm tra 17.746 vụ, phát hiện, xử lý 15.544 vụ vi phạm, xử lý vi phạm hành chính 402 tỷ đồng, thu nộp ngân sách gần 216 tỷ đồng và chuyển cơ quan điều tra 133 vụ có dấu hiệu tội phạm. Số liệu này không thay thế số liệu chuyên ngành của Hà Nội, nhưng cho thấy yêu cầu phải cập

nhật dữ liệu xử lý vi phạm do Chi cục Quản lý thị trường thành phố Hà Nội và các cơ quan chức năng cung cấp để làm đường cơ sở đánh giá rủi ro của Đề án.

1.5. Nhận định đối với Hà Nội

Hà Nội có lợi thế rõ rệt về quy mô thị trường, mật độ dân cư, hạ tầng viễn thông, hệ sinh thái thanh toán, logistics, nền tảng công nghệ, số lượng doanh nghiệp, hộ kinh doanh, chợ dân sinh, tuyến phố thương mại, làng nghề và sản phẩm OCOP. Tuy nhiên, lợi thế này chỉ chuyển hóa thành niềm tin số nếu Thành phố có cơ chế nhận diện người bán, chuẩn hóa hồ sơ sản phẩm, công khai thông tin, truy xuất nguồn gốc, tiếp nhận phản ánh tập trung, phân luồng xử lý theo thẩm quyền và dashboard phục vụ điều hành. Đây chính là khoảng trống mà Đề án cần giải quyết.

1.6. Bộ chỉ tiêu nền cần cập nhật khi triển khai Đề án

Đề án xác định các chỉ tiêu nền cần cập nhật trong giai đoạn chuẩn bị gồm: thứ hạng và điểm EBI của Hà Nội; doanh số TMĐT B2C; tỷ lệ dân số mua sắm trực tuyến; tỷ lệ thanh toán không dùng tiền mặt; tỷ lệ giao dịch có hóa đơn điện tử; số lượng chủ thể/gian hàng/sản phẩm tham gia nền tảng số; số lượng sản phẩm OCOP, làng nghề, sản phẩm chủ lực đủ điều kiện truy xuất; số phản ánh/khiếu nại của người tiêu dùng; số vụ việc hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc, quảng cáo sai sự thật, gian lận thương mại, lừa đảo trực tuyến, gian lận thanh toán được phát hiện, chuyển xử lý; tỷ lệ phản ánh được phân loại, chuyển xử lý và phản hồi đúng hạn. Chỉ tiêu nào chưa có số liệu chính thức sẽ được quy định là nhiệm vụ thu thập, đối chiếu, cập nhật trong giai đoạn thí điểm, không tự ước lượng thay cơ quan chuyên môn.

Nhóm dữ liệu	Thông tin/định hướng cập nhật	Ý nghĩa đối với Đề án
Quy mô TMĐT Việt Nam	Bộ Công Thương nêu năm 2024 đạt trên 25 tỷ USD; VECOM ước tính TMĐT đạt khoảng 32 tỷ USD, bán lẻ trực tuyến 22,5 tỷ USD.	Khẳng định TMĐT tăng trưởng nhanh, cần mô hình quản trị dữ liệu và rủi ro.
Vị thế Hà Nội	EBI 2025: Hà Nội dẫn đầu 74,7 điểm, vượt xa trung bình cả nước 9,3 điểm. EBI 2026: Hà Nội đứng thứ 2 cả nước, đạt 87,4 điểm.	Hà Nội đủ điều kiện thí điểm mô hình có tính dẫn dắt.

Nhóm dữ liệu	Thông tin/định hướng cập nhật	Ý nghĩa đối với Đề án
Mục tiêu TP năm 2026	Doanh số TMĐT B2C chiếm 15-17%; tỷ lệ dân số tham gia mua sắm trực tuyến 55-60%; thanh toán không dùng tiền mặt trong TMĐT đạt 55-60%; tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng hợp đồng điện tử đạt trên 80%; các giao dịch trên nền tảng thương mại điện tử có hóa đơn điện tử 75-80%.	Làm căn cứ xây dựng KPI và đánh giá tác động.
Kế hoạch 256/KH-UBND	Gian hàng số - nâng tầm thương nhân Thủ đô, đưa OCOP và sản phẩm thế mạnh lên nền tảng số, đào tạo và truyền thông.	Đề án kế thừa, bổ sung lớp bảo trợ/giám sát, không trùng lặp nhiệm vụ gian hàng.
Rủi ro thị trường số	Hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc, gian lận thương mại, lừa đảo trực tuyến, phản ánh/khiếu nại.	Làm cơ sở phân luồng kiểm tra, giám sát và cảnh báo sớm.

Bảng 1: Một số dữ liệu nền và yêu cầu cập nhật phục vụ xây dựng mô hình thí điểm.

Nguồn tham khảo sử dụng khi cập nhật số liệu: Cổng thông tin điện tử UBND thành phố Hà Nội; Kế hoạch số 256/KH-UBND ngày 23/9/2025; Báo cáo EBI 2025, 2026 của VECOM; thông tin công bố của Bộ Công Thương; dữ liệu chính thức của Chi cục Quản lý thị trường, Thuế Thành phố, Công an Thành phố và các đơn vị liên quan trong quá trình triển khai.

2. Kết quả bước đầu và nguồn lực sẵn có

Thành phố đã triển khai nhiều chương trình về chuyển đổi số, xây dựng chính quyền số, đô thị thông minh, phát triển kinh tế số, thanh toán không dùng tiền mặt, truy xuất nguồn gốc, xúc tiến thương mại, OCOP, kết nối cung cầu và hỗ trợ doanh nghiệp. Những nguồn lực này tạo nền tảng quan trọng để Đề án không phải xây dựng từ con số không, mà có thể tận dụng, tích hợp và nâng cấp theo mô hình thí điểm.

Ở cấp địa phương, nhiều xã/phường đã có tổ chuyển đổi số cộng đồng, kênh truyền thông cơ sở, nhóm Zalo cộng đồng, hệ thống phản ánh hiện trường, danh sách hộ kinh doanh, dữ liệu chợ hoặc danh sách sản phẩm OCOP/làng nghề ở mức độ khác nhau.

Đây là nguồn dữ liệu nền cần được chuẩn hóa bằng phiếu khảo sát và quy trình cập nhật định kỳ.

Ở khu vực doanh nghiệp, các sàn TMĐT, đơn vị logistics, ngân hàng, ví điện tử, doanh nghiệp công nghệ, đơn vị truy xuất nguồn gốc, hiệp hội ngành hàng và cơ sở đào tạo có khả năng đồng hành theo hình thức xã hội hóa. Cách huy động nguồn lực phù hợp là đặt ra chuẩn dữ liệu, tiêu chí tham gia, trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng và cơ chế báo cáo; doanh nghiệp cung cấp giải pháp, công cụ và hỗ trợ vận hành trong khuôn khổ pháp luật.

Đề án được xây dựng trên nguyên tắc kế thừa các chương trình đã có, đặc biệt là Kế hoạch số 256/KH-UBND về “Gian hàng số - nâng tầm thương nhân Thủ đô”; chỉ bổ sung các nội dung còn thiếu về bảo trợ, tiêu chí minh bạch, dữ liệu quản lý, cơ chế phản ánh, phân luồng xử lý và phối hợp kiểm tra, giám sát. Do đó, các nhiệm vụ đào tạo, truyền thông, gian hàng số trong Đề án không được hiểu là triển khai lại nhiệm vụ đã có, mà là lồng ghép thêm lớp bảo vệ người tiêu dùng, kiểm soát rủi ro và đo lường hiệu quả.

3. Kết quả khảo sát địa phương và cơ sở thực tiễn để xây dựng, triển khai Đề án

Khảo sát UBND xã/phường được xác định là bước thu nhận thông tin quản lý tại cơ sở, không phải một báo cáo thống kê thuần túy. Mục tiêu của phần khảo sát là làm rõ địa bàn nào có điều kiện triển khai trước, nhóm chủ thể nào cần hỗ trợ, điểm nghẽn nào phải xử lý và nguồn lực nào có thể huy động. Vì vậy, kết quả khảo sát được sử dụng trực tiếp để chứng minh sự cần thiết, tính khả thi và phương án tổ chức thực hiện của Đề án.

Cách tiếp cận này phù hợp với điều kiện thời gian xây dựng Đề án: thay vì khảo sát diện rộng tới từng hộ kinh doanh hoặc từng người tiêu dùng, Sở Công Thương thu thập đường cơ sở từ UBND xã/phường - cơ quan nắm thông tin địa bàn, hộ kinh doanh, chợ, điểm bán, hoạt động chuyển đổi số cộng đồng và kênh tiếp nhận phản ánh ban đầu. Dữ liệu thu được không nhằm kết luận tuyệt đối về toàn bộ thị trường, mà nhằm tạo cơ sở lựa chọn mô hình thí điểm có trọng tâm, có thể đo lường và có khả năng nhân rộng.

Nhóm khảo sát	Nội dung thu nhận	Ý nghĩa đối với Đề án	Cách chuyển hóa thành nhiệm vụ
A	Đặc điểm địa bàn, dân số, đầu mối phụ trách, tổ chuyển đổi số cộng đồng, mức độ ưu tiên của địa phương	Xác định năng lực điều phối tại cơ sở và mức độ sẵn sàng thí điểm	Chấm điểm địa bàn; phân công đầu mối; lựa chọn xã/phường làm điểm mẫu
B	Số lượng doanh nghiệp, hộ kinh doanh, chợ, điểm bán, OCOP, làng nghề, nguồn dữ liệu quản lý	Chứng minh quy mô đối tượng tác động và nhu cầu chuẩn hóa dữ liệu nền	Xây dựng danh mục chủ thể/sản phẩm; lập hồ sơ dữ liệu ban đầu; xác định nhóm ưu tiên
C	Kênh bán hàng số, mức độ mua sắm online, nhóm hàng bán nhiều, rào cản của người bán	Xác định nhu cầu hỗ trợ kỹ năng số và phương án đào tạo theo nhóm đối tượng	Thiết kế khung tập huấn; lựa chọn kênh bán phù hợp; phân nhóm hộ kinh doanh cần hỗ trợ
D	Hạ tầng internet, wifi, QR, POS, điểm hỗ trợ số, khả năng chọn chợ/điểm bán thí điểm	Đánh giá tính khả thi của mô hình chợ/điểm bán tiêu dùng số	Triển khai QR thanh toán; bố trí điểm hỗ trợ; cải thiện kết nối mạng tối thiểu
E	Tuân thủ pháp lý, thuế, hóa đơn điện tử, công khai thông tin, bảo vệ dữ liệu cá nhân	Làm rõ khoảng trống tuân thủ cần xử lý trước khi đưa chủ thể vào mô hình bảo trợ	Ban hành checklist pháp lý; hướng dẫn eTax/hóa đơn điện tử; đưa tiêu chí định danh vào bộ lọc
F	Kênh phản ánh, rủi ro tiêu dùng số, quy trình xử lý, tem QR, tiêu chí người bán/sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch	Chứng minh nhu cầu thiết lập cơ chế bảo vệ người tiêu dùng và nhận diện tham gia mô hình số	Chuẩn hóa quy trình 05 bước; xây dựng cơ chế tạm dừng/thu hồi hiển thị nhận diện tham gia mô hình; lập sổ theo dõi phản ánh

Nhóm khảo sát	Nội dung thu nhận	Ý nghĩa đối với Đề án	Cách chuyển hóa thành nhiệm vụ
G	Logistics, giao nhận, hoàn hàng, điểm gom, đóng gói, hàng tươi sống/dễ vỡ	Xác định điểm nghẽn vận hành TMĐT sau khi có đơn hàng	Kết nối đơn vị logistics; xây dựng điểm gom; hướng dẫn đóng gói và hoàn hàng
H	Chương trình hỗ trợ đã triển khai, đối tác phối hợp, truyền thông cộng đồng	Tránh trùng lặp chương trình cũ và tận dụng nguồn lực đã có	Lồng ghép với chợ 4.0, tổ chuyển đổi số cộng đồng, hội đoàn thể, doanh nghiệp đồng hành
I-K	Nhu cầu, mức độ sẵn sàng, đề xuất địa bàn/kịch bản thí điểm và kiến nghị của địa phương	Xác định cam kết thực thi và khả năng nhân rộng từ dưới lên	Lựa chọn kịch bản triển khai theo đề xuất có căn cứ; lập lộ trình 6 tháng, 12 tháng và 24 tháng

Bảng 2: Khung chuyển hóa kết quả khảo sát địa phương thành nhiệm vụ triển khai Đề án.

Từ kết quả khảo sát địa phương có thể rút ra bốn nhóm tín hiệu quan trọng để xác lập Đề án.

– **Thứ nhất**, nhu cầu tiêu dùng số và bán hàng số đã hiện hữu ở hầu hết địa bàn nhưng mức độ sẵn sàng không đồng đều; do đó Đề án phải thí điểm theo cấp độ, không triển khai đồng loạt một mẫu cứng.

– **Thứ hai**, địa phương có nguồn lực cơ sở để tham gia mô hình như tổ chuyển đổi số cộng đồng, ban quản lý chợ, hệ thống truyền thông cơ sở, dữ liệu hộ kinh doanh, cá nhân tham gia kinh doanh, danh sách sản phẩm OCOP/làng nghề; nếu được chuẩn hóa, các nguồn lực này đủ để vận hành mô hình ở quy mô thí điểm.

– **Thứ ba**, điểm nghẽn lớn nhất không chỉ là thiếu nền tảng công nghệ, mà là thiếu định danh người bán, thiếu công khai thông tin, thiếu quy trình xử lý phản ánh, thiếu kỹ năng vận hành gian hàng và thiếu cơ chế dữ liệu liên ngành. Đây là những vấn đề Đề án có thể can thiệp trực tiếp bằng bộ tiêu chí, quy trình, đào tạo và dashboard.

– **Thứ tư**, mô hình bảo trợ TMĐT có tính khả thi nếu được hiểu đúng là cơ chế hỗ trợ - chuẩn hóa - công khai - giám sát - cảnh báo, không phải cơ chế Nhà nước bảo lãnh tuyệt đối chất lượng từng đơn hàng. Việc làm rõ ranh giới này ngay từ đầu giúp giảm rủi ro pháp lý và rủi ro truyền thông.

Trên cơ sở đó, kết quả khảo sát địa phương cần được sử dụng như “bản đồ triển khai” của Đề án: nhóm địa bàn sẵn sàng cao được lựa chọn làm điểm mẫu; nhóm sẵn sàng có điều kiện được hỗ trợ bổ sung dữ liệu, đào tạo và truyền thông; nhóm còn hạn chế được đưa vào lộ trình chuẩn bị, không loại bỏ nhưng chưa đưa vào thí điểm vận hành chính thức. Cách làm này bảo đảm Đề án vừa cấp thiết, vừa có căn cứ thực tiễn và có khả năng tạo kết quả cụ thể trong giai đoạn 2026-2028.

4. Tồn tại, hạn chế

– Dữ liệu về chủ thể kinh doanh và sản phẩm còn không đồng đều giữa các địa bàn. Nhiều xã/phường có danh sách hộ kinh doanh nhưng chưa cập nhật trạng thái hoạt động, ngành hàng, kênh bán online, mã số thuế, hóa đơn điện tử, tài khoản thanh toán hoặc tình trạng truy xuất nguồn gốc.

– Cơ chế hỗ trợ người tiêu dùng trên môi trường số còn phân tán. Người dân có thể phản ánh qua UBND xã/phường, ban quản lý chợ, tổng đài, iHanoi, fanpage, sàn TMĐT hoặc cơ quan chuyên môn, nhưng thiếu một mã hồ sơ thống nhất để theo dõi toàn trình và đánh giá thời hạn xử lý.

– Nhiều người bán nhỏ có tâm lý e ngại công khai doanh thu, thuế, dữ liệu hoặc thủ tục pháp lý. Nếu Đề án chỉ đặt yêu cầu tuân thủ mà thiếu gói hướng dẫn đơn giản, hỗ trợ kỹ thuật và truyền thông rõ ràng, tỷ lệ tham gia sẽ thấp.

– Rủi ro hiểu sai về “bảo trợ” có thể làm phát sinh kỳ vọng rằng Thành phố bảo đảm tuyệt đối mọi giao dịch. Vì vậy, Đề án phải quy định rõ bản chất bảo trợ là hỗ trợ, chuẩn hóa, công khai, giám sát, cảnh báo và phối hợp xử lý, không phải chứng thư bảo lãnh chất lượng cho từng đơn hàng.

– Hệ sinh thái logistics, thanh toán, truy xuất và dữ liệu đang do nhiều doanh nghiệp cung cấp. Nếu thiếu chuẩn kết nối tối thiểu và quy chế chia sẻ dữ liệu tổng hợp/ẩn danh, mô hình dễ bị phụ thuộc vào một nền tảng hoặc chỉ vận hành như chương trình xúc tiến ngắn hạn.

5. Những vấn đề đặt ra cho công tác quản lý nhà nước

– **Một là**, cần chuẩn hóa khái niệm và phạm vi bảo trợ: Đề án phải xác định ranh giới giữa hỗ trợ của Nhà nước và trách nhiệm của thị trường; có tuyên bố rõ về trách nhiệm của người bán, sàn TMĐT, đơn vị thanh toán, logistics và người tiêu dùng.

– **Hai là**, cần có mô hình dữ liệu đủ dùng: Dữ liệu phải phục vụ quản lý, không thu thập tràn lan; ưu tiên dữ liệu tổng hợp, ẩn danh, có phân quyền và có mục đích rõ ràng. Cơ quan nhà nước cần nắm được xu hướng, rủi ro, tiến độ xử lý và hiệu quả chính sách.

– **Ba là**, cần lựa chọn địa bàn và nhóm hàng có trọng tâm: Không nên triển khai đồng loạt ngay từ đầu. Nên chọn một số chợ/điểm bán, nhóm OCOP/làng nghề, sản phẩm có hồ sơ chất lượng và địa bàn có đầu mối sẵn sàng để tạo mô hình mẫu.

– **Bốn là**, cần cơ chế phối hợp liên ngành: Các vấn đề TMĐT thường liên quan đến thương mại, thuế, quản lý thị trường, công an, khoa học công nghệ, hải quan, thông tin truyền thông, địa phương và doanh nghiệp nền tảng. Vì vậy, phải có quy trình phân loại và chuyển xử lý theo thẩm quyền.

– **Năm là**, cần bộ chỉ tiêu đo được: Mỗi hợp phần phải có chỉ tiêu đầu vào, đầu ra, kết quả và tác động: số chủ thể, sản phẩm, mức độ truy xuất, tỷ lệ phản ánh xử lý đúng hạn, số lớp tập huấn, mức tăng thanh toán số, mức hài lòng của người tiêu dùng và hiệu quả dữ liệu điều hành.

II. QUAN ĐIỂM, NGUYÊN TẮC, PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG, PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ THỜI GIAN THỰC HIỆN

1. Quan điểm

Tiêu dùng số và TMĐT là xu thế tất yếu trong phát triển kinh tế số. Nhà nước giữ vai trò kiến tạo môi trường, chuẩn hóa tiêu chí, điều phối nguồn lực, bảo vệ người tiêu dùng, giám sát tuân thủ và khai thác dữ liệu phục vụ điều hành; không làm thay chức năng của doanh nghiệp, sản phẩm TMĐT và các chủ thể thị trường.

Mô hình thí điểm phải lấy người tiêu dùng và chủ thể kinh doanh làm trung tâm; lấy dữ liệu làm công cụ quản trị; lấy niềm tin số làm mục tiêu; lấy hiệu quả thực chất, khả năng đo lường và khả năng nhân rộng làm tiêu chí đánh giá.

Đề án phải ưu tiên tận dụng hạ tầng và nền tảng sẵn có của Thành phố, tránh đầu tư trùng lặp, tránh phát sinh hệ thống đóng; đồng thời mở đường cho hợp tác công - tư, xã hội hóa, thuê dịch vụ CNTT và liên kết với doanh nghiệp nền tảng theo quy định.

Thí điểm phải có trọng tâm, trọng điểm, phù hợp năng lực địa phương và nguồn lực ngân sách; triển khai theo lộ trình từ khảo sát - thiết kế - thử nghiệm - vận hành - đánh giá - chuẩn hóa - nhân rộng.

2. Nguyên tắc triển khai

– Tuân thủ đầy đủ pháp luật về TMĐT, giao dịch điện tử, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bảo vệ dữ liệu cá nhân, an toàn thông tin, an ninh mạng, thuế, hóa đơn điện tử, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn chất lượng và ngân sách nhà nước.

– Công khai, minh bạch bộ tiêu chí tham gia, quy trình xét chọn, cơ chế tạm dừng, thu hồi, xử lý vi phạm và trách nhiệm của từng bên.

– Không thu thập dữ liệu ngoài mục tiêu Đề án; không chia sẻ dữ liệu cá nhân trái quy định; ưu tiên dữ liệu thống kê, tổng hợp, ẩn danh hoặc đã được phân loại theo thẩm quyền.

– Bảo đảm bình đẳng tiếp cận giữa doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp nhỏ, hợp tác xã, hộ kinh doanh, chủ thể OCOP, làng nghề; không tạo lợi thế độc quyền cho một nền tảng.

– Bảo đảm tính khả thi ở cấp xã/phường: biểu mẫu đơn giản, quy trình rõ, đầu mối cụ thể, tài liệu dễ hiểu, có hướng dẫn cho người dân và người bán nhỏ.

– Đánh giá bằng kết quả đo được, không chạy theo hình thức. Chỉ mở rộng khi các chỉ số tối thiểu về vận hành, tuân thủ, xử lý phản ánh và an toàn dữ liệu đạt yêu cầu.

3. Phạm vi và đối tượng

Phạm vi địa lý: triển khai thí điểm trên địa bàn thành phố Hà Nội, ưu tiên các địa bàn có mật độ thương mại cao, có chợ/điểm bán/cụm hộ kinh doanh, sản phẩm OCOP/làng nghề, tuyến phố thương mại, khu dịch vụ hoặc địa phương có mức độ sẵn sàng cao theo kết quả khảo sát.

Phạm vi nội dung: Tiêu dùng số, TMĐT, thanh toán số, truy xuất nguồn gốc, công khai thông tin, xử lý phản ánh/ khiếu nại, dữ liệu điều hành, đào tạo năng lực, truyền thông và hỗ trợ vận hành cho chủ thể tham gia.

Đối tượng tham gia trực tiếp: doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh, chủ thể OCOP, cá nhân tham gia kinh doanh, cơ sở làng nghề, điểm bán, ban quản lý chợ, sàn TMĐT, nền tảng số, đơn vị logistics, ngân hàng, ví điện tử, doanh nghiệp công nghệ, đơn vị truy xuất nguồn gốc và người tiêu dùng.

Đối tượng quản lý, phối hợp: Sở Công Thương, Sở Khoa học và Công nghệ, Thuế thành phố Hà Nội, Chi cục Hải quan khu vực I, Công an Thành phố, các sở/ngành liên quan, UBND xã/phường và các tổ chức hỗ trợ.

4. Phương pháp nghiên cứu và xây dựng mô hình

– Nghiên cứu tài liệu, tổng quan chính sách, pháp luật, chương trình, kế hoạch của Trung ương và Thành phố liên quan đến chuyển đổi số, kinh tế số, TMĐT, bảo vệ người tiêu dùng và quản lý thị trường.

– Khảo sát UBND xã/phường theo phiếu khảo sát chuyên đề để thu thập dữ liệu nền về địa bàn, chủ thể, điểm bán, ngành hàng, hạ tầng số, thanh toán, tuân thủ, phản ánh khiếu nại, logistics, truyền thông và mức độ sẵn sàng.

– Phỏng vấn, tham vấn chuyên gia, doanh nghiệp nền tảng, đơn vị logistics, thanh toán, truy xuất nguồn gốc, đại diện địa phương, hiệp hội, cơ sở OCOP, hộ kinh doanh và cơ quan quản lý liên quan.

– Phân tích SWOT, PESTLE, chuỗi giá trị, bản đồ rủi ro và mô hình logic để chuyển hóa dữ liệu khảo sát thành mục tiêu, chỉ tiêu, nhiệm vụ và sản phẩm đầu ra.

– Thiết kế thí điểm theo phương pháp “nhỏ - thật - đo được - điều chỉnh nhanh”: lựa chọn địa bàn, nhóm hàng, chủ thể và kênh bán có khả năng triển khai trong 6-12 tháng; đo lường bằng KPI; sau đó mở rộng có kiểm soát.

5. Thời gian thực hiện

Đề án được triển khai theo lộ trình 2026-2028. Cụ thể, năm 2026 tập trung hoàn thiện nội dung, khảo sát, xây dựng quy trình, bộ tiêu chí, mô hình dữ liệu, lựa chọn địa

bàn và đối tác thí điểm. Năm 2027 vận hành chính thức các cấu phần thí điểm, mở rộng có kiểm soát, hoàn thiện dashboard và quy trình phối hợp. Năm 2028 đánh giá tổng thể, chuẩn hóa mô hình, đề xuất nhân rộng và tích hợp vào chương trình phát triển TMĐT, chuyển đổi số của Thành phố giai đoạn tiếp theo.

Bảng 3: Lộ trình tổng quát thực hiện Đề án giai đoạn 2026-2028.

Giai đoạn	Trọng tâm	Sản phẩm chính
Quý II- Quý IV/2026	Chuẩn bị, khảo sát, thiết kế mô hình, quy trình, tiêu chí, dự toán, lựa chọn địa bàn/đối tác	Đề án được phê duyệt; bộ tiêu chí; quy chế phối hợp; mẫu dữ liệu; kế hoạch thí điểm
Năm 2027	Vận hành thí điểm, mở rộng có kiểm soát, đào tạo, truyền thông, tiếp nhận phản ánh, phân tích dữ liệu	Gian hàng số/chuyên mục liên kết; điểm hỗ trợ số; dashboard; báo cáo quý; danh sách chủ thể/sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch
Năm 2028	Đánh giá tổng thể, chuẩn hóa, điều chỉnh, đề xuất nhân rộng	Báo cáo đánh giá tác động; bộ tài liệu chuẩn; phương án nhân rộng; đề xuất cơ chế giai đoạn sau

III. MỤC TIÊU, CHỈ TIÊU CHỦ YẾU, NỘI DUNG THÍ ĐIỂM MÔ HÌNH

1. Mục tiêu tổng quát

Xây dựng và vận hành thí điểm mô hình tiêu dùng số và bảo trợ TMĐT do Thành phố dẫn dắt nhằm hình thành môi trường mua sắm số minh bạch, an toàn, có truy xuất, có cơ chế hỗ trợ và bảo vệ người tiêu dùng; đồng thời tạo nguồn dữ liệu tin cậy phục vụ công tác quản lý, điều hành, dự báo, cảnh báo rủi ro và phát triển thị trường trên địa bàn thành phố Hà Nội.

2. Mục tiêu cụ thể

– Thiết lập hạ tầng và cơ chế vận hành mô hình “Gian hàng số Thủ đô” hoặc chuyên mục liên kết trên nền tảng phù hợp, gắn với bộ tiêu chí chủ thể, sản phẩm, công khai thông tin, truy xuất nguồn gốc và nhận diện tham gia mô hình.

– Xây dựng cơ chế tiếp nhận, phân loại, chuyển xử lý và theo dõi phản ánh, kiến nghị, khiếu nại của người tiêu dùng trên môi trường số theo quy trình thống nhất, có mã hồ sơ và thời hạn phản hồi.

– Hình thành bộ dữ liệu tổng hợp về hoạt động tiêu dùng số, chủ thể, sản phẩm, giao dịch thống kê, phản ánh, xu hướng, nhóm hàng, địa bàn, mùa vụ và rủi ro thị trường để phục vụ điều hành.

– Nâng cao năng lực số, năng lực tuân thủ, năng lực vận hành TMĐT cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh, chủ thể OCOP, làng nghề và cán bộ cấp cơ sở.

– Tạo một mô hình tổng thể có khả năng nhân rộng, trong đó từng địa bàn có thể lựa chọn kịch bản triển khai phù hợp như chợ/điểm bán, cụm hộ kinh doanh, sản phẩm OCOP/làng nghề, tuyến phố thương mại, địa bàn du lịch/dịch vụ hoặc nhóm hàng có điều kiện truy xuất nguồn gốc.

3. Mục tiêu chủ yếu đến năm 2028

Mục tiêu chủ yếu đến năm 2028:

Chỉ tiêu	Mục tiêu đến 2028	Ghi chú
Chủ thể tham gia/kết nối mô hình	500 chủ thể	Bao gồm doanh nghiệp, HTX, hộ kinh doanh, OCOP, làng nghề, điểm bán đủ điều kiện

Chỉ tiêu	Mục tiêu đến 2028	Ghi chú
Sản phẩm được công khai trên gian hàng số/chuyên mục liên kết	1.000 sản phẩm	Có hồ sơ thông tin tối thiểu và kênh bán hợp lệ
Sản phẩm có truy xuất nguồn gốc hoặc mã định danh phù hợp	Tối thiểu 80%	Áp dụng theo nhóm hàng, ưu tiên OCOP, thực phẩm, đặc sản, thủ công mỹ nghệ
Chủ thể được hướng dẫn công khai thông tin bắt buộc	100%	Thông tin người bán, sản phẩm, giá, đổi trả, bảo hành, liên hệ
Phản ánh/khiếu nại được phân loại và chuyển xử lý đúng hạn	Tối thiểu 90%	Tính trên hồ sơ thuộc phạm vi tiếp nhận
Vụ việc được phản hồi cho người tiêu dùng trong thời hạn công bố	Tối thiểu 70%	Không bao gồm vụ việc phức tạp phải chuyển cơ quan điều tra hoặc xử lý chuyên ngành kéo dài
Lớp tập huấn/chương trình hướng dẫn	Tối thiểu 20 lớp	Bao gồm trực tiếp, trực tuyến và tài liệu tự học
Dashboard điều hành	01 bộ vận hành	Cập nhật định kỳ, có báo cáo quý và báo cáo chuyên đề
Địa bàn/chợ/điểm bán thí điểm	Tối thiểu 10 điểm	Lựa chọn theo thang điểm sẵn sàng
Mức hài lòng của chủ thể tham gia	Tối thiểu 80%	Đo bằng khảo sát sau hỗ trợ/tập huấn

Bảng 4: Mục tiêu chủ yếu đến năm 2028.

4. Nội dung thí điểm mô hình tổng thể

Về cách gọi trong Đề án: Tên Đề án sử dụng khái niệm “mô hình” theo nghĩa một mô hình thí điểm tổng thể do Thành phố dẫn dắt. Bên trong mô hình tổng thể thiết kế thành các mô hình thành phần, các hợp phần, cấu phần và kịch bản triển khai tại từng loại địa bàn/nhóm chủ thể. Cách thiết kế này bảo đảm thống nhất với tên Đề án, đồng

thời đủ linh hoạt để xã/phường, chợ, điểm bán, OCOP/làng nghề và tuyến phố thương mại lựa chọn mức độ triển khai phù hợp.

Hợp phần 1 - Thiết lập hạ tầng và không gian “Gian hàng số Thủ đô”

Hợp phần này hình thành điểm truy cập số để công khai danh mục chủ thể, sản phẩm, gian hàng và đường dẫn kênh bán hợp lệ. Trọng tâm không phải xây dựng một sàn TMĐT mới của Nhà nước, mà là tạo lớp nhận diện, xác thực, điều phối thông tin và kết nối với nền tảng thị trường đang vận hành.

– Sản phẩm đầu ra gồm bộ nhận diện, chuyên trang/module, cơ sở dữ liệu chủ thể - sản phẩm, bộ tiêu chí, cơ chế tạm dừng/thu hồi tư cách tham gia và tài liệu hướng dẫn công khai thông tin.

– Điều kiện hoàn thành là có tối thiểu một nhóm chủ thể/sản phẩm được đưa vào vận hành thử, có đường dẫn kiểm chứng, có người chịu trách nhiệm cập nhật và có quy trình gỡ bỏ khi phát sinh rủi ro.

Về phạm vi: Hợp phần này không hình thành một sàn TMĐT mới và không trùng lặp với Chương trình “Gian hàng số - nâng tầm thương nhân Thủ đô” theo Kế hoạch số 256/KH-UBND. Đề án chỉ thiết kế lớp điều phối, bảo trợ, tiêu chí minh bạch, dữ liệu, phản ánh và giám sát để kết nối, hỗ trợ, nâng cao độ uy tín cho các kênh/gian hàng/nền tảng đang hoặc sẽ được Thành phố triển khai.

Nguyên tắc kế thừa, không trùng lặp với các chương trình hiện có:

Hợp phần này được triển khai trên nguyên tắc rà soát, kế thừa và lồng ghép với Kế hoạch số 256/KH-UBND ngày 23/9/2025 của UBND Thành phố về Chương trình “Gian hàng số - nâng tầm thương nhân Thủ đô” và các nhiệm vụ đào tạo, truyền thông, hỗ trợ thương nhân đã được giao. Đề án không thiết lập một nhiệm vụ trùng lặp hoặc một sàn TMĐT mới, mà bổ sung lớp tiêu chí bảo trợ, xác thực thông tin, truy xuất, tiếp nhận phản ánh, cảnh báo rủi ro và dữ liệu điều hành để nâng cao tính an toàn, minh bạch, khả năng quản lý nhà nước và bảo vệ người tiêu dùng đối với các hoạt động gian hàng số đã hoặc sẽ triển khai.

Hợp phần 2 - Hỗ trợ và bảo vệ người tiêu dùng trên môi trường số

Hợp phần này thiết lập quy trình tiếp nhận, phân loại, chuyển xử lý, theo dõi trạng thái và phản hồi phản ánh của người tiêu dùng. Mỗi phản ánh phải có mã hồ sơ, nhóm vụ việc, đầu mối xử lý, thời hạn phản hồi và trạng thái kết thúc.

– Sản phẩm đầu ra gồm quy trình 05 bước, bảng phân loại vụ việc, mẫu phiếu phản ánh, cơ chế phối hợp với sàn TMĐT/người bán/địa phương/cơ quan chức năng và báo cáo thời hạn xử lý.

– Điều kiện hoàn thành là người dân có thể gửi phản ánh qua kênh rõ ràng, tra cứu hoặc nhận thông báo tình trạng xử lý và được hướng dẫn lưu chứng cứ giao dịch hợp lệ.

Hợp phần 3 - Thu thập, phân tích và khai thác dữ liệu tiêu dùng số

Hợp phần này hình thành lớp dữ liệu tổng hợp/ẩn danh phục vụ điều hành, dự báo xu hướng tiêu dùng, cảnh báo gian lận và đánh giá hiệu quả chính sách. Dữ liệu phải được xử lý đúng mục đích, có phân quyền và không thu thập quá mức.

– Sản phẩm đầu ra gồm danh mục dữ liệu tối thiểu, quy trình tiếp nhận - làm sạch - tổng hợp - phân quyền, dashboard điều hành, báo cáo quý, báo cáo chuyên đề và cơ chế bảo vệ dữ liệu cá nhân.

– Điểm đột phá là nghiên cứu ứng dụng AI để hỗ trợ phân loại hồ sơ phản ánh, nhận diện từ khóa rủi ro, phát hiện vụ việc lặp lại, gợi ý đầu mối chuyển xử lý và cảnh báo sớm sản phẩm/chủ thể có dấu hiệu bất thường. AI chỉ hỗ trợ nghiệp vụ, không thay thế quyết định của cơ quan có thẩm quyền.

Hợp phần 4 - Nâng cao năng lực cho chủ thể tham gia mô hình

Hợp phần này tập trung vào năng lực thực hành của cán bộ cơ sở, ban quản lý chợ, tổ chuyển đổi số cộng đồng, hộ kinh doanh, tiểu thương, chủ thể OCOP/làng nghề và doanh nghiệp nhỏ. Đào tạo phải có sản phẩm đầu ra, không dừng ở hội nghị tuyên truyền.

– Sản phẩm đầu ra gồm khung đào tạo theo mô-đun, sổ tay hướng dẫn, bộ mẫu nội dung công khai thông tin, kịch bản livestream đúng quy định, bộ câu hỏi thường gặp và mạng lưới hỗ trợ tiêu dùng số tại cơ sở.

– Điều kiện hoàn thành là mỗi nhóm học viên có checklist hoặc hồ sơ mẫu sau tập huấn; kết quả được cập nhật vào dashboard để xác định nhu cầu hỗ trợ tiếp theo.

5. Các mô hình và thành phần thí điểm ưu tiên

Mô hình/Thành phần	Điều kiện lựa chọn riêng	Cách triển khai trọng tâm	Kết quả kỳ vọng
Chợ/điểm bán tiêu dùng số	Có ban quản lý hoặc đầu mối địa phương; có tối thiểu một nhóm	Khảo sát hiện trường, lập danh sách quầy, gắn QR,	Số hóa danh sách hộ kinh doanh; tăng thanh toán không

Mô hình/Thành phần	Điều kiện lựa chọn riêng	Cách triển khai trọng tâm	Kết quả kỳ vọng
	tiểu thương sẵn sàng; có hạ tầng thanh toán/kênh phản ánh cơ bản	bố trí điểm hỗ trợ, tập huấn tại chỗ, đánh giá sau 30 và 90 ngày	dùng tiền mặt; hình thành sổ phản ánh và kênh hỗ trợ tại chợ
Gian hàng số Thủ đô trên nền tảng liên kết	Có nhóm sản phẩm đủ hồ sơ pháp lý, truy xuất, hình ảnh, câu chuyện sản phẩm và kênh bán hợp lệ	Chuẩn hóa hồ sơ, thiết kế chuyên mục, liên kết sàn/kênh bán, theo dõi tương tác và cập nhật danh mục định kỳ	Chuyên mục nhận diện thống nhất, đường dẫn kênh bán hợp lệ, báo cáo tổng hợp theo nhóm hàng
Chủ thể, gian hàng và sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch	Chủ thể đạt ngưỡng điểm tiêu chí, rõ định danh, công khai thông tin, có cơ chế khiếu nại và bảo vệ dữ liệu	Rà soát hồ sơ, xác thực thông tin, gắn nhãn, theo dõi phản ánh, tạm dừng/thu hồi khi vi phạm	Danh sách người bán/sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch, tăng niềm tin người tiêu dùng nhưng không thay thế trách nhiệm pháp lý của người bán
Điểm hỗ trợ tiêu dùng số cấp xã/phường	Có cán bộ đầu mối, tổ chuyển đổi số cộng đồng, địa điểm tiếp dân hoặc điểm hỗ trợ tại chợ/khu dân cư	Tập huấn cán bộ, cung cấp sổ tay, mẫu phiếu, QR phản ánh, danh bạ đầu mối và cơ chế báo cáo tuần/tháng	Người dân, nhất là người cao tuổi và tiểu thương nhỏ, được hỗ trợ tra cứu, thanh toán, gửi phản ánh và lưu chứng cứ
Dashboard điều hành tiêu dùng số	Có dữ liệu khảo sát địa phương, danh mục chủ thể/sản	Chuẩn hóa dữ liệu, thiết kế 05 lớp dashboard, thử nghiệm cảnh báo rủi	Lãnh đạo theo dõi KPI, xu hướng, rủi ro, tiến độ nhiệm vụ

Mô hình/Thành phần	Điều kiện lựa chọn riêng	Cách triển khai trọng tâm	Kết quả kỳ vọng
	phẩm, phản ánh và kết quả xử lý tối thiểu	ro, báo cáo quý và chuyên đề	và hiệu quả mô hình theo thời gian

Bảng 5: Các mô hình thí điểm ưu tiên.

Mô hình 1: Chợ/điểm bán tiêu dùng số

Triển khai tại chợ dân sinh, điểm bán hoặc cụm hộ kinh doanh có mật độ giao dịch cao, có khả năng bố trí điểm hỗ trợ số, wifi, mã QR thanh toán, kênh tiếp nhận phản ánh và nhóm tiêu thụ sản phẩm sẵn sàng tham gia.

Điều kiện lựa chọn: có đầu mối địa phương rõ; có dữ liệu nền ban đầu; có nhóm chủ thể sẵn sàng; có khả năng truyền thông; có hạ tầng tối thiểu; có cam kết phối hợp xử lý phản ánh; có khả năng nhân rộng sang nhóm tương tự.

Cách triển khai: khảo sát nhanh, chấm điểm sẵn sàng, ký cam kết tham gia, chuẩn hóa dữ liệu, đào tạo, đưa vào vận hành, theo dõi KPI hằng tháng, xử lý rủi ro và tổng kết sau 06 tháng.

Kết quả kỳ vọng: Chợ được số hóa danh sách hộ kinh doanh; tối thiểu 60% quầy hàng tham gia thanh toán không dùng tiền mặt; hình thành điểm hỗ trợ tiêu dùng số và số theo dõi phản ánh.

Mô hình 2: Gian hàng số Thủ đô trên nền tảng liên kết

Tập hợp sản phẩm OCOP, đặc sản, sản phẩm công nghiệp nông thôn, thủ công mỹ nghệ, nông sản an toàn và nhóm hàng thiết yếu có hồ sơ pháp lý và truy xuất phù hợp.

Điều kiện lựa chọn: có đầu mối địa phương rõ; có dữ liệu nền ban đầu; có nhóm chủ thể sẵn sàng; có khả năng truyền thông; có hạ tầng tối thiểu; có cam kết phối hợp xử lý phản ánh; có khả năng nhân rộng sang nhóm tương tự.

Cách triển khai: khảo sát nhanh, chấm điểm sẵn sàng, ký cam kết tham gia, chuẩn hóa dữ liệu, đào tạo, đưa vào vận hành, theo dõi KPI hằng tháng, xử lý rủi ro và tổng kết sau 06 tháng.

Kết quả kỳ vọng: Một chuyên mục nhận diện thống nhất, danh mục sản phẩm chuẩn hóa, đường dẫn đến kênh bán hợp lệ, báo cáo tương tác/giao dịch tổng hợp theo nhóm hàng.

Mô hình 3: “Chủ thể, gian hàng và sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch” lồng ghép trong các kịch bản thí điểm

Mô hình “Chủ thể, gian hàng và sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch” được xác định là cấu phần ngang, lồng ghép trong các mô hình chợ/điểm bán tiêu dùng số, Gian hàng số Thủ đô và hỗ trợ OCOP/làng nghề; không triển khai như một chương trình độc lập tách rời. Mọi địa bàn, điểm bán, sản phẩm, gian hàng khi tham gia thí điểm phải đáp ứng bộ tiêu chí tương ứng về chủ thể, hàng hóa, kênh bán và cơ chế tiếp nhận phản ánh. Việc đưa chủ thể, gian hàng, sản phẩm vào danh mục đạt tiêu chí minh bạch chỉ có ý nghĩa trong phạm vi thí điểm của Đề án; không phải là chứng nhận chất lượng, không phải bảo lãnh của Nhà nước đối với từng giao dịch và không thay thế trách nhiệm pháp lý của tổ chức, cá nhân kinh doanh theo quy định pháp luật.

Công nhận theo bộ tiêu chí gồm pháp lý rõ ràng, công khai thông tin, tuân thủ thuế/hóa đơn, truy xuất nguồn gốc, cam kết đổi trả/khiếu nại, bảo vệ dữ liệu và lịch sử phản ánh.

Điều kiện lựa chọn: có đầu mối địa phương rõ; có dữ liệu nền ban đầu; có nhóm chủ thể sẵn sàng; có khả năng truyền thông; có hạ tầng tối thiểu; có cam kết phối hợp xử lý phản ánh; có khả năng nhân rộng sang nhóm tương tự.

Cách triển khai: khảo sát nhanh, chấm điểm sẵn sàng, ký cam kết tham gia, chuẩn hóa dữ liệu, đào tạo, đưa vào vận hành, theo dõi KPI hằng tháng, xử lý rủi ro và tổng kết sau 06 tháng.

Kết quả kỳ vọng: Danh sách người bán/sản phẩm được bảo trợ theo nghĩa hỗ trợ, hướng dẫn, công khai tiêu chí và giám sát; không thay thế trách nhiệm pháp lý của chủ thể kinh doanh.

Mô hình 4: Điểm hỗ trợ tiêu dùng số cấp xã/phường

Bố trí đầu mối tại UBND xã/phường hoặc điểm sinh hoạt cộng đồng để hỗ trợ người dân, người cao tuổi, tiểu thương nhỏ lẻ thực hiện thanh toán số, tra cứu QR, gửi phản ánh và học kỹ năng mua bán an toàn.

Điều kiện lựa chọn: có đầu mối địa phương rõ; có dữ liệu nền ban đầu; có nhóm chủ thể sẵn sàng; có khả năng truyền thông; có hạ tầng tối thiểu; có cam kết phối hợp xử lý phản ánh; có khả năng nhân rộng sang nhóm tương tự.

Cách triển khai: khảo sát nhanh, chấm điểm sẵn sàng, ký cam kết tham gia, chuẩn hóa dữ liệu, đào tạo, đưa vào vận hành, theo dõi KPI hằng tháng, xử lý rủi ro và tổng kết sau 06 tháng.

Kết quả kỳ vọng: Mạng lưới hỗ trợ tại cơ sở có kịch bản hướng dẫn, tài liệu truyền thông, nhật ký hỗ trợ và cơ chế chuyển vụ việc đến Sở Công Thương hoặc cơ quan chuyên môn.

Thành phần 5: Dashboard điều hành tiêu dùng số

Kết nối dữ liệu tổng hợp từ khảo sát địa phương, danh mục chủ thể/sản phẩm, phản ánh người tiêu dùng, kết quả xử lý vụ việc, chương trình đào tạo, thông tin thanh toán/logistics ở mức thống kê.

Điều kiện lựa chọn: có đầu mối địa phương rõ; có dữ liệu nền ban đầu; có nhóm chủ thể sẵn sàng; có khả năng truyền thông; có hạ tầng tối thiểu; có cam kết phối hợp xử lý phản ánh; có khả năng nhân rộng sang nhóm tương tự.

Cách triển khai: khảo sát nhanh, chấm điểm sẵn sàng, ký cam kết tham gia, chuẩn hóa dữ liệu, đào tạo, đưa vào vận hành, theo dõi KPI hằng tháng, xử lý rủi ro và tổng kết sau 06 tháng.

Kết quả kỳ vọng: Bảng điều khiển cho lãnh đạo theo dõi KPI, xu hướng, rủi ro, tiến độ nhiệm vụ và hiệu quả mô hình theo địa bàn, nhóm hàng, chủ thể và thời gian.

IV. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU, LỘ TRÌNH THỰC HIỆN GIAI ĐOẠN 2026-2028

1. Hoàn thiện quy chế và công cụ quản trị

Nhiệm vụ trọng tâm là biến khái niệm “bảo trợ thương mại điện tử” thành một bộ quy tắc vận hành có thể áp dụng thống nhất trên địa bàn Thành phố. Quy chế phải xác định rõ cơ quan chủ trì, cơ quan phối hợp, trách nhiệm của địa phương, trách nhiệm của sàn TMĐT/doanh nghiệp nền tảng và trách nhiệm pháp lý của chủ thể kinh doanh.

– Xây dựng quy chế phối hợp liên ngành giữa Sở Công Thương, Sở Khoa học và Công nghệ, Cơ quan Thuế, Chi cục Hải quan khu vực I, Công an Thành phố, UBND xã/phường và doanh nghiệp nền tảng.

– Ban hành bộ tiêu chí lựa chọn địa bàn, chủ thể, sản phẩm, gian hàng và điểm bán tham gia mô hình; quy định cơ chế rà soát, tạm dừng, thu hồi tư cách tham gia khi vi phạm.

– Xây dựng bộ biểu mẫu: đăng ký tham gia, cam kết công khai thông tin, mẫu dữ liệu sản phẩm, phiếu rà soát tuân thủ, biên bản kiểm tra, mẫu báo cáo tháng/quý, mẫu phản hồi khiếu nại.

– Thiết lập tổ công tác điều phối Đề án do Sở Công Thương chủ trì, có nhóm nghiệp vụ về dữ liệu, bảo vệ người tiêu dùng, truyền thông, đào tạo, công nghệ, địa phương và xã hội hóa.

– Lồng ghép yêu cầu định danh, xác thực chủ thể kinh doanh với định hướng Đề án 06 theo nguyên tắc đúng thẩm quyền, đúng điều kiện pháp lý và kỹ thuật; không coi việc liên thông trực tiếp với VNeID là điều kiện bắt buộc trong giai đoạn thí điểm năm 2027. Trước mắt, việc nhận diện chủ thể kinh doanh được thực hiện bằng hồ sơ pháp lý hợp lệ, mã số thuế, thông tin người đại diện, kênh bán chính thức, tài khoản thanh toán, thông tin liên hệ và cam kết chịu trách nhiệm. Việc xác thực qua VNeID hoặc dữ liệu định danh điện tử chỉ được nghiên cứu, đề xuất khi có phương án kỹ thuật được cơ quan có thẩm quyền kiểm tra, phê duyệt, bảo đảm an ninh, an toàn hệ thống và tuân thủ quy định của Bộ Công an, pháp luật về định danh, xác thực điện tử và bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Sản phẩm đầu ra: Quy chế phối hợp liên ngành; bộ tiêu chí; bộ biểu mẫu nghiệp vụ; danh mục dữ liệu tối thiểu; quy trình tạm dừng/thu hồi hiện thị nhận diện tham gia mô hình; quyết định thành lập tổ công tác điều phối Đề án.

2. Phát triển hạ tầng công nghệ và tích hợp nền tảng

Hạ tầng công nghệ của Đề án không nên phát triển theo hướng xây dựng một sàn TMĐT mới của Nhà nước, mà theo hướng “lớp điều phối - xác thực - dữ liệu - phản ánh” liên kết với nền tảng hiện có. Mục tiêu là tạo điểm truy cập tin cậy cho người dân và công cụ điều hành cho cơ quan quản lý.

– Tận dụng cổng thông tin, chuyên trang, ứng dụng công dân số, hệ thống phản ánh và nền tảng dữ liệu hiện có của Thành phố; không đầu tư hệ thống trùng lặp nếu có thể thuê dịch vụ hoặc tích hợp. Cụ thể: Kết nối các kênh hiện có của Thành phố như cổng thông tin, iHanoi, tổng đài, kênh phản ánh địa phương và các nền tảng doanh nghiệp theo nguyên tắc không trùng lặp, không độc quyền, không thu thập dữ liệu vượt mục đích.

Khi thiết kế hạ tầng công nghệ, Đề án ưu tiên kết nối, kế thừa các kênh thông tin sẵn có của Thành phố và các kênh phối hợp giữa UBND Thành phố với Công an Thành phố để tiếp nhận, trao đổi nhanh về lừa đảo trực tuyến, xâm phạm dữ liệu, gian lận thanh toán, dấu hiệu tội phạm công nghệ cao và các vụ việc vượt thẩm quyền xử lý hành chính. Việc kết nối, chia sẻ dữ liệu thực hiện theo nguyên tắc tối thiểu, đúng mục đích, có phân quyền, lưu vết và bảo đảm an ninh, an toàn thông tin.

– Xây dựng chuyên trang hoặc module “Gian hàng số Thủ đô” để công khai danh mục chủ thể/sản phẩm đủ điều kiện, đường dẫn kênh bán hợp lệ, thông tin truy xuất, chính sách đổi trả và kênh phản ánh.

– Kết nối với sàn TMĐT, mạng xã hội, nền tảng giao hàng, đơn vị thanh toán, truy xuất nguồn gốc theo nguyên tắc tự nguyện, có thỏa thuận dữ liệu tổng hợp/ẩn danh và tuân thủ pháp luật.

– Thiết lập mã hồ sơ điện tử cho phản ánh của người tiêu dùng; mỗi hồ sơ có trạng thái tiếp nhận, phân loại, chuyển xử lý, kết quả và thời hạn phản hồi.

– Áp dụng yêu cầu an toàn thông tin: phân quyền, lưu vết thao tác, sao lưu, kiểm thử bảo mật, quản lý tài khoản người dùng, quy trình xử lý sự cố và đánh giá định kỳ.

Sản phẩm đầu ra: chuyên trang/module; cơ sở dữ liệu chủ thể/sản phẩm; công cụ tiếp nhận phản ánh; dashboard điều hành; tài liệu yêu cầu kỹ thuật và quy trình vận hành hệ thống.

3. Kiểm soát chất lượng, truy xuất nguồn gốc, định danh và tuân thủ

Đây là nhóm giải pháp quyết định niềm tin của mô hình. Việc kiểm soát không chỉ dừng ở chứng nhận sản phẩm, mà phải kiểm soát đồng thời 05 lớp: chủ thể bán

hàng, hồ sơ sản phẩm, thông tin công khai, lịch sử phản ánh và năng lực xử lý sau bán hàng.

– Chuẩn hóa hồ sơ người bán: đăng ký kinh doanh/mã số thuế hoặc giấy tờ hợp lệ, thông tin liên hệ, người chịu trách nhiệm, kênh bán chính thức, tài khoản thanh toán và cam kết công khai thông tin.

– Nhận diện người đại diện/chủ thể bán hàng theo lộ trình phù hợp: giai đoạn thí điểm ưu tiên đối chiếu hồ sơ pháp lý, mã số thuế, giấy chứng nhận/giấy tờ hợp lệ, thông tin người đại diện, tài khoản thanh toán và kênh bán chính thức; chỉ nghiên cứu xác thực qua VNeID khi có đủ điều kiện pháp lý, kỹ thuật, phân quyền và được cấp có thẩm quyền phê duyệt. UBND xã/phường không chủ trì xác thực, đối chiếu dữ liệu định danh; chỉ phối hợp rà soát thông tin địa bàn theo phân quyền và không sao chụp, lưu trữ dữ liệu định danh vượt phạm vi cần thiết.

– Chuẩn hóa hồ sơ sản phẩm theo từng nhóm: thực phẩm/nông sản phải có hồ sơ ATTP, nguồn gốc, hạn dùng; OCOP/làng nghề phải có chứng nhận, câu chuyện sản phẩm, hình ảnh thật; hàng có điều kiện phải đáp ứng quy định chuyên ngành.

– Thiết lập cơ chế truy xuất bằng QR/mã định danh sản phẩm; liên kết hồ sơ chất lượng, chứng nhận, cơ sở sản xuất, lô hàng, hướng dẫn sử dụng, cảnh báo và kênh phản ánh.

– Phối hợp Thuế Thành phố hướng dẫn eTax, hóa đơn điện tử; phối hợp Công an, quản lý thị trường, khoa học và công nghệ, hải quan, địa phương để xử lý dấu hiệu lừa đảo, hàng giả, vi phạm sở hữu trí tuệ, quảng cáo sai sự thật.

– Xây dựng cơ chế cảnh báo mềm: nhắc nhở, yêu cầu khắc phục, tạm dừng hiển thị, chuyển cơ quan chức năng và công khai kết quả xử lý theo quy định.

Giải pháp phòng, chống hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc và gian lận thương mại:

Thiết lập cơ chế phối hợp giữa Chi cục Quản lý thị trường thành phố Hà Nội (Sở Công Thương), Công an Thành phố, Thuế thành phố Hà Nội, UBND các xã/phường và doanh nghiệp nền tảng để nhận diện, cảnh báo, kiểm tra, xác minh và xử lý các dấu hiệu: hàng giả; hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ; hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ; hàng hóa nhập lậu; quảng cáo sai sự thật; gian lận thanh toán; lừa đảo trực tuyến; bán hàng qua livestream/mạng xã hội không tuân thủ quy định.

Trong giai đoạn thí điểm, Chi cục Quản lý thị trường thành phố Hà Nội được xác định là đầu mối phối hợp chuyên ngành đối với nhóm dấu hiệu hàng giả; hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ; hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ; hàng hóa nhập lậu; gian lận thương mại và quảng cáo sai sự thật trong hoạt động kinh doanh hàng hóa. Dữ liệu kiểm tra, xử lý vi phạm do lực lượng Quản lý thị trường cung cấp được sử dụng để cập nhật bản đồ rủi ro, nhưng việc công bố số liệu phải theo đúng thẩm quyền và nguồn chính thức.

Quy trình phối hợp gồm 04 bước: (1) thu nhận tín hiệu rủi ro từ phản ánh người tiêu dùng, dữ liệu nền tảng, dữ liệu kiểm tra hoặc kênh thông tin cơ sở; (2) phân loại mức độ rủi ro và xác định thẩm quyền xử lý; (3) tạm dừng hiển thị/tạm dừng/thu hồi hiển thị nhận diện tham gia mô hình đối với chủ thể, sản phẩm thuộc phạm vi mô hình khi có căn cứ ban đầu; (4) chuyển hồ sơ cho lực lượng quản lý thị trường, công an, thuế hoặc cơ quan chuyên ngành để kiểm tra, xử lý theo quy định. Kết quả xử lý được cập nhật vào hồ sơ chủ thể/sản phẩm để phục vụ đánh giá tiếp tục tham gia mô hình.

Sản phẩm đầu ra: Bộ checklist theo nhóm hàng; danh sách chủ thể/sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch; quy trình truy xuất; cơ chế rà soát định kỳ; danh mục trường hợp bị cảnh báo, tạm dừng hoặc thu hồi hiển thị nhận diện tham gia mô hình.

4. Phát triển dữ liệu, phân tích, cảnh báo sớm và ứng dụng AI

Nhiệm vụ này có tính nền tảng, quyết định khả năng vận hành bền vững của Đề án. Khi triển khai cần phân định rõ việc nào thuộc trách nhiệm cơ quan nhà nước, việc nào do doanh nghiệp cung cấp giải pháp, việc nào do địa phương tổ chức tại cơ sở và việc nào do chủ thể kinh doanh tự chịu trách nhiệm.

Dữ liệu là “hệ thần kinh” của Đề án. Dữ liệu được thu thập để phục vụ quản lý nhà nước, bảo vệ người tiêu dùng và điều hành thị trường; không sử dụng cho quảng cáo, bán chéo dịch vụ hoặc mục đích thương mại ngoài phạm vi được phê duyệt.

– Chuẩn hóa danh mục dữ liệu từ khảo sát địa phương, dữ liệu chủ thể, dữ liệu sản phẩm, phản ánh người tiêu dùng, kết quả xử lý, đào tạo, truyền thông, thanh toán/logistics thống kê và dữ liệu rủi ro.

– Thiết kế dashboard 05 lớp: tổng quan Thành phố; địa bàn; chủ thể/sản phẩm; phản ánh/rủi ro; đào tạo/truyền thông và xã hội hóa.

– Bảo đảm dữ liệu được phân quyền theo vai trò; cán bộ cấp xã/phường chỉ cập nhật và xem dữ liệu thuộc địa bàn; Sở Công Thương quản trị dữ liệu tổng hợp; các đơn vị phối hợp chỉ tiếp cận dữ liệu đúng thẩm quyền.

– Nghiên cứu ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để tự động phân loại hồ sơ phản ánh, nhận diện từ khóa rủi ro, gom nhóm vụ việc lặp lại, gợi ý đầu mối chuyển xử lý, cảnh báo sớm sản phẩm/chủ thể có dấu hiệu bất thường dựa trên dữ liệu tổng hợp và hành vi giao dịch đã được ẩn danh/phù hợp pháp luật.

– Thiết lập nguyên tắc AI có kiểm soát: kết quả AI chỉ là thông tin hỗ trợ nghiệp vụ, không thay thế quyết định hành chính, không tự động kết luận vi phạm, không tự động công khai danh tính khi chưa có xác minh.

– Tổ chức báo cáo định kỳ hằng quý và chuyên đề: xu hướng tiêu dùng, rủi ro hàng giả, năng lực thanh toán số, phản ánh người tiêu dùng, hiệu quả đào tạo, hiệu quả mô hình điểm.

Sản phẩm đầu ra: danh mục dữ liệu tối thiểu; mô hình dashboard; quy trình bảo vệ dữ liệu; bộ ngưỡng cảnh báo; báo cáo quý; báo cáo chuyên đề; phương án thử nghiệm AI trong phân loại khiếu nại và cảnh báo rủi ro.

5. Truyền thông, đào tạo và huy động nguồn lực xã hội hóa

Truyền thông của Đề án phải làm rõ giá trị và giới hạn của mô hình: Thành phố hỗ trợ người dân nhận diện người bán/sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch, hỗ trợ phản ánh và giám sát; nhưng không thay người tiêu dùng tự bảo vệ mình và không thay trách nhiệm pháp lý của người bán.

– Xây dựng chiến dịch truyền thông “Tiêu dùng số an toàn - chủ thể kinh doanh đạt tiêu chí minh bạch - sản phẩm rõ nguồn gốc” trên cổng thông tin, mạng xã hội, loa truyền thanh, hội nghị địa phương, chợ và tuyến phố thương mại.

– Tổ chức đào tạo theo nhóm đối tượng: cán bộ địa phương; ban quản lý chợ; hộ kinh doanh/tiểu thương; chủ thể OCOP/làng nghề; doanh nghiệp nhỏ; người tiêu dùng; tổ chuyển đổi số cộng đồng.

– Xây dựng bộ thông điệp thống nhất: “Người bán rõ danh tính - sản phẩm rõ nguồn gốc - giao dịch có chứng từ - phản ánh có đầu mối”.

– Huy động doanh nghiệp nền tảng, logistics, ngân hàng, ví điện tử, đơn vị truy xuất, hiệp hội, cơ sở đào tạo tham gia bằng công cụ, chuyên gia, tài liệu, ưu đãi kỹ thuật; không để doanh nghiệp chi phối tiêu chí công nhận hoặc dữ liệu quản lý nhà nước.

– Thiết lập cơ chế ghi nhận đóng góp xã hội hóa nhưng không để doanh nghiệp chi phối tiêu chí công nhận, dữ liệu quản lý hoặc nội dung bảo trợ của Nhà nước.

– Truyền thông riêng cho nhóm dễ tổn thương như người cao tuổi, lao động thu nhập thấp, người mua lần đầu, tiểu thương chợ truyền thống và chủ thể làng nghề chưa quen vận hành số.

Sản phẩm đầu ra: kế hoạch truyền thông; sổ tay hướng dẫn; học liệu số; bộ mẫu tin/bài/video; danh mục đối tác xã hội hóa; báo cáo mức độ tiếp cận và khảo sát hài lòng.

6. Lộ trình thực hiện giai đoạn 2026-2028

Năm	Thời gian	Nhiệm vụ trọng tâm	Sản phẩm đầu ra	Đơn vị chủ trì
2026	Quý II	Hoàn thiện Đề án; rà soát căn cứ pháp lý; xây dựng kế hoạch khảo sát; ban hành phiếu khảo sát địa phương.	Đề án; phiếu khảo sát; kế hoạch thực hiện	Sở Công Thương
2026	Quý III	Tổng hợp khảo sát; chấm điểm sẵn sàng; dự thảo bộ tiêu chí; tham vấn sở/ngành, xã/phường, doanh nghiệp nền tảng.	Báo cáo khảo sát; bộ tiêu chí dự thảo; danh sách điểm thí điểm	Sở Công Thương, UBND xã/phường
2026	Quý IV	Hoàn thiện quy chế phối hợp; lựa chọn đối tác; thiết kế công nghệ; đào tạo khởi động; chuẩn hóa dữ liệu ban đầu.	Quy chế; thỏa thuận phối hợp; mẫu dữ liệu; kế hoạch năm 2027	Sở Công Thương
2027	Quý I-II	Vận hành điểm thí điểm tại chợ/điểm bán/gian hàng số; thiết lập kênh phản ánh và dashboard phiên bản 1.	Điểm thí điểm vận hành; dashboard V1; báo cáo 6 tháng	Sở Công Thương, địa phương
2027	Quý III-IV	Mở rộng có kiểm soát; tăng số chủ thể/sản phẩm; đánh giá định kỳ; điều chỉnh tiêu chí và quy trình.	Báo cáo quý; danh mục mở rộng; bộ tài liệu cập nhật	Sở Công Thương

2028	Quý I-II	Đánh giá giữa kỳ mở rộng; khảo sát mức hài lòng; kiểm tra rủi ro dữ liệu và tuân thủ; chuẩn hóa mô hình.	Báo cáo đánh giá chuyên sâu; phương án chuẩn hóa	Sở Công Thương
2028	Quý III-IV	Tổng kết Đề án; đánh giá tác động; đề xuất nhân rộng, nâng cấp hoặc tích hợp vào chương trình giai đoạn sau.	Báo cáo tổng kết; phương án nhân rộng; kiến nghị UBND Thành phố	Sở Công Thương

Bảng 6: Lộ trình thực hiện nhiệm vụ, giải pháp giai đoạn 2026-2028.

V. KINH PHÍ VÀ NGUỒN LỰC THỰC HIỆN

1. Nguyên tắc bố trí kinh phí

Kinh phí thực hiện Đề án phải bảo đảm đúng mục tiêu, đúng nội dung, đúng định mức, đúng nguồn, đúng thẩm quyền và đúng quy định về quản lý ngân sách nhà nước. Việc bố trí kinh phí cần tách bạch giữa kinh phí xây dựng, hoàn thiện, thẩm định Đề án năm 2026 với kinh phí triển khai thí điểm sau khi Đề án được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

Các nội dung thuộc phạm vi Thành phố gồm xây dựng, vận hành lớp điều phối chung, bộ tiêu chí, quy trình, dashboard, đào tạo nòng cốt, truyền thông cấp Thành phố, kiểm tra giám sát liên ngành và đánh giá mô hình do ngân sách Thành phố hoặc nguồn kinh phí hợp pháp khác bảo đảm theo quy định. Các nội dung tại xã/phường chỉ triển khai trên nguyên tắc lồng ghép, kiêm nhiệm, tận dụng cơ sở vật chất sẵn có, tổ chuyển đổi số cộng đồng, điểm tiếp dân, ban quản lý chợ và kênh truyền thông cơ sở; không giao nhiệm vụ thường xuyên, không phát sinh tổ chức bộ máy, biên chế hoặc chế độ báo cáo mới khi chưa có nguồn lực và hướng dẫn cụ thể.

Khi nhân rộng, Sở Công Thương chủ trì hướng dẫn các địa phương lập dự toán theo từng nhóm chi: tuyên truyền, tập huấn, hỗ trợ điểm thí điểm, hạ tầng tối thiểu, phần mềm dùng chung, kiểm tra giám sát và đánh giá; đồng thời xác định rõ nguồn ngân sách Thành phố, nguồn ngân sách địa phương theo phân cấp và nguồn xã hội hóa hợp pháp, bảo đảm không trùng lặp với các chương trình chuyển đổi số, gian hàng số, chợ 4.0 hoặc hỗ trợ TMĐT đã có.

– Ngân sách nhà nước tập trung cho nhiệm vụ quản lý nhà nước, chuẩn hóa tiêu chí, khảo sát, đào tạo công ích, truyền thông cộng đồng, bảo vệ người tiêu dùng, công cụ điều hành dữ liệu, kiểm tra giám sát và đánh giá mô hình.

– Không sử dụng ngân sách để bao cấp hoạt động kinh doanh của sàn TMĐT, doanh nghiệp logistics, đơn vị thanh toán hoặc chủ thể kinh doanh; các hỗ trợ cho doanh nghiệp phải thực hiện theo cơ chế công khai, minh bạch, đúng quy định.

– Ưu tiên thuê dịch vụ công nghệ thông tin, sử dụng nền tảng có sẵn, kết nối dữ liệu tổng hợp/ấn danh và xã hội hóa các cấu phần thị trường có khả năng tự vận hành.

– Mọi khoản chi triển khai giai đoạn 2026-2028 chỉ là khái toán định hướng tại Đề án; khi thực hiện phải lập dự toán chi tiết theo từng nhiệm vụ, thẩm định, phê duyệt, lựa chọn nhà thầu/đơn vị thực hiện và thanh quyết toán theo quy định.

2. Khái toán kinh phí triển khai thí điểm giai đoạn 2026-2028

STT	Nhóm nội dung	Khái toán (đồng)
1	Hạ tầng công nghệ, chuyên trang/module, dashboard, bảo mật, lưu trữ, hỗ trợ kỹ thuật	4.500.000.000
2	Khảo sát mở rộng, chuẩn hóa dữ liệu địa phương, cập nhật danh mục chủ thể/sản phẩm	1.200.000.000
3	Đào tạo, tập huấn, sổ tay hướng dẫn, học liệu số cho cán bộ và chủ thể kinh doanh	2.100.000.000
4	Truyền thông cộng đồng, nhận diện mô hình, tài liệu tại chợ/điểm bán/xã phường	1.400.000.000
5	Thí điểm điểm hỗ trợ tiêu dùng số, điểm gom hàng, mã QR, truy xuất nguồn gốc	3.200.000.000
6	Kiểm tra, giám sát, đánh giá độc lập, khảo sát mức hài lòng, tổng kết mô hình	1.000.000.000
7	Hỗ trợ chuyên gia, điều phối, xây dựng quy chế, tiêu chí, quy trình, báo cáo chuyên đề	1.500.000.000
8	Dự phòng hợp lệ cho điều chỉnh kỹ thuật, bảo mật, truyền thông rủi ro và phát sinh theo phê duyệt	1.100.000.000
Tổng cộng:		16.000.000.000
<i>(Số tiền bằng chữ: Mười sáu tỷ đồng chẵn)./.</i>		

Bảng 7: Khái toán kinh phí triển khai thí điểm giai đoạn 2026-2028 theo nhóm nội dung.

Căn cứ lập khái toán kinh phí triển khai thí điểm 16 tỷ đồng giai đoạn 2026-2028

Mức khái toán 16.000.000.000 đồng được xây dựng theo phương pháp “từ mô hình nhiệm vụ đến cấu phần chi phí”, không xác định theo tỷ lệ cơ học. Căn cứ chính gồm: phạm vi thí điểm dự kiến trên một số nhóm địa bàn đại diện; yêu cầu hình thành

công cụ công nghệ dùng chung; nhu cầu đào tạo, truyền thông, hỗ trợ tại chợ/điểm bán; chi phí kiểm tra, đánh giá, bảo mật và quản trị rủi ro trong 03 năm.

Khái toán này có tính chất định hướng để UBND Thành phố, Sở Công Thương và các đơn vị liên quan xem xét quy mô nguồn lực. Chi tiết cấu phần chi, khối lượng, đơn giá dự kiến, sản phẩm đầu ra và căn cứ pháp lý khi Đề án được phê duyệt chủ trương triển khai, từng cấu phần sẽ được lập dự toán độc lập, xác định nguồn vốn, hình thức thực hiện, tiêu chuẩn kỹ thuật, định mức chi và cơ chế xã hội hóa cụ thể.

Bảng 8: Căn cứ lập khái toán kinh phí triển khai thí điểm giai đoạn 2026-2028.

STT	Nhóm nội dung	Cơ sở hình thành khái toán	Căn cứ pháp lý	Khái toán (đồng)
1	Hạ tầng công nghệ, chuyên trang/module, dashboard, bảo mật, lưu trữ, hỗ trợ kỹ thuật	Thuê dịch vụ CNTT; tích hợp kênh phản ánh; dashboard 05 lớp; phân quyền; lưu vết; bảo mật; hỗ trợ vận hành 24 tháng.	Luật Ngân sách nhà nước; Luật Đấu thầu, Nghị định số 24/2024/NĐ-CP; Nghị định số 73/2019/NĐ-CP, Nghị định số 82/2024/NĐ-CP; Luật Giao dịch điện tử; Nghị định số 13/2023/NĐ-CP.	4.500.000.000
2	Khảo sát mở rộng, chuẩn hóa dữ liệu địa phương, cập nhật danh mục chủ thể/sản phẩm	Chuẩn hóa dữ liệu xã/phường; lập danh mục chợ/điểm bán; cập nhật 500-700 chủ thể và khoảng 3.000 sản phẩm.	Luật Ngân sách nhà nước; Thông tư số 40/2017/TT-BTC, Thông tư số 12/2025/TT-BTC; Nghị định số 13/2023/NĐ-CP; quy định về thống kê, chia sẻ và bảo vệ dữ liệu.	1.200.000.000
3	Đào tạo, tập huấn, sổ tay	Tối thiểu 20-30 lớp; tài liệu cho cán bộ, tiểu	Luật Ngân sách nhà nước; Thông tư số 40/2017/TT-BTC,	2.100.000.000

STT	Nhóm nội dung	Cơ sở hình thành khái toán	Căn cứ pháp lý	Khái toán (đồng)
	hướng dẫn, học liệu số	thương, OCOP/làng nghề; học liệu video; hỗ trợ sau tập huấn.	Thông tư số 12/2025/TT-BTC; Thông tư số 004/2025/TT-BNV; Luật Đấu thầu, Nghị định số 24/2024/NĐ-CP.	
4	Truyền thông cộng đồng, nhận diện mô hình, tài liệu tại chợ/điểm bán/xã phường	Bộ nhận diện, pano/QR, tin bài, video ngắn, loa truyền thanh, truyền thông khủng hoảng và cảnh báo gian lận.	Luật Ngân sách nhà nước; Luật Đấu thầu, Nghị định số 24/2024/NĐ-CP; quy định về truyền thông, thông tin cơ sở, sản xuất tài liệu, hội nghị.	1.400.000.000
5	Thí điểm điểm hỗ trợ tiêu dùng số, điểm gom hàng, mã QR, truy xuất nguồn gốc	Bố trí điểm hỗ trợ; bộ công cụ tại chợ; QR thông tin/phản ánh; truy xuất nguồn gốc; hướng dẫn đóng gói/giao nhận.	Luật Giao dịch điện tử; Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Nghị định số 52/2013/NĐ-CP và văn bản sửa đổi; Nghị định số 13/2023/NĐ-CP; Luật Ngân sách nhà nước; Luật Đấu thầu, Nghị định số 24/2024/NĐ-CP.	3.200.000.000
6	Kiểm tra, giám sát, đánh giá độc lập, khảo sát hài	Kiểm tra định kỳ; đánh giá giữa kỳ/cuối kỳ; khảo sát	Luật Ngân sách nhà nước; Thông tư số 40/2017/TT-BTC, Thông tư số	1.000.000.000

STT	Nhóm nội dung	Cơ sở hình thành khái toán	Căn cứ pháp lý	Khái toán (đồng)
	lòng, tổng kết mô hình	người dân; báo cáo tác động; đề xuất nhân rộng.	12/2025/TT-BTC; Thông tư số 004/2025/TT-BNV; quy định về giám sát, đánh giá, quyết toán.	
7	Chuyên gia, điều phối, quy chế, tiêu chí, quy trình, báo cáo chuyên đề	Tổ công tác liên ngành; tư vấn pháp lý - dữ liệu - TMĐT; báo cáo quý và chuyên đề rủi ro.	Thông tư số 004/2025/TT-BNV; Luật Đấu thầu, Nghị định số 24/2024/NĐ-CP; Luật Ngân sách nhà nước; quy định về thuê tư vấn, nghiệm thu sản phẩm.	1.500.000.000
8	Dự phòng hợp lệ cho điều chỉnh kỹ thuật, bảo mật, truyền thông rủi ro và phát sinh theo phê duyệt	Dự phòng cho bảo mật, nâng cấp kỹ thuật, xử lý sự cố, điều chỉnh mô hình sau đánh giá; chỉ sử dụng khi được phê duyệt.	Luật Ngân sách nhà nước; Nghị định số 163/2016/NĐ-CP; quy định về lập, điều chỉnh, sử dụng và quyết toán dự toán ngân sách.	1.100.000.000
Tổng cộng				16.000.000.000

3. Nguyên tắc phân kỳ kinh phí

Năm	Trọng tâm chi	Tỷ trọng gợi ý	Ghi chú quản trị
2026	Hoàn thiện thiết kế vận hành, cấu hình hệ thống, khảo sát bổ sung, lựa chọn địa bàn và chuẩn bị thí điểm	25-30%	Ưu tiên nhiệm vụ có thể tạo sản phẩm nền tảng; không mở rộng khi chưa có quy trình và tiêu chí
2027	Vận hành thí điểm, đào tạo diện rộng, truyền thông, điểm hỗ trợ, truy xuất, dashboard và tiếp nhận phản ánh	45-50%	Năm trọng tâm về kết quả đầu ra; chi theo KPI và theo tiến độ vận hành thực tế
2028	Đánh giá tác động, tối ưu hệ thống, nhân rộng có kiểm soát, tổng kết và đề xuất giai đoạn tiếp theo	20-30%	Tăng chi cho đánh giá độc lập, chuẩn hóa mô hình, hoàn thiện dữ liệu và hồ sơ nhân rộng

Bảng 9: Nguyên tắc phân kỳ kinh phí giai đoạn 2026-2028.

4. Nguồn lực thực hiện

– Ngân sách Thành phố cho khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, xúc tiến thương mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, quản lý thị trường và các chương trình có liên quan.

– Nguồn xã hội hóa từ sàn TMĐT, ngân hàng, ví điện tử, doanh nghiệp logistics, đơn vị truy xuất, doanh nghiệp công nghệ, hiệp hội, viện nghiên cứu, trường đại học, cơ sở đào tạo và tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp.

– Nguồn lực địa phương gồm cán bộ đầu mối, tổ chuyên đổi số cộng đồng, ban quản lý chợ, hệ thống truyền thông cơ sở, hội phụ nữ, đoàn thanh niên, tổ dân phố, hiệp hội ngành hàng và chủ thể sản xuất - kinh doanh sẵn sàng tham gia.

– Nguồn dữ liệu gồm kết quả khảo sát địa phương, danh mục hộ kinh doanh/chủ thể, dữ liệu chợ/điểm bán, sản phẩm OCOP/làng nghề, phản ánh người tiêu dùng, dữ liệu thống kê giao dịch/đơn hàng do doanh nghiệp cung cấp hợp pháp và dữ liệu quản lý chuyên ngành.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Trách nhiệm chủ yếu của các đơn vị, chủ thể tham gia Đề án:

Đơn vị/chủ thể	Trách nhiệm chủ yếu
Sở Công Thương	Chủ trì tham mưu UBND Thành phố; điều phối Đề án; ban hành hướng dẫn; quản lý danh mục chủ thể/sản phẩm; tổ chức khảo sát, đào tạo, truyền thông; tổng hợp báo cáo; đề xuất xử lý vướng mắc.
Sở Khoa học và Công nghệ	Phối hợp về tiêu chuẩn, truy xuất nguồn gốc, đổi mới sáng tạo, dữ liệu, an toàn thông tin, giải pháp công nghệ và các nhiệm vụ chuyển đổi số liên quan.
Thuế thành phố Hà Nội	Phối hợp hướng dẫn đăng ký thuế, eTax, hóa đơn điện tử, nghĩa vụ thuế đối với hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh online, doanh nghiệp tham gia mô hình.
Chi cục Hải quan khu vực I	Phối hợp khi có nội dung liên quan TMĐT xuyên biên giới, hàng nhập khẩu, nguồn gốc xuất xứ, cảnh báo rủi ro hàng hóa qua biên giới.
Công an Thành phố	Phối hợp phòng ngừa, xử lý lừa đảo trực tuyến, xâm phạm dữ liệu, gian lận thanh toán, dấu hiệu tội phạm công nghệ cao và các vụ việc vượt thẩm quyền xử lý hành chính.
Các sở, ngành liên quan	Phối hợp theo chức năng về thông tin truyền thông, nông nghiệp, y tế, du lịch, văn hóa, tiêu chuẩn chất lượng, sở hữu trí tuệ, quản lý thị trường và bảo vệ người tiêu dùng.
UBND xã, phường	Cung cấp dữ liệu khảo sát; lựa chọn đầu mối; đề xuất chợ/điểm bán/cụm hộ; tổ chức truyền thông tại cơ sở; hỗ trợ tiếp nhận phản ánh; theo dõi mô hình tại địa bàn.
Doanh nghiệp nền tảng, logistics, thanh toán, truy xuất	Cung cấp giải pháp kỹ thuật; phối hợp chuẩn hóa dữ liệu; hỗ trợ công cụ, tập huấn, ưu đãi; thực hiện trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng theo quy định.

Đơn vị/chủ thể	Trách nhiệm chủ yếu
Chủ thể kinh doanh tham gia mô hình	Công khai thông tin; cam kết tuân thủ pháp luật; bảo đảm chất lượng sản phẩm; thực hiện đổi trả, khiếu nại; cập nhật dữ liệu; chịu trách nhiệm trước pháp luật về giao dịch của mình.
Người tiêu dùng	Sử dụng kênh mua sắm an toàn; kiểm tra thông tin người bán/sản phẩm; phản ánh trung thực; bảo vệ dữ liệu cá nhân; phối hợp cung cấp chứng cứ khi có tranh chấp.

Bảng 10: Trách nhiệm chủ yếu của các đơn vị, chủ thể tham gia Đề án.

Thiết kế RACI đối với một số nhiệm vụ then chốt

Để tránh hình thức bảng quá rộng và khó sử dụng tại cơ sở, Đề án thiết kế mô hình RACI được trình bày theo từng nhiệm vụ trọng tâm như sau:

– Ban hành bộ tiêu chí tham gia: R/A - Sở Công Thương; A - Sở KH&CN, Thuế, địa phương; C - Doanh nghiệp, hiệp hội; I - UBND Thành phố.

– Lựa chọn địa bàn thí điểm: R - UBND xã/phường đề xuất, cung cấp thông tin địa bàn và phối hợp rà soát điều kiện; A - Sở Công Thương chủ trì thẩm định, quyết định danh sách điểm thí điểm theo tiêu chí; C - sở/ngành liên quan, ban quản lý chợ, doanh nghiệp nền tảng; I - UBND Thành phố.

– Vận hành kênh phản ánh: R/A - Sở Công Thương hoặc cơ quan chuyên môn được giao làm đầu mối tập trung tiếp nhận, phân loại, theo dõi mã hồ sơ và chuyển xử lý; UBND xã/phường phối hợp tuyên truyền, hướng dẫn, tiếp nhận ban đầu và chuyển thông tin; C - Công an, quản lý thị trường, thuế, hải quan, doanh nghiệp nền tảng; I - Người tiêu dùng.

– Chuẩn hóa dữ liệu sản phẩm: R - Chủ thể kinh doanh; A - Sở Công Thương, doanh nghiệp truy xuất; C - UBND xã/phường; I - Người tiêu dùng.

– Dashboard điều hành: R - Sở Công Thương; A - Đơn vị công nghệ; C - Sở/ngành cung cấp dữ liệu; I - UBND Thành phố.

– Đào tạo, tập huấn: R - Sở Công Thương; A - Doanh nghiệp, địa phương; C - Hiệp hội, trường/viện; I - Chủ thể tham gia.

VII. CƠ CHẾ GIÁM SÁT, ĐÁNH GIÁ, BÁO CÁO VÀ QUẢN TRỊ RỦI RO

1. Cơ chế giám sát, đánh giá

Giám sát Đề án được thực hiện theo 04 tầng: giám sát tiến độ nhiệm vụ, giám sát kết quả đầu ra, giám sát tuân thủ và giám sát tác động. Mỗi tầng có chỉ tiêu, nguồn dữ liệu, chu kỳ cập nhật và đơn vị chịu trách nhiệm rõ ràng.

– **Giám sát tiến độ:** Theo dõi văn bản ban hành, địa bàn lựa chọn, hệ thống vận hành, số lớp tập huấn, số chủ thể/sản phẩm cập nhật, số nhiệm vụ hoàn thành đúng hạn.

– **Giám sát kết quả:** Số người bán/sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch, tỷ lệ truy xuất nguồn gốc, tỷ lệ thanh toán số, số phản ánh được tiếp nhận, thời gian xử lý, mức độ hài lòng.

– **Giám sát tuân thủ:** Kiểm tra việc công khai thông tin, hóa đơn điện tử, định danh, bảo vệ dữ liệu cá nhân, quảng cáo/livestream, đổi trả/khiếu nại, truy xuất nguồn gốc.

– Việc đánh giá tiêu chí tuân thủ thuế chỉ dựa trên dữ liệu tra cứu tại thời điểm xét duyệt. Cơ quan quản lý, bao gồm cơ quan Thuế, không chịu trách nhiệm liên đới đối với các hành vi gian lận, trốn thuế của chủ thể kinh doanh phát sinh sau khi được cấp nhận diện tham gia mô hình.

– Việc đối soát giữa Mã số thuế cá nhân/hộ kinh doanh và cơ sở dữ liệu định danh (VNeID) phải được thực hiện hoàn toàn tự động qua Trục liên thông văn bản quốc gia (NDXP) hoặc Nền tảng tích hợp, chia sẻ dữ liệu (LGSP). Không giao cán bộ cấp xã/phường hoặc bộ phận một cửa thực hiện đối chiếu chứng minh thư/CCCD thủ công với thông tin người nộp thuế để hạn chế tối đa rủi ro lộ lọt dữ liệu và sai lệch thông tin trong hồ sơ nghiệp vụ.

– **Giám sát tác động:** Định kỳ hằng quý, tổ công tác Đề án tổng hợp báo cáo ngắn; 06 tháng có báo cáo đánh giá giữa kỳ; hằng năm có báo cáo tổng hợp; cuối giai đoạn có báo cáo đánh giá tác động, bài học kinh nghiệm và đề xuất nhân rộng. Cụ thể: Khả năng tăng niềm tin của người tiêu dùng, năng lực số của người bán, mức độ phối hợp liên ngành, hiệu quả dashboard và khả năng nhân rộng mô hình.

2. Chế độ báo cáo

Báo cáo cần phục vụ chỉ đạo điều hành, không chỉ phục vụ thủ tục. Định kỳ hằng tháng trong giai đoạn đầu, UBND xã/phường và đơn vị tham gia gửi báo cáo ngắn theo biểu mẫu. Hằng quý, Sở Công Thương tổng hợp báo cáo UBND Thành phố về tiến độ,

KPI, vướng mắc, rủi ro và kiến nghị. Hằng năm có báo cáo tổng hợp; cuối giai đoạn có báo cáo đánh giá tác động và đề xuất nhân rộng.

– UBND xã/phường thực hiện cập nhật, cung cấp thông tin theo biểu mẫu tối giản trong phạm vi địa bàn và theo phân quyền; ưu tiên khai thác dữ liệu đã có, nhập liệu một lần, không phát sinh chế độ báo cáo trùng lặp. Các báo cáo phân tích, tổng hợp, công bố và đánh giá liên ngành do Sở Công Thương hoặc cơ quan chuyên môn được giao chủ trì thực hiện.

– Doanh nghiệp nền tảng, logistics, thanh toán, truy xuất tham gia mô hình báo cáo số liệu tổng hợp/ẩn danh theo thỏa thuận, bao gồm số lượt truy cập, đơn hàng thống kê, tình trạng thanh toán, tình trạng giao nhận, phản ánh và hỗ trợ kỹ thuật.

– Sở Công Thương tổng hợp báo cáo UBND Thành phố; trường hợp phát sinh vụ việc nghiêm trọng về dữ liệu, lừa đảo, hàng giả, an toàn người tiêu dùng, phải báo cáo đột xuất và chuyển cơ quan có thẩm quyền xử lý.

– Báo cáo phải phân biệt rõ số liệu kiểm chứng được, số liệu ước tính, số liệu doanh nghiệp cung cấp và số liệu từ khảo sát. Không sử dụng số liệu chưa rõ nguồn để kết luận chính sách quan trọng.

3. Quản trị rủi ro

Quản trị rủi ro của Đề án phải thực hiện theo nguyên tắc phòng ngừa sớm, phản ứng nhanh, xử lý đúng thẩm quyền, minh bạch thông tin và lưu vết đầy đủ. Mỗi rủi ro cần có dấu hiệu cảnh báo, đầu mối chịu trách nhiệm, ngưỡng kích hoạt và thời hạn xử lý.

Nhóm rủi ro	Dấu hiệu cảnh báo	Biện pháp kiểm soát	Đầu mối xử lý
Rủi ro định danh người bán	Người bán dùng thông tin không nhất quán, tài khoản nhận tiền không trùng hồ sơ, không có đầu mối chịu trách nhiệm	Yêu cầu bổ sung hồ sơ; xác thực qua dữ liệu hợp pháp; nghiên cứu đối chiếu VNeID khi được phép; tạm dừng hiển thị nếu không khắc phục	Sở Công Thương, UBND xã/phường, Công an khi cần
Rủi ro hàng giả; hàng hóa	Phản ánh lặp lại, tem QR không truy cập được,	Tạm dừng nhận diện tham gia mô hình; kiểm tra hồ sơ; chuyển quản	Sở Công Thương, quản lý thị trường,

Nhóm rủi ro	Dấu hiệu cảnh báo	Biện pháp kiểm soát	Đầu mối xử lý
không rõ nguồn gốc, xuất xứ	hình ảnh/certificates bất thường	lý thị trường/cơ quan chuyên ngành; cảnh báo người tiêu dùng theo thẩm quyền	cơ quan chuyên ngành
Rủi ro dữ liệu cá nhân	Yêu cầu người dân cung cấp quá nhiều thông tin; lưu ảnh CCCD, số tài khoản, số điện thoại không cần thiết	Áp dụng tối thiểu hóa dữ liệu; phân quyền; ẩn danh; rà soát nhật ký truy cập; xử lý sự cố theo quy trình	Sở Công Thương, đơn vị công nghệ, cơ quan an toàn thông tin
Rủi ro lừa đảo giao dịch	Nhiều phản ánh chuyển khoản nhưng không giao hàng, tài khoản nhận tiền thay đổi liên tục, nhóm mạng xã hội có dấu hiệu mạo danh	Phân loại khẩn cấp; khóa/tạm ẩn đường dẫn trong mô hình; chuyển hồ sơ đến Công an khi có dấu hiệu hình sự; cảnh báo cộng đồng	Sở Công Thương, Công an, nền tảng liên quan
Rủi ro phụ thuộc nền tảng	Một doanh nghiệp cung cấp giải pháp chi phối dữ liệu, tiêu chí hoặc truyền thông mô hình	Không độc quyền; quy định chuẩn dữ liệu mở ở mức cần thiết; hợp đồng/thỏa thuận có điều khoản bàn giao, bảo mật, thoát nền tảng	Sở Công Thương, Sở KH&CN, đơn vị mua sắm/thuê dịch vụ
Rủi ro khủng hoảng truyền thông	Sản phẩm đang được gắn nhận diện tham gia mô hình/bảo trợ bị báo chí phản ánh liên quan hàng giả, hóa chất độc hại, vi phạm ATTP hoặc lừa đảo	Kích hoạt quy trình trong 2 giờ: tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình/ẩn hiển thị; công bố thông tin bước đầu minh bạch; bảo toàn hồ sơ; phối hợp phát ngôn; chuyển cơ quan điều tra/chuyên	Sở Công Thương chủ trì, phối hợp UBND địa phương, Công an, cơ quan chuyên ngành và đơn vị truyền thông

Nhóm rủi ro	Dấu hiệu cảnh báo	Biện pháp kiểm soát	Đầu mối xử lý
		ngành; cập nhật kết quả xử lý	
Rủi ro hiểu sai bản chất bảo trợ	Người dân cho rằng Thành phố bảo lãnh tuyệt đối mọi đơn hàng; người bán lợi dụng logo để quảng cáo quá mức.	Chuẩn hóa tuyên bố miễn trừ; quy định cách dùng nhãn; xử lý vi phạm truyền thông; thông tin rõ “bảo trợ là hỗ trợ - chuẩn hóa - giám sát, không thay thế trách nhiệm pháp lý”	Sở Công Thương, UBND xã/phường, đơn vị truyền thông
Rủi ro AI phân loại sai	AI gợi ý sai mức độ rủi ro hoặc chuyển nhầm đầu mối	AI chỉ hỗ trợ; cán bộ kiểm duyệt trước khi chuyển xử lý; lưu vết quyết định; định kỳ đánh giá sai số và điều chỉnh mô hình	Sở Công Thương, đơn vị công nghệ, tổ công tác dữ liệu

Bảng 11: Rủi ro và biện pháp kiểm soát trong triển khai Đề án.

4. Quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông

– **Trong 02 giờ đầu:** Tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình hoặc ẩn hiển thị sản phẩm/chủ thể liên quan trên chuyên trang; khóa thông điệp quảng bá; lập tổ xử lý nhanh; lưu toàn bộ hồ sơ, dữ liệu, hình ảnh, đường dẫn và phản ánh.

– **Trong 24 giờ đầu:** Phát ngôn bước đầu theo nguyên tắc minh bạch, thận trọng, không kết luận thay cơ quan chuyên môn; thông báo rõ việc tạm dừng là biện pháp phòng ngừa để bảo vệ người tiêu dùng.

– **Trong 03-07 ngày:** Phối hợp kiểm tra, xác minh, lấy mẫu hoặc chuyển hồ sơ sang cơ quan có thẩm quyền; cập nhật tình trạng xử lý cho người dân và báo cáo UBND Thành phố khi vụ việc có tác động lớn.

– **Sau xử lý:** Công khai kết quả theo thẩm quyền; tạm dừng hoặc thu hồi hiển thị nhận diện tham gia mô hình nếu vi phạm; khôi phục nếu đủ điều kiện; cập nhật tiêu chí, quy trình và tài liệu truyền thông để tránh lặp lại.

VIII. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT

1. Kiến nghị Trung ương

– Hoàn thiện hướng dẫn thống nhất về quản lý hoạt động bán hàng trên mạng xã hội, livestream, nền tảng xuyên biên giới, trách nhiệm cung cấp dữ liệu tổng hợp phục vụ quản lý nhà nước và cơ chế phối hợp xử lý vi phạm liên tỉnh, xuyên biên giới.

– Ban hành hoặc cập nhật hướng dẫn đơn giản hóa cho hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh online về đăng ký kinh doanh, mã số thuế, hóa đơn điện tử, công khai thông tin, quảng cáo, bảo vệ dữ liệu cá nhân và bảo vệ người tiêu dùng.

– Xây dựng chuẩn dữ liệu tối thiểu đối với truy xuất nguồn gốc, chủ thể kinh doanh đạt tiêu chí minh bạch, sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch và phản ánh/khiếu nại trong TMĐT để các địa phương có thể triển khai thống nhất, dễ liên thông.

– Có cơ chế hỗ trợ địa phương thí điểm mô hình quản trị TMĐT bằng dữ liệu, nhất là các đô thị lớn có quy mô giao dịch cao và nhiều rủi ro thị trường số.

2. Kiến nghị Thành phố

– UBND Thành phố tiếp tục chỉ đạo đồng bộ các chương trình công dân số, hạ tầng số, định danh điện tử, dữ liệu dùng chung, iHanoi, chuyển đổi số cộng đồng, thanh toán không dùng tiền mặt và hạ tầng kết nối tại chợ/điểm bán để tạo điều kiện triển khai mô hình tiêu dùng số. Việc triển khai Đề án cần được lồng ghép với các chương trình chuyển đổi số, gian hàng số, chợ 4.0, OCOP, xúc tiến thương mại và bảo vệ người tiêu dùng, tránh đầu tư trùng lặp và bảo đảm hiệu quả sử dụng ngân sách.

– Xem xét phê duyệt Đề án làm căn cứ để Sở Công Thương và các đơn vị liên quan tổ chức triển khai thí điểm mô hình tiêu dùng số và bảo trợ TMĐT thành phố Hà Nội giai đoạn 2026-2028.

– Cho phép thành lập tổ công tác liên ngành do Sở Công Thương chủ trì để điều phối, đôn đốc, xử lý vướng mắc, tổng hợp báo cáo, tham mưu UBND Thành phố trong quá trình triển khai.

– Bố trí nguồn lực phù hợp theo từng năm; ưu tiên kinh phí cho khảo sát, đào tạo, truyền thông, công cụ dữ liệu điều hành, bảo vệ người tiêu dùng, kiểm tra giám sát và mô hình điểm tại cơ sở.

– Chỉ đạo UBND xã/phường phối hợp cung cấp dữ liệu, lựa chọn điểm thí điểm, cử đầu mối, tổ chức truyền thông tại cơ sở và tham gia cơ chế tiếp nhận - chuyển xử lý phản ánh của người tiêu dùng.

– Chỉ đạo việc triển khai điểm hỗ trợ tiêu dùng số cấp xã/phường theo hướng lồng ghép, kiêm nhiệm, tận dụng tổ chuyển đổi số cộng đồng, điểm tiếp dân, ban quản lý chợ, cơ sở vật chất và kênh truyền thông sẵn có; không thành lập tổ chức mới, không phát sinh biên chế và không giao nhiệm vụ chuyên môn sâu vượt quá thẩm quyền của chính quyền cơ sở.

– Khuyến khích doanh nghiệp nền tảng, logistics, thanh toán, truy xuất, hiệp hội và cơ sở đào tạo đồng hành theo cơ chế xã hội hóa, công khai, không độc quyền, bảo đảm đúng quy định pháp luật.

Đề án này là căn cứ để hình thành một mô hình quản trị tiêu dùng số có tính thực nghiệm, vừa phục vụ phát triển thị trường số, vừa tăng cường niềm tin, minh bạch, bảo vệ người tiêu dùng và nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước trên địa bàn Thủ đô. Trong quá trình triển khai, Sở Công Thương tổng hợp khó khăn, vướng mắc vượt thẩm quyền, báo cáo UBND Thành phố xem xét, chỉ đạo giải quyết kịp thời.

KẾT LUẬN

Đề án “**Thí điểm mô hình tiêu dùng số và bảo trợ thương mại điện tử thành phố Hà Nội**” được xây dựng trên cơ sở yêu cầu thực tiễn của quản lý nhà nước trong bối cảnh thương mại điện tử, mạng xã hội, thanh toán số, logistics số và dữ liệu tiêu dùng phát triển nhanh, tác động trực tiếp đến sản xuất, lưu thông, phân phối và quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn Thủ đô.

Việc triển khai Đề án có ý nghĩa quan trọng trong việc chuyển phương thức quản lý từ phản ứng sang chủ động phòng ngừa rủi ro; từ xử lý phân tán sang điều phối liên ngành; từ hỗ trợ thương mại điện tử theo từng chương trình rời rạc sang mô hình có tiêu chí, có dữ liệu, có quy trình, có cơ chế giám sát và có khả năng nhân rộng.

Trên cơ sở các hợp phần, nhiệm vụ, giải pháp, lộ trình, bộ chỉ tiêu, cơ chế tài chính và hệ thống phụ lục kèm theo, Đề án bảo đảm tính khả thi trong giai đoạn thí điểm, đồng thời tạo nền tảng để Thành phố từng bước hình thành môi trường tiêu dùng số minh bạch, an toàn, có trách nhiệm; nâng cao năng lực cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh, chủ thể OCOP, làng nghề và các điểm bán truyền thống khi tham gia không gian số.

Để Đề án đạt mục tiêu đề ra, cần sự chỉ đạo thống nhất của UBND Thành phố; sự phối hợp chặt chẽ của các sở, ngành, UBND xã/phường; sự đồng hành của doanh nghiệp nền tảng, ngân hàng, đơn vị logistics, tổ chức truy xuất nguồn gốc và các chủ thể kinh doanh. Quá trình triển khai phải bảo đảm nguyên tắc thượng tôn pháp luật, công khai, minh bạch, bảo vệ dữ liệu cá nhân, không làm thay trách nhiệm pháp lý của người bán và doanh nghiệp nền tảng, đồng thời đặt quyền lợi hợp pháp của người tiêu dùng ở vị trí trung tâm.

Sở Công Thương Hà Nội kính trình UBND Thành phố xem xét, phê duyệt Đề án để tổ chức triển khai thí điểm, tổng kết, đánh giá và đề xuất nhân rộng phù hợp với định hướng phát triển thương mại điện tử, kinh tế số và chuyển đổi số của Thủ đô trong giai đoạn mới.

PHỤ LỤC 1: BỘ CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN ĐỀ ÁN

STT	Nhóm	Chỉ tiêu	Đơn vị	2027	2028	Nguồn kiểm chứng
1	Tiếp cận mô hình	Số chủ thể tham gia/kết nối	Chủ thể	250	500	Danh mục kịch bản triển khai
2	Sản phẩm	Số sản phẩm công khai	Sản phẩm	500	1.000	CSDL sản phẩm
3	Truy xuất	Tỷ lệ sản phẩm có truy xuất/mã định danh	%	70	80	Kiểm tra hồ sơ
4	Tuân thủ	Tỷ lệ chủ thể công khai thông tin bắt buộc	%	90	100	Checklist tuân thủ
5	Bảo vệ NTD	Tỷ lệ phản ánh phân loại và chuyển đúng hạn	%	85	90	Hệ thống phản ánh
6	Bảo vệ NTD	Tỷ lệ vụ việc phản hồi đúng thời hạn công bố	%	60	70	Hệ thống phản ánh
7	Đào tạo	Số lớp tập huấn/hướng dẫn	Lớp	10	20	Kế hoạch đào tạo
8	Địa bàn	Số điểm/chợ/cụm hộ thí điểm	Điểm	5	10	Kế hoạch địa phương
9	Dữ liệu	Dashboard điều hành hoạt động	Bộ	1	1	Biên bản nghiệm thu
10	Truyền thông	Số chiến dịch/truyền thông cộng đồng	Đợt	6	12	Báo cáo truyền thông
11	Năng lực	Tỷ lệ chủ thể hài lòng sau hỗ trợ	%	75	80	Khảo sát sau đào tạo

STT	Nhóm	Chỉ tiêu	Đơn vị	2027	2028	Nguồn kiểm chứng
12	Thanh toán	Tỷ lệ hộ/quầy trong điểm thí điểm có QR/POS/chuyển khoản	%	50	70	Báo cáo địa phương
13	Logistics	Số điểm gom/đóng gói/hỗ trợ vận hành	Điểm	3	6	Biên bản vận hành
14	Rủi ro	Số cảnh báo chuyên đề ban hành	Bản tin	4	8	Báo cáo phân tích
15	Nhân rộng	Bộ tài liệu chuẩn hóa mô hình	Bộ	0	1	Hồ sơ tổng kết

Bảng 12: Bộ chỉ tiêu đánh giá kết quả thực hiện Đề án.

PHỤ LỤC 2: DANH MỤC NHIỆM VỤ, SẢN PHẨM ĐẦU RA VÀ TIẾN ĐỘ

STT	Nhiệm vụ	Sản phẩm đầu ra	Tiến độ	Chủ trì
1	Rà soát căn cứ pháp lý và hoàn thiện đề cương triển khai	Báo cáo rà soát và danh mục văn bản áp dụng	QII/2026	Sở Công Thương
2	Phát hành phiếu khảo sát UBND xã/phường	Phiếu khảo sát và hướng dẫn trả lời	QII/2026	Sở Công Thương
3	Tổng hợp, làm sạch, phân tích dữ liệu khảo sát	Báo cáo baseline địa phương	QIII/2026	Sở Công Thương
4	Xây dựng bộ tiêu chí địa bàn, người bán, sản phẩm, gian hàng	Bộ tiêu chí và checklist	QIII/2026	Sở Công Thương
5	Xây dựng quy trình tiếp nhận và xử lý phản ánh	Quy trình 05 bước; mẫu biên bản	QIII/2026	Sở Công Thương
6	Thiết kế danh mục dữ liệu và dashboard	Tài liệu yêu cầu dữ liệu và màn hình dashboard	QIV/2026	Sở Công Thương/đơn vị công nghệ
7	Lựa chọn địa bàn và nhóm hàng thí điểm	Danh sách địa bàn, điểm bán, nhóm sản phẩm	QIV/2026	Sở Công Thương/UBND xã phường
8	Tổ chức tập huấn khởi động	Tài liệu và danh sách học viên	QIV/2026	Sở Công Thương
9	Vận hành mô hình điểm	Báo cáo vận hành tháng/quý	2027	Sở Công Thương/địa phương
10	Đánh giá, điều chỉnh, mở rộng có kiểm soát	Báo cáo đánh giá và kế hoạch mở rộng	2027-2028	Sở Công Thương

STT	Nhiệm vụ	Sản phẩm đầu ra	Tiến độ	Chủ trì
11	Tổng kết, đề xuất nhân rộng	Báo cáo tổng kết và đề án/kế hoạch giai đoạn sau	QIV/2028	Sở Công Thương

Bảng 13: Danh mục nhiệm vụ, sản phẩm đầu ra và tiến độ.

PHỤ LỤC 3: QUY TRÌNH TIẾP NHẬN, XỬ LÝ PHẢN ÁNH, KHIẾU NẠI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Quy trình này áp dụng đối với phản ánh, kiến nghị, khiếu nại của người tiêu dùng liên quan đến chủ thể, sản phẩm, gian hàng, điểm bán hoặc giao dịch thuộc phạm vi mô hình thí điểm. Mọi hồ sơ cần được ghi nhận bằng mã số để theo dõi toàn trình.

Bước	Nội dung xử lý	Thời hạn gợi ý (ưu tiên)	Kết quả đầu ra
1 - Tiếp nhận	Ghi nhận thông tin liên hệ tối thiểu, nội dung phản ánh, người bán/sản phẩm, mã đơn, hình ảnh, tin nhắn, chứng từ thanh toán nếu có	Trong 01 ngày làm việc kể từ khi nhận đủ thông tin cơ bản	Mã hồ sơ, nhóm vụ việc ban đầu, thông báo đã tiếp nhận
2 - Phân loại	Phân nhóm: đổi trả/hoàn tiền, hàng giả, nguồn gốc, quảng cáo sai, lừa đảo, dữ liệu cá nhân, thanh toán/logistics, ngoài phạm vi	Trong 01 ngày làm việc sau tiếp nhận	Phiếu phân loại, mức độ ưu tiên, đầu mối dự kiến
3 - Chuyển xử lý	Chuyển hồ sơ tới người bán/sản TMĐT/UBND địa phương/Sở Công Thương/cơ quan chuyên ngành theo thẩm quyền	Trong 02 ngày làm việc; chuyển ngay nếu có dấu hiệu lừa đảo, hàng giả nghiêm trọng hoặc nguy cơ sức khỏe	Thông báo chuyển xử lý, thời hạn phản hồi, đơn vị chịu trách nhiệm
4 - Phối hợp xác minh	Yêu cầu bổ sung chứng cứ, đối chiếu hồ sơ người bán/sản phẩm, làm việc với đơn vị vận chuyển/thanh toán, kiểm tra thực tế khi cần	Từ 07-15 ngày làm việc tùy mức độ; vụ việc phức tạp thực hiện theo quy định chuyên ngành	Biên bản/xác nhận kết quả xác minh, đề xuất hướng xử lý
5 - Phản hồi và kết thúc hồ sơ	Thông báo kết quả cho người tiêu dùng, lưu hồ sơ, mã hóa rủi ro, cập nhật dashboard và rút kinh nghiệm quy trình	Trong 03 ngày làm việc sau khi có kết quả xử lý/xác minh	Thông báo kết quả, trạng thái hồ sơ, dữ liệu

Bước	Nội dung xử lý	Thời hạn gợi ý (ưu tiên)	Kết quả đầu ra
			thống kê, kiến nghị cải tiến

Bảng 14: Quy trình tiếp nhận, xử lý phản ánh, khiếu nại của người tiêu dùng.

Bước 1 - Tiếp nhận

Người tiêu dùng gửi phản ánh qua kênh số, tổng đài, UBND xã/phường, ban quản lý chợ hoặc chuyên trang. Hồ sơ tối thiểu gồm thông tin liên hệ, nội dung phản ánh, sản phẩm/người bán, chứng cứ giao dịch, hình ảnh, hóa đơn nếu có.

Nguyên tắc đầu mối: Sở Công Thương hoặc đơn vị chuyên môn được giao là đầu mối tập trung tiếp nhận, cấp mã hồ sơ, phân loại, theo dõi trạng thái và tổng hợp kết quả xử lý phản ánh thuộc phạm vi Đề án. UBND xã/phường, ban quản lý chợ, tổ chuyển đổi số cộng đồng chỉ thực hiện hướng dẫn, tiếp nhận ban đầu, hỗ trợ người dân chuẩn bị chứng cứ và chuyển thông tin đến đầu mối tập trung; không trực tiếp giải quyết tranh chấp TMĐT, không thẩm định chất lượng sản phẩm và không kết luận hành vi vi phạm vượt thẩm quyền.

Phân luồng xử lý: Dấu hiệu hàng giả; hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ chuyển Chi cục Quản lý thị trường; dấu hiệu lừa đảo, tội phạm công nghệ cao, xâm phạm dữ liệu, gian lận thanh toán chuyển Công an Thành phố hoặc đầu mối công an theo thẩm quyền; nội dung thuế, hóa đơn chuyển Thuế Thành phố; nội dung hải quan, hàng hóa xuyên biên giới chuyển Chi cục Hải quan khu vực I; các phản ánh về đổi trả, bảo hành, công khai thông tin và nghĩa vụ người bán được Sở Công Thương điều phối xử lý theo quy định.

Thời hạn dự kiến: Ghi nhận thông tin liên hệ tối thiểu, nội dung phản ánh, người bán/sản phẩm, mã đơn, hình ảnh, tin nhắn, chứng từ thanh toán nếu có: Trong 01 ngày làm việc kể từ khi nhận đủ thông tin cơ bản.

Bước 2 - Phân loại

Đầu mối phân loại theo nhóm: Thông tin sản phẩm; đổi trả/hoàn tiền; hàng giả/hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ; quảng cáo sai; lừa đảo; dữ liệu cá nhân; thanh toán/logistics; vụ việc ngoài phạm vi.

Thời hạn dự kiến: Trong 01 ngày làm việc sau tiếp nhận.

Bước 3 - Chuyển xử lý

Hồ sơ được chuyển đến đơn vị có thẩm quyền: người bán/sàn TMĐT, UBND địa phương, Sở Công Thương, quản lý thị trường, thuế, công an, cơ quan tiêu chuẩn chất lượng hoặc cơ quan khác.

Thời hạn dự kiến: Trong 02 ngày làm việc; chuyển ngay nếu có dấu hiệu lừa đảo, hàng giả nghiêm trọng hoặc nguy cơ sức khỏe.

Bước 4 - Phối hợp xác minh

Cơ quan/đơn vị được giao xử lý kiểm tra thông tin, yêu cầu bổ sung chứng cứ, làm việc với người bán/sàn/đơn vị vận chuyển, xác định hướng xử lý hoặc chuyển cấp có thẩm quyền.

Thời hạn dự kiến: Từ 07-15 ngày làm việc tùy mức độ; vụ việc phức tạp thực hiện theo quy định chuyên ngành.

Đối với các phản ánh có dấu hiệu vi phạm pháp luật về quản lý thuế, thời hạn xử lý và xác minh được thực hiện theo quy định của Luật Quản lý thuế và Luật Thanh tra, không áp dụng thời hạn gợi ý của Đề án này.

Bước 5 - Phản hồi và kết thúc hồ sơ

Kết quả xử lý được phản hồi cho người tiêu dùng; hồ sơ được lưu trữ, thống kê, mã hóa rủi ro và đưa vào báo cáo định kỳ. Vụ việc phức tạp tiếp tục theo dõi đến khi có kết luận cuối cùng.

Thời hạn dự kiến: Trong 03 ngày làm việc sau khi có kết quả xử lý/xác minh; hồ sơ có dấu hiệu vi phạm nghiêm trọng chuyển cơ quan có thẩm quyền ngay sau khi phân loại. Thời hạn cụ thể thực hiện theo quy định pháp luật và quy chế phối hợp được ban hành.

Đối với vụ việc có dấu hiệu khẩn cấp như lừa đảo có tổ chức, hàng hóa nguy cơ ảnh hưởng sức khỏe, lộ lọt dữ liệu cá nhân, khủng hoảng truyền thông hoặc vi phạm pháp luật nghiêm trọng, đầu mối tiếp nhận phải chuyển cơ quan có thẩm quyền ngay sau khi phân loại, đồng thời báo cáo Sở Công Thương để kích hoạt cơ chế phối hợp nhanh.

PHỤ LỤC 4: BỘ TIÊU CHÍ LỰA CHỌN CHỦ THỂ, SẢN PHẨM, GIAN HÀNG/KÊNH BÁN VÀ ĐIỂM BÁN/ĐỊA BÀN THAM GIA MÔ HÌNH

1. Nguyên tắc áp dụng bộ tiêu chí

Bộ tiêu chí được sử dụng để lựa chọn, hỗ trợ, theo dõi và đánh giá chủ thể kinh doanh, sản phẩm/hàng hóa, gian hàng/kênh bán/chuyên mục liên kết và điểm bán/chợ/cụm hộ/địa bàn tham gia mô hình thí điểm. Việc đáp ứng tiêu chí không phải là chứng nhận chất lượng, không phải bảo lãnh của Nhà nước đối với từng giao dịch, không thay thế trách nhiệm pháp lý của tổ chức, cá nhân kinh doanh; đồng thời không làm phát sinh thủ tục hành chính mới ngoài phạm vi Đề án.

Giai đoạn thí điểm chỉ lựa chọn số lượng, chủng loại sản phẩm phù hợp năng lực kiểm soát, ưu tiên OCOP, nông sản/thực phẩm có hồ sơ an toàn, đặc sản địa phương, thủ công mỹ nghệ/làng nghề, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu và nhóm hàng có khả năng truy xuất nguồn gốc. Không đưa vào thí điểm các nhóm hàng có rủi ro cao, hàng hóa kinh doanh có điều kiện hoặc sản phẩm chưa đủ hồ sơ pháp lý, chất lượng, nguồn gốc, thông tin chủ thể kinh doanh và cơ chế giải quyết khiếu nại.

2. Nhóm A - Tiêu chí đối với chủ thể kinh doanh

Bảng dưới đây thể hiện các tiêu chí đối với chủ thể kinh doanh:

Mã	Nhóm tiêu chí	Nội dung đánh giá	Tính chất	Minh chứng tối thiểu
A1	Tư cách pháp lý/định danh	Có đăng ký kinh doanh, mã số thuế hoặc giấy tờ hợp lệ theo quy định; thông tin người đại diện/cá nhân kinh doanh rõ ràng, có đầu mối chịu trách nhiệm. Nghiên cứu đối chiếu VNeID khi được phép.	Bắt buộc	Giấy chứng nhận, mã số thuế, dữ liệu địa phương, cam kết tham gia.
A2	Tuân thủ thuế, hóa đơn, chứng từ	Có phương án thực hiện nghĩa vụ thuế, hóa đơn/chứng từ theo quy định; được hướng dẫn nếu còn thiếu trong giai đoạn hỗ trợ.	Bắt buộc/tru tiên	Thông tin eTax/hóa đơn điện tử, cam kết tuân thủ.
A3	Công khai thông tin	Công khai tối thiểu tên chủ thể, địa chỉ/đầu mối liên hệ, chính sách bán	Bắt buộc	Ảnh chụp kênh bán, mẫu công khai, đường dẫn.

Mã	Nhóm tiêu chí	Nội dung đánh giá	Tính chất	Minh chứng tối thiểu
	kinh doanh	hàng, đổi trả, bảo hành, phương thức phản ánh.		
A4	Lịch sử tuân thủ và phản ánh	Không có vi phạm nghiêm trọng đang xử lý; nếu đã vi phạm phải có tài liệu khắc phục và cam kết không tái diễn.	Bắt buộc/ưu tiên	Biên bản xử lý nếu có, xác nhận khắc phục, dữ liệu phản ánh.
A5	Khả năng phối hợp	Cam kết phối hợp cung cấp thông tin, chứng từ, xử lý phản ánh và chịu trách nhiệm về nội dung quảng cáo, chất lượng hàng hóa.	Bắt buộc	Bản cam kết, đầu mối liên hệ, quy trình phối hợp.

Bảng 15: Nhóm A - Tiêu chí đối với chủ thể kinh doanh.

3. Nhóm B - Tiêu chí đối với sản phẩm/hàng hóa

Bảng dưới đây thể hiện các tiêu chí đối với sản phẩm/hàng hóa.

Mã	Nhóm tiêu chí	Nội dung đánh giá	Tính chất	Minh chứng tối thiểu
B1	Nguồn gốc, xuất xứ	Có hồ sơ nguồn gốc, xuất xứ, lô hàng, cơ sở sản xuất/cung ứng phù hợp; không thuộc nhóm hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ hoặc hàng hóa đang bị cảnh báo/xử lý.	Bắt buộc	Hồ sơ nguồn gốc, hóa đơn/chứng từ, hồ sơ vùng sản xuất/cơ sở sản xuất.
B2	Chất lượng, an toàn, điều kiện kinh doanh	Có hồ sơ chất lượng, ATTP, tiêu chuẩn, quy chuẩn, chứng nhận, tự công bố hoặc hồ sơ tương đương đối với nhóm hàng có yêu cầu.	Bắt buộc theo nhóm hàng	Giấy chứng nhận, hồ sơ tự công bố, phiếu kiểm nghiệm, chứng nhận OCOP nếu có.

Mã	Nhóm tiêu chí	Nội dung đánh giá	Tính chất	Minh chứng tối thiểu
B3	Nhãn hàng hóa và thông tin sản phẩm	Thông tin nhãn, mô tả, hình ảnh, công dụng, giá bán, chính sách đổi trả không gây nhầm lẫn, không quảng cáo vượt quá hồ sơ pháp lý/chất lượng.	Bắt buộc	Ảnh nhãn, mô tả sản phẩm, đường dẫn gian hàng.
B4	Truy xuất nguồn gốc/mã nhận diện	Có mã QR/mã vạch/mã định danh hoặc đường dẫn thông tin phù hợp; ưu tiên sản phẩm OCOP, làng nghề, đặc sản và nhóm hàng có chuỗi cung ứng rõ.	Ưu tiên/bắt buộc theo nhóm thí điểm	Tem/mã QR, hệ thống truy xuất, hồ sơ sản phẩm.
B5	Rủi ro pháp lý và sở hữu trí tuệ	Không có dấu hiệu hàng giả, hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ, hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, hàng nhập lậu hoặc gian lận thương mại.	Bắt buộc	Kết quả rà soát, cam kết, dữ liệu phối hợp từ cơ quan chuyên ngành nếu có.

Bảng 16: Nhóm B - Tiêu chí đối với sản phẩm/hàng hóa.

4. Nhóm C - Tiêu chí đối với gian hàng/kênh bán/chuyên mục liên kết

Bảng dưới đây thể hiện các tiêu chí đối với gian hàng/kênh bán/chuyên mục liên kết.

Mã	Nhóm tiêu chí	Nội dung đánh giá	Tính chất	Minh chứng tối thiểu
C1	Kênh bán hợp lệ, xác định được chủ thể	Gian hàng/kênh bán/chuyên mục có đường dẫn rõ ràng, gắn với chủ thể kinh doanh đã được rà soát.	Bắt buộc	URL, tài khoản nền tảng, ảnh chụp giao diện.

Mã	Nhóm tiêu chí	Nội dung đánh giá	Tính chất	Minh chứng tối thiểu
C2	Công khai chính sách giao dịch	Có thông tin giá, phí giao hàng, đổi trả, bảo hành, khiếu nại, chứng từ và đầu mối liên hệ.	Bắt buộc	Ảnh chụp chính sách, đường dẫn.
C3	Nội dung số và quảng cáo	Nội dung giới thiệu sản phẩm không gây nhầm lẫn, không sử dụng hình ảnh/nhãn hiệu/tuyên bố vượt quá phạm vi hồ sơ được cung cấp.	Bắt buộc	Bài đăng, video, livestream, mô tả sản phẩm.
C4	Liên kết phản ánh và hỗ trợ người tiêu dùng	Có kênh tiếp nhận phản ánh hoặc đường dẫn về đầu mối tiếp nhận của Đề án; có khả năng lưu vết xử lý.	Bắt buộc	Mã QR phản ánh, biểu mẫu, đầu mối xử lý.
C5	Khả năng cập nhật dữ liệu	Có đầu mối cập nhật sản phẩm, trạng thái hiển thị, phản ánh, khắc phục sai sót và phối hợp cung cấp dữ liệu tổng hợp theo quy định.	Ưu tiên	Tài khoản quản trị, mẫu báo cáo, đầu mối kỹ thuật.

Bảng 17: Nhóm C - Tiêu chí đối với gian hàng/kênh bán/chuyên mục liên kết.

5. Nhóm D - Tiêu chí đối với điểm bán/chợ/cụm hộ/địa bàn thí điểm

Bảng dưới đây thể hiện các Tiêu chí đối với điểm bán/chợ/cụm hộ/địa bàn thí điểm.

Mã	Nhóm tiêu chí	Nội dung đánh giá	Tính chất	Minh chứng tối thiểu
D1	Đầu mối địa phương và tổ chức phối hợp	Có đầu mối UBND xã/phường, ban quản lý chợ/điểm bán hoặc tổ chuyên đổi số cộng đồng phối hợp.	Bắt buộc	Văn bản cử đầu mối, danh sách liên hệ.

Mã	Nhóm tiêu chí	Nội dung đánh giá	Tính chất	Minh chứng tối thiểu
D2	Hạ tầng số tối thiểu	Có internet/wifi hoặc điều kiện kết nối; có khả năng triển khai mã QR, điểm hỗ trợ, truyền thông tại điểm bán.	Bắt buộc/ưu tiên	Khảo sát hạ tầng, ảnh điểm bán, phương án bố trí.
D3	Dữ liệu nền và nhóm chủ thể sẵn sàng	Có danh sách hộ kinh doanh/chủ thể/sản phẩm ban đầu; có nhóm tham gia thí điểm với mức độ sẵn sàng phù hợp.	Bắt buộc	Dữ liệu khảo sát địa phương, danh mục chủ thể/sản phẩm.
D4	Khả năng truyền thông cộng đồng	Có kênh truyền thông cơ sở, nhóm Zalo cộng đồng, loa truyền thanh, tổ chức đoàn thể hoặc điểm tiếp dân để hướng dẫn người dân.	Ưu tiên	Danh mục kênh truyền thông, kế hoạch truyền thông.
D5	Khả năng kiểm soát rủi ro	Có phương án phân luồng phản ánh, chuyển cơ quan có thẩm quyền đối với dấu hiệu vi phạm, không giao địa phương xử lý vượt thẩm quyền.	Bắt buộc	Quy trình phối hợp, đầu mối xử lý, mẫu chuyển thông tin.

Bảng 18: Nhóm D - Tiêu chí đối với điểm bán/chợ/cụm hộ/địa bàn thí điểm.

6. Ngưỡng tham gia, cơ chế rà soát, tạm dừng, khắc phục và đưa ra khỏi phạm vi thí điểm

Điều kiện tối thiểu để tham gia thí điểm: đáp ứng đầy đủ các tiêu chí bắt buộc tương ứng với nhóm chủ thể, sản phẩm, gian hàng/kênh bán hoặc điểm bán/địa bàn.

Tiêu chí ưu tiên dùng để lựa chọn thứ tự triển khai, không dùng để tạo xếp hạng cạnh tranh công khai giữa các chủ thể kinh doanh.

Trường hợp chưa đáp ứng tiêu chí nhưng có khả năng khắc phục, Đề án chuyển sang nhóm “**hỗ trợ hoàn thiện hồ sơ, dữ liệu, kỹ năng và quy trình**” thay vì loại bỏ ngay.

Trường hợp phát hiện dấu hiệu vi phạm pháp luật hoặc phản ánh có căn cứ, đầu mối Đề án tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình, yêu cầu khắc phục hoặc chuyển cơ quan có thẩm quyền xử lý theo quy định.

Việc công khai danh mục chủ thể/gian hàng/sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch phải kèm tuyên bố giới hạn trách nhiệm: Không phải chứng nhận chất lượng, không phải bảo lãnh giao dịch, không thay thế trách nhiệm pháp lý của tổ chức, cá nhân kinh doanh.

Giai đoạn thí điểm chỉ lựa chọn số lượng, chủng loại sản phẩm phù hợp năng lực kiểm soát, ưu tiên OCOP, nông sản/thực phẩm có hồ sơ an toàn, đặc sản địa phương, thủ công mỹ nghệ/làng nghề, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu và nhóm hàng có khả năng truy xuất nguồn gốc. Không đưa vào thí điểm các nhóm hàng có rủi ro cao, hàng hóa kinh doanh có điều kiện hoặc sản phẩm chưa đủ hồ sơ pháp lý, chất lượng, nguồn gốc, thông tin người bán và cơ chế giải quyết khiếu nại.

Bộ tiêu chí được xây dựng theo nguyên tắc vừa hỗ trợ phát triển thị trường, vừa bảo đảm kiểm soát rủi ro. Các tiêu chí đánh giá không nhằm tạo thêm thủ tục hành chính, mà là công cụ sàng lọc để xác định chủ thể/sản phẩm đủ điều kiện tham gia mô hình, đồng thời chỉ ra nội dung cần hỗ trợ trước khi đưa vào vận hành.

Việc tích hợp VNeID hoặc dữ liệu định danh điện tử chỉ được xem xét như định hướng nghiên cứu, thực hiện thận trọng theo Đề án 06 và pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân, an ninh, an toàn hệ thống; chỉ triển khai khi có mục đích rõ ràng, có căn cứ pháp lý, có phương án kỹ thuật được cơ quan có thẩm quyền kiểm tra/phê duyệt, có phân quyền, không lưu trữ dữ liệu định danh vượt phạm vi được phép và không giao cấp xã/phường chủ trì đối chiếu, xác thực dữ liệu định danh.

PHỤ LỤC 5: KHUNG TỔNG HỢP KẾT QUẢ KHẢO SÁT ĐỊA PHƯƠNG PHỤC VỤ TRIỂN KHAI ĐỀ ÁN

Phụ lục này dùng để chuyển kết quả khảo sát UBND xã/phường thành quyết định triển khai cụ thể. Trọng tâm không phải mô tả số liệu, mà là xác định địa bàn nào triển khai trước, địa bàn nào cần hỗ trợ bổ sung và mỗi địa bàn phù hợp với mô hình nào.

Nhóm dữ liệu chuyên ngành cần đối chiếu: Số phản ánh/ khiếu nại liên quan hàng hóa và giao dịch online; số vụ kiểm tra, xử lý vi phạm về hàng giả; hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, quảng cáo sai sự thật, gian lận thương mại; nhóm hàng/địa bàn/chủ thể có rủi ro cao; dữ liệu được cung cấp bởi Chi cục Quản lý thị trường thành phố Hà Nội, Công an Thành phố, Thuế Thành phố, cơ quan chuyên ngành và UBND xã/phường theo thẩm quyền. Nhóm dữ liệu này được sử dụng để chấm điểm rủi ro, ưu tiên kiểm tra, lựa chọn sản phẩm đưa vào thí điểm và xây dựng cảnh báo sớm.

Bước	Nội dung xử lý	Sản phẩm đầu ra	Cách sử dụng trong Đề án
1	Kiểm tra tính đầy đủ của phiếu khảo sát, thông tin liên hệ và đầu mối phụ trách	Danh sách phiếu hợp lệ/phiếu cần bổ sung	Bảo đảm dữ liệu đầu vào đủ tin cậy trước khi chấm điểm
2	Mã hóa câu trả lời theo nhóm A-K; chuyển lựa chọn checkbox thành điểm số hoặc biến định tính	Bảng dữ liệu chuẩn hóa	Tạo cơ sở so sánh giữa các xã/phường
3	Đối chiếu dữ liệu địa phương với dữ liệu quản lý hiện có: hộ kinh doanh, chợ, OCOP, phản ánh, thuế, hóa đơn	Bảng đối chiếu và ghi chú sai lệch	Xác định dữ liệu nào cần xác minh trước khi triển khai
4	Chấm điểm sẵn sàng theo 05 nhóm: đầu mối, dữ liệu, hạ tầng, chủ thể, rủi ro	Thang điểm địa bàn	Lựa chọn địa bàn thí điểm và địa bàn chuẩn bị
5	Ghép địa bàn với kịch bản phù hợp: chợ số, OCOP/làng nghề, điểm hỗ trợ, dashboard, chủ thể kinh doanh đạt tiêu chí minh bạch	Bản đồ kịch bản thí điểm	Tránh áp dụng một kịch bản giống nhau cho mọi địa bàn

Bước	Nội dung xử lý	Sản phẩm đầu ra	Cách sử dụng trong Đề án
6	Xác định gói hỗ trợ: đào tạo, truy xuất, thanh toán, định danh, truyền thông, logistics, xử lý phản ánh	Danh mục nhiệm vụ địa bàn	Chuyển kết quả khảo sát thành kế hoạch hành động
7	Tổng hợp rủi ro và điều kiện tiên quyết	Danh sách vấn đề phải xử lý trước khi vận hành	Giảm rủi ro triển khai hình thức hoặc phát sinh khủng hoảng
8	Báo cáo đề xuất lựa chọn điểm thí điểm	Báo cáo ngăn trình lãnh đạo Sở/Thành phố	Làm căn cứ ra quyết định và phân bổ nguồn lực

Bảng 19: Quy trình xử lý kết quả khảo sát địa phương phục vụ triển khai Đề án.

Đề xuất phân nhóm địa bàn:

– **Nhóm 1 - Sẵn sàng cao:** có đầu mối rõ, dữ liệu tương đối đầy đủ, có chợ/điểm bán hoặc sản phẩm chủ lực, có kinh nghiệm thanh toán số/chợ 4.0, sẵn sàng cung cấp dữ liệu tổng hợp. Nhóm này triển khai ngay trong 6 tháng đầu.

– **Nhóm 2 - Sẵn sàng có điều kiện:** có đối tượng và nhu cầu rõ nhưng thiếu một trong các điều kiện về dữ liệu, hạ tầng, truyền thông hoặc quy trình phản ánh. Nhóm này cần gói hỗ trợ ngăn trước khi vận hành.

– **Nhóm 3 - Cần hỗ trợ nền tảng:** có tiềm năng nhưng dữ liệu phân tán, đầu mối chưa rõ, chủ thể còn e ngại hoặc hạ tầng chưa đồng đều. Nhóm này đưa vào lộ trình chuẩn bị và đào tạo.

– **Nhóm 4 - Chưa phù hợp thí điểm ngay:** thiếu dữ liệu, thiếu đầu mối, chưa có điểm bán/sản phẩm rõ hoặc rủi ro tuân thủ cao. Nhóm này chưa loại bỏ, nhưng cần củng cố điều kiện trước khi nhân rộng.

Nội dung khảo sát

Phụ lục này chuyển cấu trúc phiếu khảo sát thành khung phân tích phục vụ lựa chọn địa bàn và thiết kế nhiệm vụ. Mỗi câu hỏi trong phiếu cần được mã hóa thành chỉ số, có quy tắc kiểm tra logic và có phương án xử lý dữ liệu thiếu.

Mã nhóm	Nội dung	Chỉ số phân tích	Nguồn kiểm chứng
A	Thông tin nhận diện địa bàn và đầu mối triển khai	Chỉ số sẵn sàng, chỉ số rủi ro, nhu cầu hỗ trợ, mức độ ưu tiên	Dữ liệu phiếu khảo sát, tài liệu kèm theo, xác minh với đầu mối địa phương
B	Dữ liệu nền về chủ thể kinh doanh, điểm bán và ngành hàng	Chỉ số sẵn sàng, chỉ số rủi ro, nhu cầu hỗ trợ, mức độ ưu tiên	Dữ liệu phiếu khảo sát, tài liệu kèm theo, xác minh với đầu mối địa phương
C	Hiện trạng bán hàng số và tiêu dùng số	Chỉ số sẵn sàng, chỉ số rủi ro, nhu cầu hỗ trợ, mức độ ưu tiên	Dữ liệu phiếu khảo sát, tài liệu kèm theo, xác minh với đầu mối địa phương
D	Hạ tầng số, thanh toán số và điểm bán trực tiếp	Chỉ số sẵn sàng, chỉ số rủi ro, nhu cầu hỗ trợ, mức độ ưu tiên	Dữ liệu phiếu khảo sát, tài liệu kèm theo, xác minh với đầu mối địa phương
E	Tuân thủ pháp lý: thuế, hóa đơn, định danh, công khai thông tin	Chỉ số sẵn sàng, chỉ số rủi ro, nhu cầu hỗ trợ, mức độ ưu tiên	Dữ liệu phiếu khảo sát, tài liệu kèm theo, xác minh với đầu mối địa phương
F	Bảo trợ TMĐT, truy xuất nguồn gốc và bảo vệ người tiêu dùng	Chỉ số sẵn sàng, chỉ số rủi ro, nhu cầu hỗ trợ, mức độ ưu tiên	Dữ liệu phiếu khảo sát, tài liệu kèm theo, xác minh với đầu mối địa phương
G	Logistics, giao nhận và hỗ trợ vận hành TMĐT	Chỉ số sẵn sàng, chỉ số rủi ro, nhu cầu hỗ trợ, mức độ ưu tiên	Dữ liệu phiếu khảo sát, tài liệu kèm theo, xác minh với đầu mối địa phương
H	Hoạt động hỗ trợ đã triển khai, phối hợp và truyền thông cộng đồng	Chỉ số sẵn sàng, chỉ số rủi ro, nhu cầu hỗ trợ, mức độ ưu tiên	Dữ liệu phiếu khảo sát, tài liệu kèm theo, xác minh với đầu mối địa phương
I	Nhu cầu, mức độ sẵn sàng và đề xuất thí điểm	Chỉ số sẵn sàng, chỉ số rủi ro, nhu cầu hỗ trợ, mức độ ưu tiên	Dữ liệu phiếu khảo sát, tài liệu kèm theo, xác minh với đầu mối địa phương

Mã nhóm	Nội dung	Chỉ số phân tích	Nguồn kiểm chứng
K	Kiến nghị và đề xuất	Chỉ số sẵn sàng, chỉ số rủi ro, nhu cầu hỗ trợ, mức độ ưu tiên	Dữ liệu phiếu khảo sát, tài liệu kèm theo, xác minh với đầu mối địa phương

Bảng 20: Khung phân tích dữ liệu khảo sát địa phương.

Mẫu phân tích nhóm A

Đối với nhóm A - Thông tin nhận diện địa bàn và đầu mối triển khai, dữ liệu cần được kiểm tra theo 05 tiêu chí: tính đầy đủ, tính cập nhật, tính nhất quán, khả năng kiểm chứng và khả năng chuyển hóa thành nhiệm vụ. Nếu câu trả lời là “không rõ” hoặc “không có số liệu”, không nên loại địa bàn ngay, mà cần xác định đây là nhu cầu hỗ trợ dữ liệu nền trong giai đoạn đầu.

Cách chấm điểm đề xuất: 0 điểm nếu chưa có thông tin hoặc chưa sẵn sàng; 1 điểm nếu có dữ liệu giấy hoặc hoạt động rời rạc; 2 điểm nếu có dữ liệu một phần và có đầu mối; 3 điểm nếu có dữ liệu số, đầu mối rõ và cam kết phối hợp; 4 điểm nếu có mô hình đã triển khai và có thể nhân rộng. Điểm tổng hợp giúp chọn địa bàn không chỉ theo quy mô, mà theo năng lực thực thi.

Mẫu phân tích nhóm B

Đối với nhóm B - Dữ liệu nền về chủ thể kinh doanh, điểm bán và ngành hàng, dữ liệu cần được kiểm tra theo 05 tiêu chí: tính đầy đủ, tính cập nhật, tính nhất quán, khả năng kiểm chứng và khả năng chuyển hóa thành nhiệm vụ. Nếu câu trả lời là “không rõ” hoặc “không có số liệu”, không nên loại địa bàn ngay, mà cần xác định đây là nhu cầu hỗ trợ dữ liệu nền trong giai đoạn đầu.

Cách chấm điểm đề xuất: 0 điểm nếu chưa có thông tin hoặc chưa sẵn sàng; 1 điểm nếu có dữ liệu giấy hoặc hoạt động rời rạc; 2 điểm nếu có dữ liệu một phần và có đầu mối; 3 điểm nếu có dữ liệu số, đầu mối rõ và cam kết phối hợp; 4 điểm nếu có mô hình đã triển khai và có thể nhân rộng. Điểm tổng hợp giúp chọn địa bàn không chỉ theo quy mô, mà theo năng lực thực thi.

Mẫu phân tích nhóm C

Đối với nhóm C - Hiện trạng bán hàng số và tiêu dùng số, dữ liệu cần được kiểm tra theo 05 tiêu chí: tính đầy đủ, tính cập nhật, tính nhất quán, khả năng kiểm chứng và khả năng chuyển hóa thành nhiệm vụ. Nếu câu trả lời là “không rõ” hoặc “không có số

liệu”, không nên loại địa bàn ngay, mà cần xác định đây là nhu cầu hỗ trợ dữ liệu nền trong giai đoạn đầu.

Cách chấm điểm đề xuất: 0 điểm nếu chưa có thông tin hoặc chưa sẵn sàng; 1 điểm nếu có dữ liệu giấy hoặc hoạt động rời rạc; 2 điểm nếu có dữ liệu một phần và có đầu mối; 3 điểm nếu có dữ liệu số, đầu mối rõ và cam kết phối hợp; 4 điểm nếu có mô hình đã triển khai và có thể nhân rộng. Điểm tổng hợp giúp chọn địa bàn không chỉ theo quy mô, mà theo năng lực thực thi.

Mẫu phân tích nhóm D

Đối với nhóm D - Hạ tầng số, thanh toán số và điểm bán trực tiếp, dữ liệu cần được kiểm tra theo 05 tiêu chí: tính đầy đủ, tính cập nhật, tính nhất quán, khả năng kiểm chứng và khả năng chuyển hóa thành nhiệm vụ. Nếu câu trả lời là “không rõ” hoặc “không có số liệu”, không nên loại địa bàn ngay, mà cần xác định đây là nhu cầu hỗ trợ dữ liệu nền trong giai đoạn đầu.

Cách chấm điểm đề xuất: 0 điểm nếu chưa có thông tin hoặc chưa sẵn sàng; 1 điểm nếu có dữ liệu giấy hoặc hoạt động rời rạc; 2 điểm nếu có dữ liệu một phần và có đầu mối; 3 điểm nếu có dữ liệu số, đầu mối rõ và cam kết phối hợp; 4 điểm nếu có mô hình đã triển khai và có thể nhân rộng. Điểm tổng hợp giúp chọn địa bàn không chỉ theo quy mô, mà theo năng lực thực thi.

Mẫu phân tích nhóm E

Đối với nhóm E - Tuân thủ pháp lý: thuế, hóa đơn, định danh, công khai thông tin, dữ liệu cần được kiểm tra theo 05 tiêu chí: tính đầy đủ, tính cập nhật, tính nhất quán, khả năng kiểm chứng và khả năng chuyển hóa thành nhiệm vụ. Nếu câu trả lời là “không rõ” hoặc “không có số liệu”, không nên loại địa bàn ngay, mà cần xác định đây là nhu cầu hỗ trợ dữ liệu nền trong giai đoạn đầu.

Cách chấm điểm đề xuất: 0 điểm nếu chưa có thông tin hoặc chưa sẵn sàng; 1 điểm nếu có dữ liệu giấy hoặc hoạt động rời rạc; 2 điểm nếu có dữ liệu một phần và có đầu mối; 3 điểm nếu có dữ liệu số, đầu mối rõ và cam kết phối hợp; 4 điểm nếu có mô hình đã triển khai và có thể nhân rộng. Điểm tổng hợp giúp chọn địa bàn không chỉ theo quy mô, mà theo năng lực thực thi.

Mẫu phân tích nhóm F

Đối với nhóm F - Bảo trợ TMDT, truy xuất nguồn gốc và bảo vệ người tiêu dùng, dữ liệu cần được kiểm tra theo 05 tiêu chí: tính đầy đủ, tính cập nhật, tính nhất quán, khả năng kiểm chứng và khả năng chuyển hóa thành nhiệm vụ. Nếu câu trả lời là

“không rõ” hoặc “không có số liệu”, không nên loại địa bàn ngay, mà cần xác định đây là nhu cầu hỗ trợ dữ liệu nền trong giai đoạn đầu.

Cách chấm điểm đề xuất: 0 điểm nếu chưa có thông tin hoặc chưa sẵn sàng; 1 điểm nếu có dữ liệu giấy hoặc hoạt động rời rạc; 2 điểm nếu có dữ liệu một phần và có đầu mối; 3 điểm nếu có dữ liệu số, đầu mối rõ và cam kết phối hợp; 4 điểm nếu có mô hình đã triển khai và có thể nhân rộng. Điểm tổng hợp giúp chọn địa bàn không chỉ theo quy mô, mà theo năng lực thực thi.

Mẫu phân tích nhóm G

Đối với nhóm G - Logistics, giao nhận và hỗ trợ vận hành TMĐT, dữ liệu cần được kiểm tra theo 05 tiêu chí: tính đầy đủ, tính cập nhật, tính nhất quán, khả năng kiểm chứng và khả năng chuyển hóa thành nhiệm vụ. Nếu câu trả lời là “không rõ” hoặc “không có số liệu”, không nên loại địa bàn ngay, mà cần xác định đây là nhu cầu hỗ trợ dữ liệu nền trong giai đoạn đầu.

Cách chấm điểm đề xuất: 0 điểm nếu chưa có thông tin hoặc chưa sẵn sàng; 1 điểm nếu có dữ liệu giấy hoặc hoạt động rời rạc; 2 điểm nếu có dữ liệu một phần và có đầu mối; 3 điểm nếu có dữ liệu số, đầu mối rõ và cam kết phối hợp; 4 điểm nếu có mô hình đã triển khai và có thể nhân rộng. Điểm tổng hợp giúp chọn địa bàn không chỉ theo quy mô, mà theo năng lực thực thi.

Mẫu phân tích nhóm H

Đối với nhóm H - Hoạt động hỗ trợ đã triển khai, phối hợp và truyền thông cộng đồng, dữ liệu cần được kiểm tra theo 05 tiêu chí: tính đầy đủ, tính cập nhật, tính nhất quán, khả năng kiểm chứng và khả năng chuyển hóa thành nhiệm vụ. Nếu câu trả lời là “không rõ” hoặc “không có số liệu”, không nên loại địa bàn ngay, mà cần xác định đây là nhu cầu hỗ trợ dữ liệu nền trong giai đoạn đầu.

Cách chấm điểm đề xuất: 0 điểm nếu chưa có thông tin hoặc chưa sẵn sàng; 1 điểm nếu có dữ liệu giấy hoặc hoạt động rời rạc; 2 điểm nếu có dữ liệu một phần và có đầu mối; 3 điểm nếu có dữ liệu số, đầu mối rõ và cam kết phối hợp; 4 điểm nếu có mô hình đã triển khai và có thể nhân rộng. Điểm tổng hợp giúp chọn địa bàn không chỉ theo quy mô, mà theo năng lực thực thi.

Mẫu phân tích nhóm I

Đối với nhóm I - Nhu cầu, mức độ sẵn sàng và đề xuất thí điểm, dữ liệu cần được kiểm tra theo 05 tiêu chí: tính đầy đủ, tính cập nhật, tính nhất quán, khả năng kiểm chứng và khả năng chuyển hóa thành nhiệm vụ. Nếu câu trả lời là “không rõ” hoặc

“không có số liệu”, không nên loại địa bàn ngay, mà cần xác định đây là nhu cầu hỗ trợ dữ liệu nền trong giai đoạn đầu.

Cách chấm điểm đề xuất: 0 điểm nếu chưa có thông tin hoặc chưa sẵn sàng; 1 điểm nếu có dữ liệu giấy hoặc hoạt động rời rạc; 2 điểm nếu có dữ liệu một phần và có đầu mối; 3 điểm nếu có dữ liệu số, đầu mối rõ và cam kết phối hợp; 4 điểm nếu có mô hình đã triển khai và có thể nhân rộng. Điểm tổng hợp giúp chọn địa bàn không chỉ theo quy mô, mà theo năng lực thực thi.

Mẫu phân tích nhóm K

Đối với nhóm K - Kiến nghị và đề xuất, dữ liệu cần được kiểm tra theo 05 tiêu chí: tính đầy đủ, tính cập nhật, tính nhất quán, khả năng kiểm chứng và khả năng chuyển hóa thành nhiệm vụ. Nếu câu trả lời là “không rõ” hoặc “không có số liệu”, không nên loại địa bàn ngay, mà cần xác định đây là nhu cầu hỗ trợ dữ liệu nền trong giai đoạn đầu.

Cách chấm điểm đề xuất: 0 điểm nếu chưa có thông tin hoặc chưa sẵn sàng; 1 điểm nếu có dữ liệu giấy hoặc hoạt động rời rạc; 2 điểm nếu có dữ liệu một phần và có đầu mối; 3 điểm nếu có dữ liệu số, đầu mối rõ và cam kết phối hợp; 4 điểm nếu có mô hình đã triển khai và có thể nhân rộng. Điểm tổng hợp giúp chọn địa bàn không chỉ theo quy mô, mà theo năng lực thực thi.

PHỤ LỤC 6: DANH MỤC DỮ LIỆU TỐI THIỂU, DASHBOARD VÀ ỨNG DỤNG AI CÓ KIỂM SOÁT

Dữ liệu của Đề án được thiết kế theo nguyên tắc đủ dùng, đúng mục đích, có phân quyền và ưu tiên dữ liệu tổng hợp/ẩn danh. Dashboard không thay thế báo cáo quản lý nhà nước, mà giúp lãnh đạo theo dõi tiến độ, phát hiện điểm nghẽn, cảnh báo rủi ro và ra quyết định kịp thời.

STT	Trường dữ liệu	Nguồn cập nhật	Chu kỳ	Mục đích sử dụng
1	Mã địa bàn, loại địa bàn, đầu mối phụ trách	UBND xã/phường	Quý	Phân nhóm địa bàn và giao trách nhiệm
2	Số chủ thể kinh doanh, chợ/điểm bán, OCOP/làng nghề	UBND xã/phường, cơ sở dữ liệu chuyên ngành	Quý	Xác định quy mô và đối tượng hỗ trợ
3	Kênh bán số, tỷ lệ thanh toán số, nhu cầu logistics	Khảo sát địa phương, doanh nghiệp đồng hành	Quý	Thiết kế mô hình can thiệp
4	Hồ sơ chủ thể tham gia mô hình	Chủ thể, UBND xã/phường, Sở Công Thương	Khi thay đổi	Rà soát pháp lý, định danh, công khai thông tin
5	Hồ sơ sản phẩm, chứng nhận, truy xuất	Chủ thể, cơ quan chuyên ngành, đơn vị truy xuất	Khi thay đổi	Công khai thông tin và kiểm soát chất lượng
6	Phản ánh/khiếu nại, trạng thái xử lý, thời hạn phản hồi	Kênh phản ánh, Sở Công Thương, địa phương	Theo vụ việc	Bảo vệ người tiêu dùng và cảnh báo rủi ro
7	Kết quả đào tạo, truyền thông, hỗ trợ kỹ thuật	Đơn vị tổ chức, địa phương	Tháng/quý	Đánh giá năng lực và nhu cầu hỗ trợ tiếp theo

STT	Trường dữ liệu	Nguồn cập nhật	Chu kỳ	Mục đích sử dụng
8	Dữ liệu cảnh báo rủi ro tổng hợp	Dashboard, cơ quan phối hợp, nền tảng	Tháng/quý/đợt xuất	Phát hiện lặp lại, ưu tiên kiểm tra, truyền thông cảnh báo

Bảng 21: Danh mục dữ liệu tối thiểu phục vụ dashboard và quản trị Đề án.

Lớp 1 - Dashboard tổng quan Thành phố: Hiển thị KPI cấp Thành phố, tiến độ nhiệm vụ, số địa bàn tham gia, số chủ thể/sản phẩm, số phản ánh, tỷ lệ xử lý đúng hạn và các cảnh báo đỏ/vàng/xanh. Lớp này phục vụ lãnh đạo Sở và UBND Thành phố.

Lớp 2 - Dashboard địa bàn: Theo dõi từng xã/phường về dữ liệu nền, điểm bán, đầu mối, mô hình triển khai, số lớp tập huấn, số phản ánh và điều kiện nhân rộng. Lớp này phục vụ điều hành cấp cơ sở.

Lớp 3 - Dashboard chủ thể/sản phẩm: Hiển thị tình trạng hồ sơ pháp lý, định danh, truy xuất, chứng nhận, thanh toán, khiếu nại và lịch sử cập nhật. Lớp này giúp rà soát trước khi công khai hoặc duy trì nhận diện tham gia mô hình.

Lớp 4 - Dashboard phản ánh và rủi ro: Phân nhóm vụ việc theo hàng giả, quảng cáo sai, lừa đảo, đổi trả, dữ liệu cá nhân, thanh toán, logistics; theo dõi thời hạn xử lý và vụ việc lặp lại. Lớp này là cơ sở cho cảnh báo sớm.

Lớp 5 - Dashboard đào tạo, truyền thông và xã hội hóa: Theo dõi lớp tập huấn, số người tham dự, chủ đề được quan tâm, hiệu quả truyền thông, đóng góp doanh nghiệp và mức độ hài lòng của địa phương/chủ thể.

Ứng dụng AI được nghiên cứu theo hướng hỗ trợ nghiệp vụ: Tự động gợi ý phân loại hồ sơ phản ánh, phát hiện từ khóa rủi ro, gom nhóm vụ việc tương tự, cảnh báo sự gia tăng bất thường của một sản phẩm/chủ thể/địa bàn. Kết quả AI không phải kết luận pháp lý, luôn cần cán bộ có thẩm quyền kiểm tra trước khi chuyển xử lý hoặc công khai.

PHỤ LỤC 7: KHUNG ĐÀO TẠO, TẬP HUẤN CHO CHỦ THỂ THAM GIA MÔ HÌNH

Khung đào tạo được thiết kế theo nguyên tắc “học để làm được việc ngay”, mỗi mô-đun có một vấn đề nghiệp vụ riêng, một bài thực hành riêng và một sản phẩm đầu ra riêng. Nội dung tập huấn không triển khai theo kiểu phổ biến chung, mà bám vào các tình huống cụ thể của chợ, hộ kinh doanh, OCOP, làng nghề và cán bộ xã/phường trên địa bàn Hà Nội.

Cấu trúc đào tạo gồm 10 mô-đun, có thể tổ chức độc lập hoặc ghép thành khóa 02-04 ngày tùy nhóm học viên. Với cán bộ địa phương, ưu tiên mô-đun về dữ liệu, phản ánh, quy trình phối hợp. Với chủ thể kinh doanh, ưu tiên pháp lý, sản phẩm, gian hàng, thanh toán, logistics và bảo vệ người tiêu dùng.

Mô-đun	Trọng tâm	Người học chính	Sản phẩm bắt buộc
1	Nhận thức đúng về mô hình tiêu dùng số và bảo trợ TMDT	Cán bộ, chủ thể, doanh nghiệp đồng hành	Sơ đồ vai trò - trách nhiệm của đơn vị tham gia
2	Định danh, pháp lý, thuế, tài khoản giao dịch và VNeID	Hộ kinh doanh, cá nhân bán hàng, cán bộ địa phương	Checklist hồ sơ pháp lý/định danh cần hoàn thiện
3	Hồ sơ sản phẩm, chứng nhận, truy xuất nguồn gốc	OCOP, làng nghề, cơ sở sản xuất	01 bộ hồ sơ sản phẩm mẫu đủ điều kiện công khai
4	Gian hàng số, đơn hàng, tồn kho, chăm sóc khách	Người bán, hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ	Quy trình vận hành gian hàng 07 bước
5	Thanh toán số, đối soát, hoàn tiền, phòng lừa đảo	Tiểu thương, hộ kinh doanh, cán bộ hỗ trợ	Mẫu quy trình xác nhận giao dịch an toàn
6	Livestream, quảng cáo và nội dung số đúng quy định	Người bán online, OCOP, đơn vị truyền thông	Kịch bản nội dung bán hàng không vi phạm

Mô-đun	Trọng tâm	Người học chính	Sản phẩm bắt buộc
7	Bảo vệ người tiêu dùng và xử lý khiếu nại	Cán bộ tiếp nhận, người bán, ban quản lý chợ	Mẫu phiếu tiếp nhận và sơ đồ xử lý 05 bước
8	Bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch số	Cán bộ, doanh nghiệp nền tảng, người bán	Bản cam kết và danh mục dữ liệu tối thiểu
9	Logistics, đóng gói, điểm gom, hoàn hàng	Người bán thực phẩm, hàng dễ vỡ, làng nghề	Mẫu hướng dẫn đóng gói theo nhóm hàng
10	Báo cáo KPI, dashboard, cảnh báo sớm và AI hỗ trợ	Cán bộ quản trị, đầu mối xã/phường, Sở	01 báo cáo mô phỏng theo biểu mẫu Đề án

Bảng 22: Khung đào tạo, tập huấn cho chủ thể tham gia mô hình.

Mô-đun 1: Tổng quan mô hình tiêu dùng số và bảo trợ TMDT

Nội dung cốt lõi: Làm rõ vì sao Thành phố cần mô hình tiêu dùng số, “bảo trợ” khác “bảo lãnh” như thế nào, Nhà nước hỗ trợ đến đâu và trách nhiệm pháp lý của người bán, sàn, đơn vị logistics, thanh toán vẫn được giữ nguyên.

Bài tập thực hành: Học viên phân tích một tình huống: sản phẩm được đưa vào mô hình nhưng phát sinh khiếu nại về chất lượng; từ đó xác định cơ quan nào tiếp nhận, ai phản hồi, ai chịu trách nhiệm chứng minh nguồn gốc.

Đầu ra và đánh giá: Sản phẩm đầu ra là sơ đồ vai trò 01 trang của đơn vị mình trong mô hình, trong đó ghi rõ đầu mối, việc được làm, việc không được làm và việc phải chuyển cấp có thẩm quyền.

Mô-đun 2: Định danh người bán, pháp lý hộ kinh doanh và VNeID

Nội dung cốt lõi: Trang bị cho người bán khả năng rà soát tình trạng đăng ký kinh doanh, mã số thuế, tài khoản giao dịch, người đại diện, địa chỉ liên hệ và khả năng xác thực điện tử theo định hướng Đề án 06 khi có cơ chế kỹ thuật phù hợp.

Bài tập thực hành: Học viên tự đối chiếu hồ sơ thật hoặc hồ sơ giả định: giấy đăng ký, mã số thuế, thông tin đại diện, tài khoản nhận tiền, số điện thoại công khai, cam kết chịu trách nhiệm và trạng thái xác thực.

Đầu ra và đánh giá: Sản phẩm đầu ra là checklist pháp lý/định danh, phân loại thành 03 nhóm: đủ điều kiện đưa vào mô hình, cần bổ sung hồ sơ, chưa nên công khai do rủi ro định danh.

Mô-đun 3: Chuẩn hóa hồ sơ sản phẩm và truy xuất nguồn gốc

Nội dung cốt lõi: Hướng dẫn lập hồ sơ sản phẩm theo cấu trúc tối thiểu: tên sản phẩm, nhà sản xuất, thành phần/chất liệu, tiêu chuẩn/chứng nhận, hạn sử dụng, hướng dẫn bảo quản, hình ảnh thật, mã QR truy xuất và cảnh báo giả mạo.

Bài tập thực hành: Học viên thực hành chuẩn hóa một sản phẩm cụ thể; kiểm tra điểm thiếu thường gặp như ảnh không đúng sản phẩm, công dụng thổi phồng, thiếu giấy ATTP, QR không truy cập được hoặc hồ sơ không khớp bao bì.

Đầu ra và đánh giá: Sản phẩm đầu ra là 01 hồ sơ sản phẩm mẫu có thể đưa lên chuyên trang/gian hàng số kèm danh sách tài liệu chứng minh phải lưu tại đơn vị.

Mô-đun 4: Vận hành gian hàng số và quản lý đơn hàng

Nội dung cốt lõi: Tập trung vào thao tác thực tế: đăng sản phẩm, cập nhật tồn kho, xác nhận đơn, hủy/đổi/trả, trả lời khách, lưu chứng cứ giao dịch và đồng bộ thông tin giữa quầy trực tiếp với kênh online.

Bài tập thực hành: Học viên xử lý chuỗi tình huống gồm một đơn đặt hàng thành công, một đơn đổi trả, một đơn giao chậm và một phản hồi tiêu cực trên mạng xã hội.

Đầu ra và đánh giá: Sản phẩm đầu ra là quy trình vận hành gian hàng 07 bước gắn với người phụ trách, thời gian phản hồi và mẫu tin nhắn chăm sóc khách hàng.

Mô-đun 5: Thanh toán số, đối soát và phòng chống lừa đảo

Nội dung cốt lõi: Nội dung đi sâu vào QR ngân hàng, ví điện tử, chuyển khoản, POS, COD có đối soát, nguyên tắc xác nhận tiền vào tài khoản, hoàn tiền đúng người, lưu sao kê và nhận diện hành vi lừa đảo chuyển khoản giả.

Bài tập thực hành: Học viên thực hành phân biệt 05 ảnh chụp giao dịch: giao dịch thật, ảnh chỉnh sửa, chuyển nhầm, hoàn tiền thiếu thông tin và yêu cầu cung cấp mã OTP giả mạo.

Đầu ra và đánh giá: Sản phẩm đầu ra là mẫu quy trình xác nhận thanh toán an toàn, trong đó quy định rõ ai kiểm tra, kiểm tra trên ứng dụng nào, lưu chứng từ ra sao và khi nào được giao hàng.

Mô-đun 6: Livestream, quảng cáo và nội dung số đúng quy định

Nội dung cốt lõi: Giúp người bán tạo nội dung có sức thuyết phục nhưng không vi phạm: không quảng cáo sai công dụng, không dùng hình ảnh/chứng nhận giả, không so sánh gây nhầm lẫn, không dùng thông tin cá nhân khách hàng để câu kéo.

Bài tập thực hành: Học viên viết lại một kịch bản livestream đang có rủi ro, loại bỏ các câu khẳng định quá mức, thêm phần công khai nguồn gốc, chính sách đổi trả, cảnh báo hàng giả và kênh phản ánh chính thức.

Đầu ra và đánh giá: Sản phẩm đầu ra là kịch bản livestream 15 phút hoặc 05 bài đăng mẫu đã được rà soát từ khóa rủi ro.

Mô-đun 7: Bảo vệ người tiêu dùng và xử lý khiếu nại

Nội dung cốt lõi: Hướng dẫn cách tiếp nhận phản ánh, xác định thông tin tối thiểu cần thu thập, phân biệt khiếu nại dân sự - dấu hiệu vi phạm hành chính - dấu hiệu hình sự, và chuyển vụ việc đúng đầu mối.

Bài tập thực hành: Học viên xử lý 03 hồ sơ giả định: hàng không đúng mô tả, nghi hàng giả, bị lừa chuyển khoản. Mỗi hồ sơ phải xác định mã vụ việc, thời hạn phản hồi, chứng cứ cần bổ sung và cơ quan phối hợp.

Đầu ra và đánh giá: Sản phẩm đầu ra là phiếu tiếp nhận phản ánh và sơ đồ xử lý 05 bước phù hợp với đơn vị mình.

Mô-đun 8: Bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch số

Nội dung cốt lõi: Làm rõ nguyên tắc tối thiểu hóa dữ liệu, thông báo mục đích xử lý, phân quyền truy cập, thời hạn lưu trữ, xử lý sự cố và những dữ liệu không được yêu cầu nếu không thật sự cần thiết.

Bài tập thực hành: Học viên rà soát một mẫu form đăng ký tham gia mô hình, loại bỏ các trường dữ liệu dư thừa, bổ sung thông báo mục đích, kênh liên hệ và cam kết bảo mật.

Đầu ra và đánh giá: Sản phẩm đầu ra là bản cam kết bảo vệ dữ liệu cá nhân và danh mục dữ liệu tối thiểu được phép thu thập trong phạm vi mô hình.

Mô-đun 9: Logistics, đóng gói, điểm gom và hoàn hàng

Nội dung cốt lõi: Nội dung phân loại theo nhóm hàng: thực phẩm tươi, hàng khô, thủ công mỹ nghệ dễ vỡ, hàng công kênh, hàng có hạn sử dụng; gắn với quy tắc đóng gói, ghi nhãn, giao nhận, hoàn hàng và xử lý hư hỏng.

Bài tập thực hành: Học viên thiết kế phương án giao nhận cho một sản phẩm của mình, lựa chọn vật liệu đóng gói, thời gian giao phù hợp, điểm gửi hàng, điều kiện đổi trả và bằng chứng trước khi bàn giao đơn vị vận chuyển.

Đầu ra và đánh giá: Sản phẩm đầu ra là hướng dẫn đóng gói 01 trang cho nhóm sản phẩm chủ lực, kèm ảnh minh họa trước/sau đóng gói.

Mô-đun 10: Dữ liệu, báo cáo KPI và sử dụng dashboard

Nội dung cốt lõi: Trang bị kỹ năng cập nhật dữ liệu đúng mẫu, đọc các chỉ tiêu chính, nhận diện cảnh báo đỏ/vàng/xanh, sử dụng AI như công cụ gợi ý phân loại phản ánh nhưng không thay thế kết luận của cán bộ.

Bài tập thực hành: Học viên thực hành nhập 10 bản ghi giả định, phát hiện dữ liệu thiếu, đọc biểu đồ số phản ánh tăng bất thường và đề xuất 03 việc cần làm trong tuần tiếp theo.

Đầu ra và đánh giá: Sản phẩm đầu ra là báo cáo mô phỏng 01 trang nêu tình hình chủ thể/sản phẩm, phản ánh, rủi ro nổi bật và kiến nghị điều chỉnh.

PHỤ LỤC 8: KỊCH BẢN TRIỂN KHAI MÔ HÌNH TẠI CHỢ, ĐIỂM BÁN VÀ CỤM HỘ KINH DOANH

Kịch bản này áp dụng cho chợ dân sinh, điểm bán tập trung, tuyến phố thương mại hoặc cụm hộ kinh doanh có khả năng bố trí đầu mối hỗ trợ. Trọng tâm là tạo ra thay đổi nhỏ nhưng đo được: quầy hàng rõ thông tin, thanh toán số an toàn, có kênh phản ánh và có dữ liệu theo dõi.

Bước	Nội dung	Sản phẩm đầu ra	Đơn vị chính	Rủi ro cần kiểm soát
1	Khảo sát nhanh và chọn chợ/điểm bán	Xác định quy mô, hạ tầng, nhóm hàng, ban quản lý, số tiểu thương sẵn sàng	UBND xã/phường, ban quản lý chợ	Chọn nhầm điểm thiếu đồng thuận
2	Lập danh sách tiểu thương/chủ thể tham gia	Ghi nhận thông tin pháp lý, ngành hàng, kênh bán, tài khoản thanh toán, nhu cầu hỗ trợ	UBND xã/phường	Dữ liệu thiếu hoặc e ngại cung cấp
3	Truyền thông khởi động tại chợ	Giải thích bản chất mô hình, lợi ích, giới hạn bảo trợ và quy trình phản ánh	Sở Công Thương, địa phương	Hiểu sai là Nhà nước thu thêm phí hoặc bảo lãnh doanh thu
4	Chuẩn hóa thông tin quầy hàng/sản phẩm	Công khai tên quầy, người phụ trách, nhóm hàng, giá tham khảo, chính sách đổi trả, nguồn gốc	Tiểu thương, ban quản lý chợ	Thông tin không đồng nhất giữa quầy và kênh online
5	Triển khai QR thanh toán và QR phản ánh	Gắn QR thanh toán hợp lệ, QR tra cứu thông tin, QR phản ánh tại vị trí dễ thấy	Ngân hàng/đơn vị thanh toán, ban quản lý chợ	Chuyển khoản nhầm, QR bị thay thế trái phép

6	Tổ chức điểm hỗ trợ tiêu dùng số	Bố trí bàn hướng dẫn quét QR, gửi phản ánh, kiểm tra sản phẩm và hỗ trợ người cao tuổi	UBND xã/phường, tổ chuyển đổi số cộng đồng	Cán bộ hỗ trợ vượt thẩm quyền, lưu dữ liệu cá nhân quá mức
7	Tập huấn luyện tiểu thương tại chỗ	Hướng dẫn thanh toán, công khai thông tin, đóng gói, bán online, xử lý khiếu nại	Sở Công Thương, doanh nghiệp đồng hành	Tập huấn luyện hình thức, không có sản phẩm đầu ra
8	Vận hành thử 30 ngày	Theo dõi giao dịch, phản ánh, lỗi quy trình, mức độ chấp nhận của người bán/người mua	Tổ công tác địa phương	Không ghi nhật ký nên không đánh giá được
9	Đánh giá sau 90 ngày	Đo KPI: số quầy tham gia, thanh toán số, phản ánh, thời gian xử lý, mức hài lòng	Sở Công Thương, UBND xã/phường	Báo cáo chỉ mô tả hoạt động, thiếu số liệu
10	Chuẩn hóa và nhân rộng	Cập nhật bộ mẫu, rút kinh nghiệm, lựa chọn chợ/điểm bán tương tự để mở rộng	Sở Công Thương	Nhân rộng quá nhanh khi rủi ro chưa được kiểm soát

Bảng 23: Kịch bản triển khai mô hình tại chợ, điểm bán và cụm hộ kinh doanh.

Bước 1: Khảo sát nhanh và chọn chợ/điểm bán

Ở bước “Lựa chọn chợ/điểm bán”, UBND xã/phường phối hợp Sở Công Thương và ban quản lý chợ xác định việc cần làm, đầu mối, thời hạn, sản phẩm đầu ra và dữ liệu cần cập nhật. Mỗi bước phải có biên bản hoặc minh chứng vận hành, tránh triển khai theo phong trào không đo được kết quả.

Cách thực hiện: Xác định quy mô, hạ tầng, nhóm hàng, ban quản lý, số tiểu thương sẵn sàng. Đơn vị chính: UBND xã/phường, ban quản lý chợ. Rủi ro trọng tâm cần kiểm

soát là chọn nhằm điểm thiếu đồng thuận. Ở bước này cần có bằng chứng hoàn thành như biên bản, danh sách, ảnh hiện trường, dữ liệu cập nhật hoặc báo cáo ngăn.

Rủi ro cần lưu ý gồm: tiểu thương e ngại công khai thông tin, người cao tuổi khó sử dụng thanh toán số, kết nối mạng không ổn định, phản ánh bị bỏ sót, mã QR bị dán sai vị trí hoặc không được cập nhật. Biện pháp xử lý là đào tạo trực tiếp, bố trí điểm hỗ trợ, kiểm tra định kỳ và có đầu mối chịu trách nhiệm.

Bước 2: Lập danh sách tiểu thương/chủ thể tham gia

Cách thực hiện: Ghi nhận thông tin pháp lý, ngành hàng, kênh bán, tài khoản thanh toán, nhu cầu hỗ trợ. Đơn vị chính: UBND xã/phường. Rủi ro trọng tâm cần kiểm soát là dữ liệu thiếu hoặc e ngại cung cấp. Ở bước này cần có bằng chứng hoàn thành như biên bản, danh sách, ảnh hiện trường, dữ liệu cập nhật hoặc báo cáo ngăn.

Bước 3: Truyền thông khởi động tại chợ

Cách thực hiện: Giải thích bản chất mô hình, lợi ích, giới hạn bảo trợ và quy trình phản ánh. Đơn vị chính: Sở Công Thương, địa phương. Rủi ro trọng tâm cần kiểm soát là hiểu sai là nhà nước thu thêm phí hoặc bảo lãnh doanh thu. Ở bước này cần có bằng chứng hoàn thành như biên bản, danh sách, ảnh hiện trường, dữ liệu cập nhật hoặc báo cáo ngăn.

Bước 4: Chuẩn hóa thông tin quầy hàng/sản phẩm

Cách thực hiện: Công khai tên quầy, người phụ trách, nhóm hàng, giá tham khảo, chính sách đổi trả, nguồn gốc. Đơn vị chính: Tiểu thương, ban quản lý chợ. Rủi ro trọng tâm cần kiểm soát là thông tin không đồng nhất giữa quầy và kênh online. Ở bước này cần có bằng chứng hoàn thành như biên bản, danh sách, ảnh hiện trường, dữ liệu cập nhật hoặc báo cáo ngăn.

Bước 5: Triển khai QR thanh toán và QR phản ánh

Cách thực hiện: Gắn QR thanh toán hợp lệ, QR tra cứu thông tin, QR phản ánh tại vị trí dễ thấy. Đơn vị chính: Ngân hàng/đơn vị thanh toán, ban quản lý chợ. Rủi ro trọng tâm cần kiểm soát là chuyển khoản nhầm, qr bị thay thế trái phép. Ở bước này cần có bằng chứng hoàn thành như biên bản, danh sách, ảnh hiện trường, dữ liệu cập nhật hoặc báo cáo ngăn.

Bước 6: Tổ chức điểm hỗ trợ tiêu dùng số

Cách thực hiện: Bố trí bàn hướng dẫn quét QR, gửi phản ánh, kiểm tra sản phẩm và hỗ trợ người cao tuổi. Đơn vị chính: UBND xã/phường, tổ chuyển đổi số cộng đồng. Rủi ro trọng tâm cần kiểm soát là cán bộ hỗ trợ vượt thẩm quyền, lưu dữ liệu cá nhân

quá mức. Ở bước này cần có bằng chứng hoàn thành như biên bản, danh sách, ảnh hiện trường, dữ liệu cập nhật hoặc báo cáo ngăn.

Bước 7: Tập huấn tiểu thương tại chỗ

Cách thực hiện: Hướng dẫn thanh toán, công khai thông tin, đóng gói, bán online, xử lý khiếu nại. Đơn vị chính: Sở Công Thương, doanh nghiệp đồng hành. Rủi ro trọng tâm cần kiểm soát là tập huấn hình thức, không có sản phẩm đầu ra. Ở bước này cần có bằng chứng hoàn thành như biên bản, danh sách, ảnh hiện trường, dữ liệu cập nhật hoặc báo cáo ngăn.

Bước 8: Vận hành thử 30 ngày

Cách thực hiện: Theo dõi giao dịch, phản ánh, lỗi quy trình, mức độ chấp nhận của người bán/người mua. Đơn vị chính: Tổ công tác địa phương. Rủi ro trọng tâm cần kiểm soát là không ghi nhật ký nên không đánh giá được. Ở bước này cần có bằng chứng hoàn thành như biên bản, danh sách, ảnh hiện trường, dữ liệu cập nhật hoặc báo cáo ngăn.

Bước 9: Đánh giá sau 90 ngày

Cách thực hiện: Đo KPI: số quầy tham gia, thanh toán số, phản ánh, thời gian xử lý, mức hài lòng. Đơn vị chính: Sở Công Thương, UBND xã/phường. Rủi ro trọng tâm cần kiểm soát là báo cáo chỉ mô tả hoạt động, thiếu số liệu. Ở bước này cần có bằng chứng hoàn thành như biên bản, danh sách, ảnh hiện trường, dữ liệu cập nhật hoặc báo cáo ngăn.

Bước 10: Chuẩn hóa và nhân rộng

Cách thực hiện: Cập nhật bộ mẫu, rút kinh nghiệm, lựa chọn chợ/điểm bán tương tự để mở rộng. Đơn vị chính: Sở Công Thương. Rủi ro trọng tâm cần kiểm soát là nhân rộng quá nhanh khi rủi ro chưa được kiểm soát. Ở bước này cần có bằng chứng hoàn thành như biên bản, danh sách, ảnh hiện trường, dữ liệu cập nhật hoặc báo cáo ngăn.

PHỤ LỤC 9: KỊCH BẢN HỖ TRỢ SẢN PHẨM OCOP, LÀNG NGHỀ, ĐẶC SẢN VÀ SẢN PHẨM CHỦ LỰC LÊN MÔI TRƯỜNG SỐ

Sản phẩm OCOP, làng nghề và đặc sản địa phương có lợi thế về câu chuyện sản phẩm, nguồn gốc và bản sắc văn hóa, nhưng cũng dễ gặp rủi ro giả mạo, quảng cáo quá mức, hình ảnh kém chuyên nghiệp, đóng gói chưa phù hợp và thiếu quy trình xử lý sau bán hàng. Cách triển khai gồm rà soát hồ sơ pháp lý/chất lượng, chuẩn hóa nội dung số, thiết kế QR truy xuất hoặc mã định danh phù hợp, hướng dẫn kênh bán và thiết lập quy trình phản hồi người tiêu dùng.

Nhóm sản phẩm	Yêu cầu trọng tâm	Gói hỗ trợ đề xuất
Thực phẩm tươi/nông sản	Ưu tiên ATTP, vùng sản xuất, lô hàng, hạn dùng, bảo quản lạnh, cảnh báo gian lận cân đo	QR truy xuất lô hàng; hướng dẫn bảo quản; quy trình đổi trả khi hư hỏng
Thực phẩm chế biến/đặc sản đóng gói	Tập trung nhãn hàng hóa, thành phần, ngày sản xuất, hạn sử dụng, cơ sở sản xuất, tiêu chuẩn công bố	Bộ ảnh nhãn chuẩn; hồ sơ công bố; kịch bản giới thiệu sản phẩm trung thực
Thủ công mỹ nghệ/làng nghề	Tập trung câu chuyện nghệ nhân, quy trình thủ công, chống giả mạo mẫu mã, bảo hộ sở hữu trí tuệ	Hồ sơ câu chuyện sản phẩm; bộ ảnh/video quy trình; cảnh báo hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ
Dược liệu, mỹ phẩm, chăm sóc cá nhân	Kiểm soát công dụng, giấy tờ chuyên ngành, quảng cáo không thổi phồng, thông tin chống chỉ định	Checklist quảng cáo; hồ sơ chứng nhận; mẫu phản hồi khi có khiếu nại
Dịch vụ ăn uống/du lịch địa phương	Công khai giá, vệ sinh ATTP, thời gian phục vụ, phản hồi đánh giá, kênh đặt hàng/đặt lịch	QR thông tin cơ sở; quy trình phản hồi đánh giá xấu; bảng giá công khai
Sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu	Tập trung tiêu chuẩn chất lượng, quy mô sản xuất, kênh phân phối, logistics và bảo hành nếu có	Hồ sơ năng lực; thông tin bảo hành; kế hoạch đưa lên kênh số

Bảng 24: Kịch bản hỗ trợ sản phẩm OCOP, làng nghề, đặc sản và sản phẩm chủ lực.

Nhóm Thực phẩm OCOP tươi/nông sản

Yêu cầu cốt lõi: Ưu tiên ATTP, vùng sản xuất, lô hàng, hạn dùng, bảo quản lạnh, cảnh báo gian lận cân đo. Gói hỗ trợ: QR truy xuất lô hàng; hướng dẫn bảo quản; quy trình đổi trả khi hư hỏng.

Nhóm OCOP chế biến/đặc sản đóng gói

Yêu cầu cốt lõi: Tập trung nhãn hàng hóa, thành phần, ngày sản xuất, hạn sử dụng, cơ sở sản xuất, tiêu chuẩn công bố. Gói hỗ trợ: Bộ ảnh nhãn chuẩn; hồ sơ công bố; kịch bản giới thiệu sản phẩm trung thực.

Nhóm Thủ công mỹ nghệ/làng nghề

Yêu cầu cốt lõi: Tập trung câu chuyện nghệ nhân, quy trình thủ công, chống giả mạo mẫu mã, bảo hộ sở hữu trí tuệ. Gói hỗ trợ: Hồ sơ câu chuyện sản phẩm; bộ ảnh/video quy trình; cảnh báo hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ.

Mô hình hỗ trợ gồm 05 bước: rà soát hồ sơ; chuẩn hóa dữ liệu; chụp ảnh/quay video; đưa lên gian hàng/chuyên mục; theo dõi phản hồi và tối ưu nội dung. Với sản phẩm có yếu tố văn hóa/làng nghề, cần bổ sung câu chuyện sản phẩm, nghệ nhân, quy trình sản xuất, tiêu chuẩn chất lượng và cảnh báo hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ, hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ hoặc giả mạo mẫu mã, hình ảnh sản phẩm nếu có.

Nhóm Dược liệu, mỹ phẩm, chăm sóc cá nhân

Yêu cầu cốt lõi: Kiểm soát công dụng, giấy tờ chuyên ngành, quảng cáo không thổi phồng, thông tin chống chỉ định. Gói hỗ trợ: Checklist quảng cáo; hồ sơ chứng nhận; mẫu phản hồi khi có khiếu nại.

Nhóm Dịch vụ ăn uống/du lịch địa phương

Yêu cầu cốt lõi: Công khai giá, vệ sinh ATTP, thời gian phục vụ, phản hồi đánh giá, kênh đặt hàng/đặt lịch. Gói hỗ trợ: QR thông tin cơ sở; quy trình phản hồi đánh giá xấu; bảng giá công khai.

Nhóm Sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu

Yêu cầu cốt lõi: Tập trung tiêu chuẩn chất lượng, quy mô sản xuất, kênh phân phối, logistics và bảo hành nếu có. Gói hỗ trợ: Hồ sơ năng lực; thông tin bảo hành; kế hoạch đưa lên kênh số.

PHỤ LỤC 10: BỘ MẪU TRUYỀN THÔNG, THÔNG ĐIỆN VÀ KỊCH BẢN CẢNH BÁO

Bộ mẫu truyền thông được dùng thống nhất trong giai đoạn thí điểm, nhưng phải điều chỉnh ngôn ngữ theo từng nhóm công chúng. Mục tiêu là giúp người dân hiểu đúng bản chất mô hình, biết cách kiểm tra thông tin, biết gửi phản ánh đúng kênh và không kỳ vọng sai rằng Thành phố bảo lãnh tuyệt đối mọi giao dịch.

Thông điệp	Đối tượng ưu tiên	Kênh triển khai chính	Sản phẩm truyền thông	Điểm kiểm soát
1. Kiểm tra trước khi mua	Người tiêu dùng phổ thông	Pano tại chợ, QR hướng dẫn, loa truyền thanh, video 30 giây	Tờ rơi 05 bước kiểm tra người bán/sản phẩm	Không dùng ngôn ngữ kỹ thuật; có ví dụ giao dịch thật
2. An toàn thanh toán	Người cao tuổi, người mua lần đầu	Tổ dân phố, hội phụ nữ, nhóm Zalo cộng đồng, điểm hỗ trợ số	Mẫu tin nhắn cảnh báo chuyển khoản và OTP	Nhấn mạnh không cung cấp mã xác thực, không tin ảnh chuyển khoản
3. Chủ thể kinh doanh đạt tiêu chí minh bạch	Tiểu thương, hộ kinh doanh, OCOP	Lớp tập huấn, ban quản lý chợ, hội ngành hàng, sổ tay người bán	Checklist công khai thông tin quầy/gian hàng	Không biến truyền thông thành quảng bá riêng cho một chủ thể
4. Hiểu đúng về bảo trợ TMĐT	Báo chí, cán bộ địa phương, doanh nghiệp đồng hành	Thông cáo, Q&A chính sách, chuyên trang Sở Công Thương	Bộ hỏi đáp về giới hạn trách nhiệm và quy trình tạm dừng/thu hồi hiển thị nhận diện tham gia mô hình	Phải nêu rõ bảo trợ là chuẩn hóa - hỗ trợ - giám sát, không phải bảo lãnh
5. Phản ánh đúng kênh	Người tiêu dùng, tổ chức cộng đồng	QR phản ánh, iHanoi/kênh chính thức, fanpage địa phương, điểm hỗ trợ tại chợ	Mẫu hướng dẫn lưu chứng cứ và gửi phản ánh	Không yêu cầu dữ liệu cá nhân vượt mức cần thiết

Bảng 25: Bộ thông điệp, kênh triển khai và sản phẩm truyền thông.

Thông điệp 1: Mua hàng online an toàn bắt đầu từ việc kiểm tra người bán và nguồn gốc sản phẩm.

Kịch bản triển khai: đặt bảng hướng dẫn tại khu vực ra vào chợ/điểm bán; mã QR dẫn tới trang hướng dẫn 05 bước; video ngắn minh họa cách kiểm tra tên người bán, mã QR truy xuất, chính sách đổi trả và kênh phản ánh. Mẫu câu khuyến nghị: “Quét mã - xem nguồn gốc - kiểm tra người bán - giữ chứng từ - phản ánh đúng kênh”.

Thông điệp 2: Không chuyển tiền khi giao dịch chưa rõ người nhận, không cung cấp OTP hoặc mã xác thực cho bất kỳ ai.

Kịch bản triển khai: tổ dân phố, hội phụ nữ và tổ chuyển đổi số cộng đồng dùng mẫu tin nhắn ngắn để cảnh báo người cao tuổi; tại điểm hỗ trợ số bố trí bảng nhận diện 05 dấu hiệu lừa đảo chuyên khoản. Nội dung cần trực diện, dễ nhớ, tránh thuật ngữ như phishing hoặc malware.

Thông điệp 3: Chủ thể kinh doanh đạt tiêu chí minh bạch là chủ thể rõ danh tính, rõ sản phẩm, rõ giá, rõ chính sách đổi trả và rõ trách nhiệm.

Kịch bản triển khai: mỗi lớp tập huấn cấp checklist một trang; ban quản lý chợ hướng dẫn dán thông tin công khai tại quầy; chủ thể OCOP/làng nghề bổ sung hồ sơ chứng nhận, hình ảnh thật và đầu mối khiếu nại. Truyền thông không xếp hạng chủ thể theo cảm tính, chỉ công bố theo tiêu chí đã ban hành.

Thông điệp 4: Bảo trợ TMĐT là cơ chế Thành phố hỗ trợ chuẩn hóa và giám sát, không phải bảo lãnh tuyệt đối cho mọi giao dịch.

Kịch bản triển khai: chuẩn bị bộ Q&A cho báo chí, cán bộ địa phương và doanh nghiệp nền tảng; mọi tin bài phải nêu rõ cơ chế thu hồi tư cách tham gia mô hình, trách nhiệm pháp lý của người bán và nguyên tắc thượng tôn pháp luật khi phát hiện vi phạm.

Thông điệp 5: Khi nghi ngờ hàng giả, lừa đảo hoặc quảng cáo sai, hãy lưu chứng cứ và gửi phản ánh qua kênh chính thức.

Kịch bản triển khai: gắn QR phản ánh tại chợ/điểm bán; hướng dẫn người dân lưu mã đơn, ảnh sản phẩm, ảnh chuyển khoản, tin nhắn trao đổi và đường dẫn gian hàng; cán bộ tiếp nhận chỉ thu thập thông tin cần thiết để xử lý, không yêu cầu giấy tờ cá nhân ngoài phạm vi cần thiết.

Khi xuất hiện vụ việc nhạy cảm, truyền thông phải đi trước một bước: xác nhận đã tiếp nhận, nêu rõ biện pháp tạm thời, không kết luận thay cơ quan chuyên môn và cam kết cập nhật kết quả theo thẩm quyền. Trường hợp sản phẩm/chủ thể bị nghi vấn nghiêm trọng, thông điệp ưu tiên là bảo vệ người tiêu dùng và bảo toàn chứng cứ, không bảo vệ hình ảnh mô hình bằng mọi giá.

PHỤ LỤC 11: DỰ THẢO KHUNG QUY CHẾ PHỐI HỢP DỮ LIỆU VÀ BẢO VỆ DỮ LIỆU CÁ NHÂN

Quy chế phối hợp là điều kiện bắt buộc để Đề án vận hành bền vững. Nội dung dưới đây là khung đề xuất để Sở Công Thương tiếp tục hoàn thiện, lấy ý kiến các sở ngành và trình cấp có thẩm quyền ban hành.

Điều 1: Mục đích và phạm vi phối hợp

Quy chế xác định mục tiêu phối hợp là vận hành mô hình thí điểm, bảo vệ người tiêu dùng, chuẩn hóa dữ liệu, xử lý phản ánh và hỗ trợ phát triển TMĐT minh bạch. Phạm vi không bao gồm khai thác dữ liệu cho quảng cáo, bán chéo dịch vụ hoặc mục đích thương mại ngoài Đề án.

Điều 2: Nguyên tắc xử lý dữ liệu

Dữ liệu phải được xử lý đúng mục đích, tối thiểu, phân quyền, có lưu vết, có thời hạn lưu trữ, có cơ chế ẩn danh/tổng hợp và bảo đảm quyền lợi hợp pháp của tổ chức, cá nhân liên quan.

Điều 3: Nhóm dữ liệu được chia sẻ

Nhóm dữ liệu gồm dữ liệu địa bàn, chủ thể, sản phẩm, truy xuất, phản ánh, kết quả xử lý, đào tạo, truyền thông và dữ liệu thống kê từ doanh nghiệp. Dữ liệu cá nhân chỉ được xử lý khi có căn cứ pháp lý và mục đích cụ thể.

Cơ quan Thuế chỉ cung cấp dữ liệu tổng hợp, dữ liệu ẩn danh, hoặc trạng thái mã số thuế (đang hoạt động/ngừng hoạt động). Tuyệt đối không chia sẻ chi tiết doanh thu, số thuế phải nộp, hoặc các rủi ro tài chính nội bộ của tổ chức/cá nhân vào hệ thống Dashboard dùng chung trừ trường hợp có sự đồng ý của người nộp thuế hoặc phục vụ yêu cầu tố tụng pháp lý theo quy định.

Điều 4: Trách nhiệm của Sở Công Thương

Sở Công Thương chủ trì quy chế, quản trị danh mục dữ liệu, điều phối báo cáo, phân quyền sử dụng, tiếp nhận phản ánh, đôn đốc xử lý và báo cáo UBND Thành phố các vấn đề vượt thẩm quyền.

Điều 5: Trách nhiệm phối hợp của Công an Thành Phố

Trách nhiệm phối hợp của Công an Thành phố: phối hợp tuyên truyền, phòng ngừa, tiếp nhận thông tin và xử lý theo thẩm quyền đối với các vụ việc có dấu hiệu lừa đảo trực tuyến, xâm phạm dữ liệu cá nhân, gian lận thanh toán, tội phạm công nghệ cao và hành vi vượt phạm vi xử lý hành chính; việc trao đổi thông tin tận dụng kênh phối hợp sẵn có giữa UBND Thành phố, Công an Thành phố và các cơ quan liên quan.

Điều 6: Trách nhiệm của UBND xã/phường

UBND xã/phường cập nhật, rà soát thông tin địa bàn theo biểu mẫu tối giản và phân quyền; phối hợp truyền thông, hướng dẫn, tiếp nhận thông tin ban đầu và chuyển phản ánh đến đầu mối tập trung; không chủ trì thẩm định chất lượng sản phẩm, công nhận chủ thể kinh doanh đạt tiêu chí minh bạch, xác thực dữ liệu định danh, giải quyết tranh chấp TMĐT hoặc xử lý vi phạm vượt thẩm quyền.

Điều 7: Trách nhiệm của cơ quan chuyên ngành

Thuế, công an, quản lý thị trường, khoa học và công nghệ, hải quan và các sở ngành liên quan xử lý theo thẩm quyền các vấn đề về thuế, hóa đơn, lừa đảo, hàng giả, sở hữu trí tuệ, tiêu chuẩn chất lượng, hàng hóa xuyên biên giới.

Cơ quan Thuế chỉ cung cấp dữ liệu tổng hợp, dữ liệu ẩn danh, hoặc trạng thái mã số thuế (đang hoạt động/ngừng hoạt động). Tuyệt đối không chia sẻ chi tiết doanh thu, số thuế phải nộp, hoặc các rủi ro tài chính nội bộ của tổ chức/cá nhân vào hệ thống Dashboard dùng chung trừ trường hợp có sự đồng ý của người nộp thuế hoặc phục vụ yêu cầu tố tụng pháp lý theo quy định.

Điều 8: Trách nhiệm của doanh nghiệp nền tảng và đơn vị đồng hành

Doanh nghiệp cung cấp dữ liệu tổng hợp/ẩn danh theo thỏa thuận, hỗ trợ kỹ thuật, không chi phối tiêu chí bảo trợ, không sử dụng dữ liệu Đề án cho mục đích riêng khi chưa được phép.

Điều 9: Định danh và xác thực điện tử

Việc xác thực người bán qua VNeID hoặc dữ liệu định danh điện tử chỉ thực hiện khi có cơ sở pháp lý, phương án kỹ thuật, phân quyền và cơ chế bảo vệ dữ liệu phù hợp, được cơ quan có thẩm quyền kiểm tra/phê duyệt; không coi đây là điều kiện bắt buộc trong giai đoạn thí điểm nếu chưa bảo đảm tính khả thi. Trong giai đoạn đầu, Đề án sử dụng cơ chế nhận diện bằng hồ sơ pháp lý, mã số thuế, thông tin người đại diện, kênh bán chính thức, tài khoản thanh toán và cam kết trách nhiệm của chủ thể.

Điều 10: Xử lý sự cố và vi phạm

Khi phát hiện sai lệch dữ liệu, lộ lọt dữ liệu, gian lận hồ sơ, mạo danh hoặc sử dụng nhãn sai mục đích, đầu mối phải ghi nhận, tạm dừng quyền hiển thị nếu cần, chuyển cơ quan có thẩm quyền và cập nhật kết quả xử lý.

Điều 11: Chế độ báo cáo, kiểm tra và điều chỉnh quy chế

Định kỳ quý có báo cáo dữ liệu và rủi ro; 06 tháng rà soát quy chế; khi có thay đổi pháp luật, thay đổi nền tảng kỹ thuật hoặc phát sinh rủi ro lớn phải điều chỉnh ngay.

PHỤ LỤC 12: SỔ TAY TÌNH HUỐNG RỦI RO VÀ PHƯƠNG ÁN XỬ LÝ

Tình huống rủi ro về hàng giả; hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ và gian lận thương mại:

Khi người tiêu dùng, lực lượng quản lý thị trường hoặc nền tảng phát hiện sản phẩm trong mô hình có dấu hiệu hàng giả; hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ hoặc quảng cáo sai sự thật, đầu mỗi Sở Công Thương tạm dừng nhận diện tham gia mô hình/hiển thị trong thời hạn tối đa 02 giờ kể từ khi có thông tin đủ căn cứ ban đầu, thông báo cho chủ thể kinh doanh giải trình, đồng thời chuyển hồ sơ cho Chi cục Quản lý thị trường hoặc cơ quan có thẩm quyền xác minh, xử lý. Kết quả xử lý là căn cứ khôi phục, tiếp tục tạm dừng hoặc thu hồi tư cách tham gia mô hình.

Tình huống rủi ro về lừa đảo trực tuyến, xâm phạm dữ liệu và gian lận thanh toán:

Khi có dấu hiệu chiếm đoạt tài sản, giả mạo gian hàng, giả mạo QR/thanh toán, phát tán mã độc, lộ lọt dữ liệu cá nhân hoặc tội phạm công nghệ cao, hồ sơ được chuyển ngay cho Công an Thành phố hoặc đầu mối công an có thẩm quyền; Sở Công Thương phối hợp doanh nghiệp nền tảng, ngân hàng/ví điện tử và địa phương tạm dừng hiển thị, cảnh báo người tiêu dùng và lưu chứng cứ điện tử theo hướng dẫn.

Sổ tay tình huống giúp cán bộ địa phương và đầu mối Đề án xử lý thống nhất, phản ứng nhanh và không vượt thẩm quyền. Mỗi tình huống phải được lưu hồ sơ để cập nhật tiêu chí, truyền thông và đào tạo.

Mã	Tình huống	Cách xử lý	Bài học quản trị
1	Người mua đã chuyển khoản nhưng người bán không giao hàng	Tiếp nhận chứng cứ chuyển khoản, mã đơn, tin nhắn; đối chiếu người bán trong danh mục; yêu cầu phản hồi trong thời hạn; nếu có dấu hiệu chiếm đoạt thì chuyển Công an	Công khai tài khoản nhận tiền, xác thực người bán và cảnh báo không chuyển tiền ngoài kênh đã công khai
2	Sản phẩm OCOP bị giả mạo hình ảnh trên mạng xã hội	Lưu đường dẫn, ảnh chụp, so sánh với hồ sơ gốc; thông báo chủ thể OCOP; đề nghị nền tảng gỡ/mở xử lý; chuyển cơ quan sở hữu trí	Cần watermark/QR chính thức và kho hình ảnh chuẩn để người tiêu dùng phân biệt

Mã	Tình huống	Cách xử lý	Bài học quản trị
		tuệ/quản lý thị trường khi cần	
3	QR thanh toán tại quầy bị thay thế	Tạm dừng thanh toán QR tại quầy liên quan; kiểm tra lịch sử giao dịch; thay QR mới; thông báo người mua; xem xét chuyển Công an nếu có dấu hiệu chiếm đoạt	QR phải niêm phong, kiểm tra định kỳ và có mã xác nhận tên chủ tài khoản
4	Hàng thực phẩm bị phản ánh không bảo đảm an toàn	Tạm gỡ nhận diện tham gia mô hình, lưu mẫu nếu có, chuyển cơ quan chuyên ngành ATTP, thông báo phòng ngừa, cập nhật kết quả xác minh	Với nhóm thực phẩm cần truy xuất lô hàng, hạn dùng và điều kiện bảo quản rõ ràng
5	Người bán livestream quảng cáo sai công dụng	Lưu video/chứng cứ, yêu cầu gỡ/chỉnh sửa, tạm dừng truyền thông trong mô hình, chuyển cơ quan xử lý quảng cáo nếu tái phạm	Tập huấn kích bản livestream và bảng từ khóa cấm/thận trọng
6	Hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc và gian lận thương mại	Tạm dừng kinh doanh sản phẩm bị nghi ngờ, niêm phong tồn kho; phối hợp cơ quan chức năng (Quản lý thị trường) xác minh nguồn gốc; thông báo và hoàn tiền/đổi trả cho khách hàng bị ảnh hưởng.	Thắt chặt quy trình kiểm duyệt nhà bán hàng/nhà cung cấp; định kỳ hậu kiểm chứng từ, hóa đơn; ứng dụng công nghệ truy xuất nguồn gốc sản phẩm.
7	Lừa đảo trực tuyến, xâm phạm dữ liệu và gian lận thanh toán	Ngắt kết nối/khóa tài khoản bị xâm nhập; cô lập hệ thống lỗi; phối hợp với ngân hàng/cổng thanh toán đóng băng giao dịch gian lận; thông báo bảo mật cho người dùng đổi mật khẩu; báo cáo cơ quan an ninh mạng.	Chủ động truyền thông cảnh báo và tối ưu bộ nhận diện thương hiệu; Ứng dụng AI giám sát hành vi giao dịch bất thường; Xây dựng cơ chế phối hợp phản ứng nhanh với các tổ chức an ninh mạng để hạ bệ các nguồn giả mạo.

Mã	Tình huống	Cách xử lý	Bài học quản trị
8	Lộ dữ liệu cá nhân từ phiếu phản ánh	Khóa quyền truy cập, xác định phạm vi lộ lọt, thông báo đầu mối có thẩm quyền, khắc phục, rà soát phân quyền và nhật ký	Chỉ thu thập dữ liệu tối thiểu, không lưu giấy tờ tùy thân nếu không có căn cứ
9	Doanh nghiệp nền tảng sử dụng logo bảo trợ sai mục đích	Yêu cầu chấm dứt, cải chính, thu hồi quyền sử dụng nhận diện, xem xét đưa khỏi danh sách đồng hành	Cần quy chuẩn nhận diện và điều khoản sử dụng logo ngay từ đầu
10	AI phân loại nhằm phản ánh nghiêm trọng thành phản ánh thông thường	Cán bộ kiểm duyệt lại, nâng mức xử lý, cập nhật bộ từ khóa rủi ro, ghi nhận lỗi mô hình	AI chỉ hỗ trợ nghiệp vụ, không thay thế trách nhiệm của cán bộ
11	Báo chí phản ánh sản phẩm được bảo trợ có chất cấm/hóa chất độc hại	Kích hoạt trong 2 giờ: tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình, ẩn sản phẩm, bảo toàn hồ sơ, phát ngôn bước đầu minh bạch, chuyển cơ quan điều tra/chuyên ngành, cập nhật kết quả theo thẩm quyền	Phải có quy trình khủng hoảng, không né tránh thông tin và khẳng định nguyên tắc thượng tôn pháp luật
12	Địa phương báo cáo số liệu đẹp nhưng không có minh chứng	Yêu cầu bổ sung minh chứng, kiểm tra mẫu, điều chỉnh KPI, không dùng số liệu thiếu căn cứ để kết luận nhân rộng	Báo cáo phải dựa trên dữ liệu, ảnh, danh sách, biên bản và nhật ký hệ thống

Bảng 26: Sơ tay tình huống rủi ro và phương án xử lý.

Tình huống 1: Người mua đã chuyển khoản nhưng người bán không giao hàng

Cách xử lý: Tiếp nhận chứng cứ chuyển khoản, mã đơn, tin nhắn; đối chiếu người bán trong danh mục; yêu cầu phản hồi trong thời hạn; nếu có dấu hiệu chiếm đoạt thì chuyển Công an.

Bài học quản trị: Công khai tài khoản nhận tiền, xác thực người bán và cảnh báo không chuyển tiền ngoài kênh đã công khai.

Tình huống 2: Sản phẩm OCOP bị giả mạo hình ảnh trên mạng xã hội

Cách xử lý: Lưu đường dẫn, ảnh chụp, so sánh với hồ sơ gốc; thông báo chủ thể OCOP; đề nghị nền tảng gỡ/mở xử lý; chuyển cơ quan sở hữu trí tuệ/quản lý thị trường khi cần.

Bài học quản trị: Cần watermark/QR chính thức và kho hình ảnh chuẩn để người tiêu dùng phân biệt.

Tình huống 3: QR thanh toán tại quầy bị thay thế

Cách xử lý: Tạm dừng thanh toán QR tại quầy liên quan; kiểm tra lịch sử giao dịch; thay QR mới; thông báo người mua; xem xét chuyển Công an nếu có dấu hiệu chiếm đoạt.

Bài học quản trị: QR phải niêm phong, kiểm tra định kỳ và có mã xác nhận tên chủ tài khoản.

Tình huống 4: Hàng thực phẩm bị phản ánh không bảo đảm an toàn

Cách xử lý: Tạm gỡ nhận diện tham gia mô hình, lưu mẫu nếu có, chuyển cơ quan chuyên ngành ATTP, thông báo phòng ngừa, cập nhật kết quả xác minh.

Bài học quản trị: Với nhóm thực phẩm cần truy xuất lô hàng, hạn dùng và điều kiện bảo quản rõ ràng.

Tình huống 5: Người bán livestream quảng cáo sai công dụng

Cách xử lý: Lưu video/chứng cứ, yêu cầu gỡ/chỉnh sửa, tạm dừng truyền thông trong mô hình, chuyển cơ quan xử lý quảng cáo nếu tái phạm.

Bài học quản trị: Tập huấn kịch bản livestream và bảng từ khóa cấm/thận trọng.

Tình huống 6: Tình huống rủi ro về hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc và gian lận thương mại

Cách xử lý: Khi người tiêu dùng, lực lượng quản lý thị trường hoặc nền tảng phát hiện sản phẩm trong mô hình có dấu hiệu hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ hoặc quảng cáo sai sự thật, đầu mối Sở Công Thương tạm dừng nhận diện/hiển thị trong thời hạn tối đa 02 giờ kể từ khi có thông tin đủ căn cứ ban đầu, thông báo cho chủ thể kinh doanh giải trình, đồng thời chuyển hồ sơ cho Chi cục Quản lý thị trường hoặc cơ quan có thẩm quyền xác minh, xử lý. Kết quả xử lý là căn cứ khôi phục, tiếp tục tạm dừng hoặc thu hồi tư cách tham gia mô hình.

Bài học quản trị: Bài học cốt lõi là nguyên tắc "đóng băng rủi ro tức thì - xử lý dựa trên bằng chứng" thông qua cơ chế phản ứng nhanh (tối đa 2 giờ) và sự phối hợp liên ngành chặt chẽ. Việc tạm dừng hiển thị ngay lập tức giúp cắt đứt thiệt hại cho người tiêu dùng, trong khi quy trình giải trình minh bạch và sự can thiệp của Quản lý thị trường đảm bảo tính công bằng, tạo sức răn đe mạnh mẽ. Đồng thời, rủi ro này cũng đòi hỏi ban quản trị phải liên tục thắt chặt quy trình thẩm định doanh nghiệp (KYB) và kiểm soát nghiêm ngặt nguồn gốc hàng hóa ngay từ khâu đầu vào để phòng ngừa tận gốc.

Tình huống 7: Rủi ro về lừa đảo trực tuyến, xâm phạm dữ liệu và gian lận thanh toán

Cách xử lý: Khi có dấu hiệu chiếm đoạt tài sản, giả mạo gian hàng, giả mạo QR/thanh toán, phát tán mã độc, lộ lọt dữ liệu cá nhân hoặc tội phạm công nghệ cao, hồ sơ được chuyển ngay cho Công an Thành phố hoặc đầu mối công an có thẩm quyền; Sở Công Thương phối hợp doanh nghiệp nền tảng, ngân hàng/ví điện tử và địa phương tạm dừng hiển thị, cảnh báo người tiêu dùng và lưu chứng cứ điện tử theo hướng dẫn.

Bài học quản trị: Đối với rủi ro mang tính chất tội phạm công nghệ cao, bài học sống còn là sự phối hợp đa bên thần tốc (Nền tảng - Ngân hàng - Cơ quan Công an) nhằm thiết lập mạng lưới phòng thủ đa lớp và leo thang sự cố đúng cấp độ thẩm quyền. Nền tảng cần phải ưu tiên bảo lưu nguyên vẹn chứng cứ điện tử, lập tức phong tỏa dòng tiền, minh bạch cảnh báo để bảo vệ người tiêu dùng, đồng thời phải chủ động bít các lỗ hổng hệ thống bằng cách áp dụng tiêu chuẩn xác thực nghiêm ngặt (như 2FA) đối với mọi thay đổi về thông tin thanh toán và dữ liệu nhạy cảm.

Tình huống 8: Lộ dữ liệu cá nhân từ phiếu phản ánh

Cách xử lý: Khóa quyền truy cập, xác định phạm vi lộ lọt, thông báo đầu mối có thẩm quyền, khắc phục, rà soát phân quyền và nhật ký.

Bài học quản trị: Chỉ thu thập dữ liệu tối thiểu, không lưu giấy tờ tùy thân nếu không có căn cứ.

Tình huống 9: Doanh nghiệp nền tảng sử dụng logo bảo trợ sai mục đích

Cách xử lý: Yêu cầu chấm dứt, cải chính, thu hồi quyền sử dụng nhận diện, xem xét đưa khỏi danh sách đồng hành.

Bài học quản trị: Cần quy chuẩn nhận diện và điều khoản sử dụng logo ngay từ đầu.

Tình huống 10: AI phân loại nhằm phản ánh nghiêm trọng thành phần ảnh thông thường

Cách xử lý: Cán bộ kiểm duyệt lại, nâng mức xử lý, cập nhật bộ từ khóa rủi ro, ghi nhận lỗi mô hình.

Bài học quản trị: AI chỉ hỗ trợ nghiệp vụ, không thay thế trách nhiệm của cán bộ.

Tình huống 11: Báo chí phản ánh sản phẩm được bảo trợ có chất cấm/hóa chất độc hại

Cách xử lý: Kích hoạt trong 2 giờ: tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình, ẩn sản phẩm, bảo toàn hồ sơ, phát ngôn bước đầu minh bạch, chuyển cơ quan điều tra/chuyên ngành, cập nhật kết quả theo thẩm quyền.

Bài học quản trị: Phải có quy trình khủng hoảng, không né tránh thông tin và khẳng định nguyên tắc thượng tôn pháp luật.

Tình huống 12: Địa phương báo cáo số liệu đẹp nhưng không có minh chứng

Cách xử lý: Yêu cầu bổ sung minh chứng, kiểm tra mẫu, điều chỉnh KPI, không dùng số liệu thiếu căn cứ để kết luận nhân rộng.

Bài học quản trị: Báo cáo phải dựa trên dữ liệu, ảnh, danh sách, biên bản và nhật ký hệ thống.

PHỤ LỤC 13: HỒ SƠ NGHIỆP VỤ MẪU CHO ĐIỂM HỖ TRỢ TIÊU DÙNG SỐ CẤP XÃ/PHƯỜNG

Điểm hỗ trợ tiêu dùng số cấp xã/phường được tổ chức theo hướng lồng ghép, kiêm nhiệm, tận dụng điểm tiếp dân, bộ phận một cửa, ban quản lý chợ, tổ chuyển đổi số cộng đồng hoặc điểm sinh hoạt cộng đồng hiện có; không thành lập bộ máy mới. Hồ sơ nghiệp vụ mẫu chỉ phục vụ hướng dẫn, tiếp nhận ban đầu, chuyển hồ sơ và theo dõi kết quả trả lời của đầu mối chuyên môn, không giao xã/phường thẩm định sản phẩm, công nhận chủ thể kinh doanh đạt tiêu chí minh bạch hoặc giải quyết tranh chấp TMĐT.

Điểm hỗ trợ tiêu dùng số cấp xã/phường là nơi hướng dẫn, tiếp nhận thông tin ban đầu, hỗ trợ tra cứu và chuyển phản ánh đúng đầu mối; không phải nơi kết luận vi phạm, bảo lãnh chất lượng hoặc đứng ra giải quyết tranh chấp thay cơ quan có thẩm quyền.

STT	Biểu mẫu/hồ sơ	Mục đích sử dụng	Đơn vị lưu giữ
1	Bảng phân công đầu mối	Ghi rõ cán bộ phụ trách, số điện thoại, giờ trực, phạm vi hỗ trợ	UBND xã/phường
2	Sổ trực hỗ trợ tiêu dùng số	Ghi từng lượt hỗ trợ, nội dung, kết quả, vụ việc chuyển tiếp	Điểm hỗ trợ
3	Phiếu tiếp nhận phản ánh	Thu thập thông tin tối thiểu, mã hồ sơ, chứng cứ giao dịch, đồng ý xử lý dữ liệu	UBND xã/phường/Sở Công Thương
4	Mẫu hướng dẫn quét QR và kiểm tra thông tin	Hướng dẫn người dân tra cứu người bán, sản phẩm, phản ánh, thanh toán	Điểm hỗ trợ/chợ
5	Mẫu hướng dẫn thanh toán an toàn	Sử dụng tại điểm hỗ trợ, lưu bản giấy hoặc điện tử, cập nhật định kỳ theo mẫu Sở Công Thương ban hành	UBND xã/phường hoặc ban quản lý chợ
6	Mẫu cam kết người bán	Cam kết công khai thông tin, không quảng cáo sai, xử lý khiếu nại, bảo vệ dữ liệu	Chủ thể kinh doanh

STT	Biểu mẫu/hồ sơ	Mục đích sử dụng	Đơn vị lưu giữ
7	Checklist công khai thông tin quầy/gian hàng	Rà soát tên người bán, giá, nguồn gốc, đổi trả, liên hệ, QR phản ánh	Ban quản lý chợ/địa phương
8	Danh bạ đầu mối liên ngành	Liên hệ nhanh khi có vụ việc về thuế, công an, quản lý thị trường, ATTP, dữ liệu	Sở Công Thương/UBND
9	Mẫu báo cáo tuần/tháng	Tổng hợp lượt hỗ trợ, phản ánh, lỗi thường gặp, kiến nghị	UBND xã/phường
10	Bảng câu hỏi hài lòng	Đo mức độ dễ dùng, dễ hiểu, tin cậy, thời gian phản hồi	Sở Công Thương/địa phương

Bảng 27: Hồ sơ nghiệp vụ mẫu cho điểm hỗ trợ tiêu dùng số cấp xã/phường.

Tình huống nghiệp vụ: Người dân cần kiểm tra sản phẩm có thuộc mô hình không

Cán bộ hướng dẫn quét QR hoặc tra cứu danh mục; nếu không thấy sản phẩm, giải thích rằng sản phẩm chưa thuộc mô hình chứ không kết luận là hàng kém chất lượng.

Tình huống nghiệp vụ: Tiểu thương muốn đăng ký tham gia

Điểm hỗ trợ phát checklist pháp lý, định danh, sản phẩm, thanh toán, khiếu nại; hẹn thời hạn bổ sung hồ sơ và chuyển danh sách về Sở Công Thương.

Tình huống nghiệp vụ: Người cao tuổi không biết gửi phản ánh

Cán bộ hỗ trợ ghi nhận tối thiểu, hướng dẫn lưu tin nhắn/hình ảnh/chuyển khoản, tạo mã hồ sơ và thông báo kênh theo dõi.

Tình huống nghiệp vụ: Phát hiện QR nghi bị thay thế

Điểm hỗ trợ báo ngay ban quản lý chợ, tạm dừng sử dụng QR, ghi nhận ảnh hiện trường và chuyển Công an nếu có dấu hiệu chiếm đoạt.

Tình huống nghiệp vụ: Báo chí hỏi về một vụ việc đang xác minh

Điểm hỗ trợ không tự phát ngôn vượt thẩm quyền, ghi nhận câu hỏi và chuyển đầu mối Sở Công Thương theo quy trình truyền thông khủng hoảng.

PHỤ LỤC 14: BỘ TÌNH HUỐNG THÍ ĐIỂM THEO LOẠI ĐỊA BÀN

Hà Nội có nhiều kiểu địa bàn khác nhau; vì vậy Đề án không triển khai bình quân, dàn trải. Mỗi loại địa bàn cần một trọng tâm can thiệp, một bộ chỉ tiêu đo lường và một cách tổ chức lực lượng khác nhau, nhưng vẫn dùng chung tiêu chí, quy trình và dữ liệu của toàn Thành phố.

Loại địa bàn	Đặc điểm chính	Trọng tâm can thiệp	KPI ưu tiên
Đô thị lõi	Giao dịch đa kênh nhiều, rủi ro quảng cáo sai, hàng giả và truyền thông nhanh	Kênh phản ánh nhanh, kiểm tra công khai thông tin, cảnh báo gian lận, phối hợp nền tảng	Thời gian phản hồi, số cảnh báo, số vụ việc lặp lại được xử lý
Ven đô	Hạ tầng số chưa đồng đều, nhiều hộ kinh doanh nhỏ, nông sản/thực phẩm phân tán	Tập huấn nền tảng, truy xuất, điểm gom hàng, thanh toán QR, hỗ trợ đóng gói	Số chủ thể được chuẩn hóa hồ sơ, tỷ lệ thanh toán QR, số điểm gom vận hành
Làng nghề	Có câu chuyện sản phẩm, nguy cơ bị sao chép mẫu mã, nhiều cơ sở gia đình	Hồ sơ sản phẩm, hình ảnh/video quy trình, bảo hộ nhãn hiệu, chống giả mạo	Số sản phẩm có hồ sơ số, số QR truy xuất, số cơ sở được hướng dẫn sở hữu trí tuệ
Chợ dân sinh	Giao dịch nhỏ lẻ, tiền mặt phổ biến, người bán lớn tuổi, thông tin quầy hàng chưa chuẩn	QR thanh toán, bảng thông tin quầy, điểm hỗ trợ số, hướng dẫn phản ánh tại chỗ	Số quầy có QR hợp lệ, số lượt hỗ trợ, tỷ lệ thông tin quầy đạt chuẩn
Tuyến phố thương mại/du lịch	Khách vắng lai nhiều, nhu cầu minh bạch giá và phản ánh nhanh, có yếu tố ngoại ngữ	QR thông tin song ngữ, bảng giá công khai, kênh phản ánh nhanh, hướng dẫn đổi trả	Số điểm có QR thông tin, số phản ánh được xử lý, mức hài lòng của khách
Khu dịch vụ ăn uống	Liên quan ATTP, đánh giá trực tuyến tác động mạnh, rủi ro khủng hoảng truyền thông cao	Công khai giấy tờ, quản trị đánh giá, xử lý phản ánh chất lượng, kịch bản khủng hoảng	Số cơ sở công khai giấy tờ, thời gian xử lý phản ánh ATTP, số vụ việc được đóng đúng quy trình

Bảng 28: Bộ tình huống thí điểm theo loại địa bàn.

Kịch bản 1 - Đô thị lõi

Đặc điểm: Tập trung điểm bán mật độ cao, thanh toán số phổ biến nhưng rủi ro hàng giả/quảng cáo/livestream cao. Khi triển khai tại đô thị lõi, cần bắt đầu bằng rà soát danh sách doanh nghiệp, chủ thể sản xuất - kinh doanh phân nhóm theo ngành hàng, đánh giá mức độ thanh toán số, mức độ công khai thông tin và khả năng cung cấp hồ sơ sản phẩm. Không nên áp dụng một mẫu cứng cho mọi địa bàn vì nguồn lực, hành vi người tiêu dùng và rủi ro thị trường khác nhau.

Ưu tiên can thiệp: Ưu tiên kênh phản ánh, kiểm tra công khai thông tin, cảnh báo gian lận. Cách làm cụ thể gồm xây dựng danh sách 20-50 chủ thể đầu tiên, tổ chức một buổi tập huấn thực hành, bố trí một đầu mối hỗ trợ, thiết lập mã QR phản ánh, hướng dẫn công khai thông tin, theo dõi kết quả sau 30 ngày và đánh giá lại sau 90 ngày.

Chỉ tiêu đánh giá gồm số chủ thể được chuẩn hóa, số sản phẩm có thông tin đầy đủ, số mã QR được sử dụng, tỷ lệ phản ánh được xử lý, mức độ hài lòng, số vụ việc rủi ro phát sinh và số đề xuất cải tiến từ địa phương. Kết quả tốt sẽ được dùng làm mô hình mẫu cho nhóm địa bàn tương tự.

Kịch bản 2 - Ven đô

Đặc điểm: Hạ tầng số không đồng đều, nhiều hộ kinh doanh nhỏ, nhóm hàng nông sản/thực phẩm. Khi triển khai tại địa bàn ven đô, cần rà soát danh sách chủ thể cơ sở sản xuất - kinh doanh, hộ kinh doanh cá thể phân nhóm theo ngành hàng, đánh giá mức độ thanh toán số, mức độ công khai thông tin và khả năng cung cấp hồ sơ sản phẩm. Không nên áp dụng một mẫu cứng cho mọi địa bàn vì nguồn lực, hành vi người tiêu dùng và rủi ro thị trường khác nhau.

Ưu tiên can thiệp: Ưu tiên tập huấn, truy xuất nguồn gốc, điểm gom hàng; xây dựng danh sách 30-50 chủ thể đầu tiên, tổ chức một buổi tập huấn thực hành, bố trí một đầu mối hỗ trợ, thiết lập mã QR phản ánh, hướng dẫn công khai thông tin, theo dõi kết quả sau 30 ngày và đánh giá lại sau 90 ngày.

Chỉ tiêu đánh giá gồm số chủ thể được chuẩn hóa, số sản phẩm có thông tin đầy đủ, số mã QR được sử dụng, tỷ lệ phản ánh được xử lý, mức độ hài lòng, số vụ việc rủi ro phát sinh và số đề xuất cải tiến từ địa phương. Kết quả tốt sẽ được dùng làm mô hình mẫu cho nhóm địa bàn tương tự.

Kịch bản 3 - Làng nghề

Đặc điểm: Có câu chuyện sản phẩm, nguy cơ bị sao chép mẫu mã, cần thương hiệu số. Khi triển khai tại các làng nghề, cần bắt đầu bằng rà soát danh sách chủ thể cơ

sở OCOP, làng nghề thủ công mỹ nghệ, phân nhóm theo ngành hàng, đánh giá mức độ thanh toán số, mức độ công khai thông tin và khả năng cung cấp hồ sơ sản phẩm. Không nên áp dụng một mẫu cứng cho mọi địa bàn vì nguồn lực, hành vi người tiêu dùng và rủi ro thị trường khác nhau.

Ưu tiên can thiệp: Ưu tiên hồ sơ sản phẩm, hình ảnh/video, chống giả mạo. Cách làm cụ thể gồm xây dựng danh sách 20-50 chủ thể cơ sở OCOP, làng nghề thủ công mỹ nghệ, tổ chức một buổi tập huấn thực hành, bố trí một đầu mối hỗ trợ, thiết lập mã QR phản ánh, hướng dẫn công khai thông tin, theo dõi kết quả sau 30 ngày và đánh giá lại sau 90 ngày.

Chỉ tiêu đánh giá gồm số chủ thể được chuẩn hóa, số sản phẩm có thông tin đầy đủ, số mã QR được sử dụng, tỷ lệ phản ánh được xử lý, mức độ hài lòng, số vụ việc rủi ro phát sinh và số đề xuất cải tiến từ địa phương. Kết quả tốt sẽ được dùng làm mô hình mẫu cho nhóm địa bàn tương tự.

Kịch bản 4 - Chợ dân sinh

Đặc điểm: Giao dịch nhỏ lẻ, tiền mặt còn nhiều, người bán lớn tuổi. Khi triển khai tại địa bàn này, cần bắt đầu bằng rà soát danh sách chủ thể, phân nhóm theo ngành hàng, đánh giá mức độ thanh toán số, mức độ công khai thông tin và khả năng cung cấp hồ sơ sản phẩm. Không nên áp dụng một mẫu cứng cho mọi địa bàn vì nguồn lực, hành vi người tiêu dùng và rủi ro thị trường khác nhau.

- Bắt đầu từ việc “dễ nhìn - dễ quét - dễ hỏi”: bảng thông tin quầy, QR thanh toán, QR phản ánh và bàn hỗ trợ người dân vào khung giờ cao điểm.

- Không ép tiểu thương chuyển đổi toàn bộ ngay; chọn nhóm quầy sẵn sàng làm mẫu, sau đó lan tỏa qua ban quản lý chợ và tổ chuyển đổi số cộng đồng.

- Đo lường theo quầy: QR hợp lệ, bảng thông tin đạt chuẩn, số lượt người dân được hướng dẫn, số phản ánh tại chỗ và số lỗi thanh toán được xử lý.

Kịch bản 5 - Tuyến phố thương mại/du lịch

- Chuẩn hóa bảng giá, chính sách đổi trả, thông tin người bán và kênh phản ánh bằng QR; nơi có khách quốc tế cần thông tin tối thiểu bằng tiếng Anh.

- Phối hợp lực lượng địa phương kiểm tra hành vi chèo kéo, nâng giá, quảng cáo sai hoặc sử dụng nhận diện tham gia mô hình để tạo niềm tin không đúng bản chất.

- Đo lường theo tuyến: số điểm bán công khai thông tin, phản ánh của khách vắng lại, thời gian xử lý và mức độ cải thiện hình ảnh thương mại văn minh.

Kịch bản 6 - Khu dịch vụ ăn uống

Đặc điểm: Liên quan ATTP, ứng dụng giao đồ ăn, đánh giá trực tuyến. Khi triển khai tại địa bàn này, cần bắt đầu bằng rà soát danh sách chủ thể, phân nhóm theo ngành hàng, đánh giá mức độ thanh toán số, mức độ công khai thông tin và khả năng cung cấp hồ sơ sản phẩm. Không nên áp dụng một mẫu cứng cho mọi địa bàn vì nguồn lực, hành vi người tiêu dùng và rủi ro thị trường khác nhau.

- Ưu tiên công khai giấy tờ ATTP, nguồn nguyên liệu chủ lực, kênh phản ánh chất lượng và quy trình xử lý đánh giá tiêu cực trên nền tảng số.

- Thiết lập sẵn kịch bản khủng hoảng truyền thông: Tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình trong 02 giờ khi có nghi vấn nghiêm trọng, bảo toàn chứng cứ, phối hợp phát ngôn và chuyển cơ quan chuyên môn.

- Đo lường theo cơ sở: Hồ sơ công khai, phản ánh về chất lượng/ATTP, thời gian phản hồi, kết quả xác minh và biện pháp khắc phục sau xử lý.

PHỤ LỤC 15: BẢNG KIỂM TRIỂN KHAI CHO DOANH NGHIỆP, HỢP TÁC XÃ, HỘ KINH DOANH VÀ CHỦ THẺ OCOP

Bảng kiểm dùng cho cả tự đánh giá của chủ thể kinh doanh và rà soát của cơ quan/đơn vị hỗ trợ. Mục tiêu là hướng dẫn khắc phục trước khi loại khỏi mô hình, trừ trường hợp có vi phạm nghiêm trọng, gian lận, hàng giả, xâm phạm dữ liệu hoặc không hợp tác xử lý phản ánh.

Pháp lý và định danh

STT	Nội dung kiểm tra	Kết quả	Minh chứng	Ghi chú khắc phục
1	Có đăng ký kinh doanh hoặc giấy tờ hợp lệ	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
2	Có mã số thuế hoặc đã được hướng dẫn đăng ký	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
3	Có thông tin liên hệ công khai	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
4	Có người chịu trách nhiệm gian hàng số	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
5	Có phương án xác thực người đại diện/VNeID khi đủ điều kiện	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục

Bảng 29: Bảng kiểm nhóm pháp lý và định danh

Sau khi rà soát nhóm “Pháp lý và định danh”, chủ thể được thông báo rõ điểm đạt, điểm chưa đạt, tài liệu cần bổ sung và thời hạn khắc phục. Kết quả bảng kiểm là căn cứ để tham gia, duy trì hoặc tạm dừng tư cách trong mô hình.

Sản phẩm và chất lượng

STT	Nội dung kiểm tra	Kết quả	Minh chứng	Ghi chú khắc phục
1	Tên sản phẩm, quy cách, giá, hình ảnh thật thống nhất	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
2	Có chứng nhận/công bố/ATTP nếu thuộc nhóm bắt buộc	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
3	Có truy xuất nguồn gốc hoặc mã định danh	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
4	Có thông tin hạn dùng, bảo quản, cảnh báo nếu cần	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục

Bảng 30: Bảng kiểm nhóm sản phẩm và chất lượng.

Sau khi rà soát nhóm “Sản phẩm và chất lượng”, chủ thể được thông báo rõ điểm đạt, điểm chưa đạt, tài liệu cần bổ sung và thời hạn khắc phục. Kết quả bảng kiểm là căn cứ để tham gia, duy trì hoặc tạm dừng tư cách trong mô hình.

Kênh bán và nội dung số

STT	Nội dung kiểm tra	Kết quả	Minh chứng	Ghi chú khắc phục
1	Đường dẫn kênh bán hợp lệ	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
2	Nội dung quảng cáo không sai sự thật	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục

STT	Nội dung kiểm tra	Kết quả	Minh chứng	Ghi chú khắc phục
3	Livestream có kịch bản tuân thủ	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
4	Không sử dụng hình ảnh/nhãn hiệu vi phạm	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục

Bảng 31: Bảng kiểm nhóm kênh bán và nội dung số.

Sau khi rà soát nhóm “Kênh bán và nội dung số”, chủ thể được thông báo rõ điểm đạt, điểm chưa đạt, tài liệu cần bổ sung và thời hạn khắc phục. Kết quả bảng kiểm là căn cứ để tham gia, duy trì hoặc tạm dừng tư cách trong mô hình.

Thanh toán và logistics

STT	Nội dung kiểm tra	Kết quả	Minh chứng	Ghi chú khắc phục
1	Có QR/chuyển khoản/POS đúng chủ thể	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
2	Có quy trình xác nhận và đối soát thanh toán	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
3	Có chính sách giao hàng, đổi trả, hoàn hàng	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
4	Có hướng dẫn đóng gói theo nhóm sản phẩm	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục

Bảng 32: Bảng kiểm nhóm thanh toán và logistics.

Sau khi rà soát nhóm “Thanh toán và logistics”, chủ thể được thông báo rõ điểm đạt, điểm chưa đạt, tài liệu cần bổ sung và thời hạn khắc phục. Kết quả bảng kiểm là căn cứ để tham gia, duy trì hoặc tạm dừng tư cách trong mô hình.

Bảo vệ người tiêu dùng và dữ liệu

STT	Nội dung kiểm tra	Kết quả	Minh chứng	Ghi chú khắc phục
1	Có chính sách đổi trả/khiếu nại công khai	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
2	Có số điện thoại/kênh tiếp nhận phản ánh	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
3	Lưu chứng cứ giao dịch hợp lý	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
4	Không yêu cầu dữ liệu cá nhân quá mức	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục
5	Phản hồi khiếu nại đúng thời hạn	Đạt/Chưa đạt	Tài liệu, ảnh chụp, đường dẫn, biên bản	Thời hạn/đầu mối khắc phục

Bảng 33: Bảng kiểm nhóm bảo vệ người tiêu dùng và dữ liệu.

Sau khi rà soát nhóm “Bảo vệ người tiêu dùng và dữ liệu”, chủ thể được thông báo rõ điểm đạt, điểm chưa đạt, tài liệu cần bổ sung và thời hạn khắc phục. Kết quả bảng kiểm là căn cứ để tham gia, duy trì hoặc tạm dừng tư cách trong mô hình.

PHỤ LỤC 16: KHUNG BÁO CÁO ĐỊNH KỲ, ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG VÀ ĐỀ XUẤT NHÂN RỘNG

Khung báo cáo được thiết kế để trả lời bốn câu hỏi quản trị: mô hình đã làm gì, kết quả đo được ra sao, vấn đề phát sinh là gì và có nên nhân rộng hay điều chỉnh không. Báo cáo phải có số liệu, phân tích, minh chứng và kiến nghị; không chỉ liệt kê hoạt động. Báo cáo phải nêu rõ kỳ báo cáo, phạm vi địa bàn, số liệu kỳ này, thay đổi so với kỳ trước, nguyên nhân và hành động tiếp theo.

STT	Mục báo cáo	Nội dung tối thiểu	Nguồn thông tin
1	Tổng quan tiến độ	Tóm tắt nhiệm vụ đã hoàn thành, nhiệm vụ chậm, nguyên nhân, kiến nghị điều hành	Kế hoạch Đề án, biên bản họp, nhật ký nhiệm vụ
2	Kết quả theo KPI	Bảng so sánh chỉ tiêu kỳ này/kỳ trước, tỷ lệ đạt, xu hướng tăng giảm	Dashboard, báo cáo địa phương, hệ thống phản ánh
3	Địa bàn thí điểm	Số địa bàn, kịch bản triển khai, đầu mối, vấn đề phát sinh, khả năng nhân rộng	UBND xã/phường, biên bản kiểm tra
4	Chủ thể và sản phẩm	Số chủ thể/sản phẩm, trạng thái hồ sơ, truy xuất, định danh, công khai thông tin	Cơ sở dữ liệu chủ thể/sản phẩm
5	Phản ánh và khiếu nại	Số hồ sơ tiếp nhận, phân loại, thời gian xử lý, vụ việc quá hạn, cảnh báo rủi ro	Hệ thống phản ánh, sổ trực, cơ quan phối hợp
6	Đào tạo và truyền thông	Số lớp, số người tham dự, sản phẩm sau tập huấn, mức độ tiếp cận truyền thông	Báo cáo lớp học, danh sách, khảo sát hài lòng
7	Dữ liệu, dashboard và AI	Tình trạng dữ liệu, cảnh báo, chất lượng phân loại, lỗi/hiệu chỉnh AI nếu có	Dashboard, nhật ký hệ thống, báo cáo dữ liệu

8	Rủi ro và xử lý khủng hoảng	Rủi ro phát sinh, biện pháp xử lý, vụ việc tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình, phát ngôn báo chí nếu có	Sổ tay rủi ro, hồ sơ vụ việc, thông cáo
9	Nguồn lực và xã hội hóa	Kinh phí sử dụng, nguồn lực doanh nghiệp, đóng góp phi tài chính, vướng mắc mua sắm/thuê dịch vụ	Hồ sơ tài chính, thỏa thuận hợp tác
10	Kiến nghị điều chỉnh/nhân rộng	Điều kiện nhân rộng, tiêu chí cần sửa, nhiệm vụ cần bổ sung, nguồn lực đề xuất	Báo cáo đánh giá, ý kiến địa phương, chuyên gia

Bảng 34: Khung báo cáo định kỳ, đánh giá tác động và đề xuất nhân rộng.

Tổng quan tiến độ

Nội dung cần trình bày: Tóm tắt nhiệm vụ đã hoàn thành, nhiệm vụ chậm, nguyên nhân, kiến nghị điều hành. Nguồn thông tin chính: Kế hoạch Đề án, biên bản họp, nhật ký nhiệm vụ.

Kết quả theo KPI

Nội dung cần trình bày: Bảng so sánh chỉ tiêu kỳ này/kỳ trước, tỷ lệ đạt, xu hướng tăng giảm. Nguồn thông tin chính: Dashboard, báo cáo địa phương, hệ thống phản ánh.

Địa bàn thí điểm

Nội dung cần trình bày: Số địa bàn, loại mô hình, đầu mối, vấn đề phát sinh, khả năng nhân rộng. Nguồn thông tin chính: UBND xã/phường, biên bản kiểm tra.

Nguyên tắc báo cáo: Ưu tiên tự động tổng hợp từ hệ thống dùng chung, biểu mẫu điện tử và dữ liệu đã có; cấp xã/phường chỉ cập nhật thông tin phát sinh cần thiết theo phân quyền, không lập nhiều báo cáo trùng nội dung. Báo cáo đánh giá tác động phải phân biệt rõ kết quả của Đề án với kết quả của các chương trình gian hàng số, chợ 4.0, chuyển đổi số cộng đồng hoặc xúc tiến thương mại khác để tránh tính trùng chỉ tiêu.

Chủ thể và sản phẩm

Nội dung cần trình bày: Số chủ thể/sản phẩm, trạng thái hồ sơ, truy xuất, định danh, công khai thông tin. Nguồn thông tin chính: Cơ sở dữ liệu chủ thể/sản phẩm.

Phản ánh và khiếu nại

Nội dung cần trình bày: Sổ hồ sơ tiếp nhận, phân loại, thời gian xử lý, vụ việc quá hạn, cảnh báo rủi ro. Nguồn thông tin chính: Hệ thống phản ánh, sổ trực, cơ quan phối hợp.

Đào tạo và truyền thông

Nội dung cần trình bày: Số lớp, số người tham dự, sản phẩm sau tập huấn, mức độ tiếp cận truyền thông. Nguồn thông tin chính: Báo cáo lớp học, danh sách, khảo sát hài lòng.

Dữ liệu, dashboard và AI

Nội dung cần trình bày: Tình trạng dữ liệu, cảnh báo, chất lượng phân loại, lỗi/hiệu chỉnh AI nếu có. Nguồn thông tin chính: Dashboard, nhật ký hệ thống, báo cáo dữ liệu.

Rủi ro và xử lý khủng hoảng

Nội dung cần trình bày: Rủi ro phát sinh, biện pháp xử lý, vụ việc tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình, phát ngôn báo chí nếu có. Nguồn thông tin chính: Sổ tay rủi ro, hồ sơ vụ việc, thông cáo.

Nguồn lực và xã hội hóa

Nội dung cần trình bày: Kinh phí sử dụng, nguồn lực doanh nghiệp, đóng góp phi tài chính, vướng mắc mua sắm/thuê dịch vụ. Nguồn thông tin chính: Hồ sơ tài chính, thỏa thuận hợp tác.

Kiến nghị điều chỉnh/nhân rộng

Nội dung cần trình bày: Điều kiện nhân rộng, tiêu chí cần sửa, nhiệm vụ cần bổ sung, nguồn lực đề xuất. Nguồn thông tin chính: Báo cáo đánh giá, ý kiến địa phương, chuyên gia.

Đánh giá tác động cuối kỳ

Báo cáo cuối kỳ cần đánh giá theo 05 nhóm: tác động đối với người tiêu dùng; tác động đối với chủ thể kinh doanh; tác động đối với quản lý nhà nước; hiệu quả sử dụng nguồn lực; khả năng nhân rộng. Mỗi tác động phải có dữ liệu định lượng hoặc minh chứng định tính rõ ràng.

Điều kiện đề xuất nhân rộng

- Quy trình vận hành ổn định tối thiểu 06 tháng tại điểm thí điểm.
- Dữ liệu được cập nhật đúng hạn, có minh chứng và ít sai lệch nghiêm trọng.

– Chủ thể tham gia có mức độ tuân thủ tốt, phản ánh được xử lý đúng hạn và rủi ro truyền thông được kiểm soát.

– Chi phí vận hành phù hợp, có khả năng huy động xã hội hóa và địa phương có đầu mối đủ năng lực.

Mẫu cấu trúc báo cáo quý

Báo cáo quý của Đề án cần trình bày theo logic điều hành, không chỉ liệt kê hoạt động. Mỗi báo cáo phải bắt đầu bằng 01 trang tổng hợp tình hình, nêu rõ địa bàn đã triển khai, chủ thể/sản phẩm đã đưa vào mô hình, số phản ánh đã tiếp nhận, số hồ sơ xử lý đúng hạn, nhiệm vụ chậm, rủi ro nổi bật và kiến nghị cần lãnh đạo xem xét. Phần nội dung chi tiết được trình bày theo các mục KPI, địa bàn, chủ thể, phản ánh, truyền thông, dữ liệu, tài chính và rủi ro.

– Phần “đánh giá tiến độ” phải đối chiếu với lộ trình đã phê duyệt, nêu việc hoàn thành, việc chưa hoàn thành, nguyên nhân và đơn vị chịu trách nhiệm. Không sử dụng các cụm từ chung chung như “cơ bản hoàn thành” nếu không có số liệu hoặc minh chứng kèm theo.

– Phần “đánh giá kết quả” phải dùng số liệu kỳ này, số liệu lũy kế, tỷ lệ đạt so với mục tiêu năm và so sánh với kỳ trước. Trường hợp số liệu tăng/giảm bất thường phải có giải thích, ví dụ do mở rộng địa bàn, thay đổi cách ghi nhận, chiến dịch truyền thông hoặc vụ việc rủi ro phát sinh.

– Phần “kiến nghị” phải phân loại theo thẩm quyền: nội dung Sở Công Thương xử lý ngay, nội dung cần phối hợp sở ngành, nội dung cần UBND Thành phố chỉ đạo và nội dung cần kiến nghị Trung ương hoặc cơ quan chuyên ngành.

Mục báo cáo quý	Câu hỏi điều hành cần trả lời	Minh chứng tối thiểu
Tiến độ nhiệm vụ	Nhiệm vụ nào đã hoàn thành, nhiệm vụ nào chậm, nguyên nhân và trách nhiệm là gì?	Kế hoạch, biên bản, ảnh hiện trường, văn bản ban hành
KPI đầu ra	Chỉ tiêu nào đạt, chưa đạt, có xu hướng tăng/giảm ra sao?	Dashboard, bảng số liệu, báo cáo địa phương
Địa bàn thí điểm	Địa bàn nào vận hành tốt, địa bàn nào cần hỗ trợ, điều kiện nhân rộng là gì?	Phiếu khảo sát, biên bản kiểm tra, nhật ký hỗ trợ

Phản ánh người tiêu dùng	Vụ việc tập trung ở nhóm nào, thời hạn xử lý ra sao, có cảnh báo mới không?	Mã hồ sơ, trạng thái xử lý, kết quả phản hồi
Rủi ro và truyền thông	Có vụ việc gây dư luận, có phải tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình hoặc phát ngôn không?	Hồ sơ khủng hoảng, thông cáo, báo cáo xử lý
Nguồn lực	Kinh phí, xã hội hóa, nhân lực có đáp ứng tiến độ không?	Hồ sơ tài chính, thỏa thuận phối hợp, danh sách chuyên gia

Bảng 35: Cấu trúc báo cáo quý phục vụ điều hành Đề án.

Mẫu đánh giá cuối kỳ

Đánh giá cuối kỳ cần được chuẩn bị ngay từ đầu để tránh tình trạng tổng kết theo cảm tính. Báo cáo cuối kỳ không chỉ xác nhận đã triển khai bao nhiêu hoạt động, mà phải trả lời Đề án có làm tăng niềm tin tiêu dùng số hay không, có giúp quản lý nhà nước tốt hơn hay không, chi phí có hợp lý hay không và mô hình có thể nhân rộng ở điều kiện nào.

– Đối với người tiêu dùng, đánh giá mức độ dễ tra cứu thông tin, mức độ tin tưởng khi mua hàng, khả năng gửi phản ánh, thời gian phản hồi và mức độ hài lòng sau xử lý. Cần khảo sát mẫu người dân tại địa bàn thí điểm và nhóm người tiêu dùng đã gửi phản ánh.

– Đối với người bán, đánh giá năng lực công khai thông tin, quản lý gian hàng, thanh toán số, truy xuất nguồn gốc, xử lý khiếu nại, tuân thủ thuế/hóa đơn và bảo vệ dữ liệu cá nhân. Cần so sánh trước - sau tập huấn để chứng minh hiệu quả hỗ trợ.

– Đối với cơ quan quản lý, đánh giá mức độ đầy đủ của dữ liệu, khả năng cảnh báo sớm, thời gian chuyển xử lý, chất lượng phối hợp liên ngành, mức độ giảm hồ sơ tồn đọng và khả năng sử dụng dashboard trong chỉ đạo điều hành.

– Đối với nguồn lực, đánh giá chi phí theo từng kết quả đầu ra: chi phí cho một địa bàn thí điểm, một chủ thể được chuẩn hóa, một sản phẩm được truy xuất, một lớp đào tạo, một phản ánh được xử lý đúng hạn và một báo cáo dữ liệu có giá trị điều hành.

Nhóm tác động	Chỉ số đánh giá	Phương pháp đo
Người tiêu dùng	Mức hài lòng, tỷ lệ phản ánh được phản hồi, tỷ lệ người biết kênh tra cứu/QR	Khảo sát mẫu, dữ liệu phản ánh, phỏng vấn nhanh tại điểm hỗ trợ
Người bán	Tỷ lệ hồ sơ đạt chuẩn, tỷ lệ dùng thanh toán số, tỷ lệ có truy xuất, tỷ lệ phản hồi đúng hạn	Checklist trước - sau, dữ liệu điểm bán, biên bản hỗ trợ
Địa phương	Mức độ cập nhật dữ liệu, số lượt hỗ trợ, khả năng duy trì đầu mối	Báo cáo xã/phường, nhật ký hỗ trợ, kiểm tra mẫu
Quản lý nhà nước	Thời gian xử lý vụ việc, số cảnh báo sớm, số báo cáo phục vụ điều hành	Dashboard, sổ hồ sơ, biên bản liên ngành
Nguồn lực	Chi phí theo sản phẩm đầu ra, tỷ lệ xã hội hóa, mức độ phù hợp của khái toán	Hồ sơ tài chính, hợp đồng/thỏa thuận, báo cáo quyết toán

Bảng 36: Nhóm tác động, chỉ số đánh giá và phương pháp đo.

Quy tắc đề xuất nhân rộng

Việc nhân rộng chỉ được đề xuất khi mô hình đạt đồng thời ba điều kiện: hiệu quả thực chất, rủi ro kiểm soát được và chi phí phù hợp. Nếu một địa bàn có số lượng hoạt động lớn nhưng dữ liệu thiếu minh chứng, phản ánh xử lý chậm hoặc còn hiểu sai về bản chất bảo trợ, không nên nhân rộng ngay mà cần tiếp tục thí điểm có điều chỉnh.

– Nhân rộng theo chiều sâu: tăng chất lượng chủ thể, sản phẩm, truy xuất, phản ánh và dữ liệu tại địa bàn đã thí điểm, trước khi mở thêm địa bàn mới.

– Nhân rộng theo chiều ngang: chọn địa bàn có đặc điểm tương đồng với điểm thí điểm đã thành công, ví dụ chợ dân sinh cùng quy mô, làng nghề cùng nhóm sản phẩm hoặc tuyến phố thương mại có hành vi tiêu dùng tương tự.

– Nhân rộng theo mô-đun: địa bàn chưa đủ điều kiện có thể triển khai trước một cấu phần như điểm hỗ trợ tiêu dùng số, tập huấn người bán, QR phản ánh hoặc chuẩn hóa dữ liệu, thay vì áp dụng toàn bộ mô hình cùng lúc.

– Nhân rộng có điều kiện: mỗi đợt mở rộng phải có quyết định/rà soát kèm theo danh sách địa bàn, mục tiêu, nguồn lực, đầu mối, thời hạn đánh giá và tiêu chí dừng nếu rủi ro vượt ngưỡng.

Mẫu biên bản rà soát duy trì hoặc tạm dừng/thu hồi hiển thị nhận diện tham gia mô hình

Biên bản này được sử dụng khi có phản ánh nghiêm trọng, khi dữ liệu dashboard phát cảnh báo đỏ, khi cơ quan chuyên ngành có kết luận mới hoặc khi đến kỳ rà soát định kỳ. Biên bản không kết luận thay cơ quan thanh tra, kiểm tra; mục đích là ghi nhận căn cứ quản trị của Đề án để duy trì, tạm dừng, thu hồi hoặc khôi phục việc hiển thị nhận diện tham gia mô hình.

Nội dung rà soát	Câu hỏi kiểm tra	Tài liệu/chứng cứ cần có	Kết quả đề xuất
Tình trạng pháp lý và định danh	Chủ thể còn hoạt động, thông tin đại diện, mã số thuế, tài khoản giao dịch và kênh liên hệ còn đúng không?	Giấy tờ pháp lý, xác nhận địa phương, dữ liệu cập nhật, biên bản làm việc nếu có	Duy trì/cập nhật/tạm dừng
Hồ sơ sản phẩm và truy xuất	Sản phẩm còn đúng hồ sơ đã công khai, QR còn truy cập được, chứng nhận còn hiệu lực và thông tin bao bì có khớp không?	Ảnh sản phẩm, QR, giấy chứng nhận, kết quả kiểm tra mẫu, phản ánh người tiêu dùng	Duy trì/yêu cầu bổ sung/ấn hiển thị
Khiếu nại và phản ánh	Có vụ việc quá hạn, vụ việc lặp lại, phản ánh nghiêm trọng hoặc dấu hiệu lừa đảo không?	Mã hồ sơ phản ánh, chứng cứ giao dịch, nhật ký xử lý, kết quả chuyển cơ quan chức năng	Duy trì có điều kiện/tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình/chuyển xử lý
Truyền thông và uy tín mô hình	Có thông tin báo chí/mạng xã hội có khả năng gây hiểu sai về bảo trợ hoặc ảnh hưởng an toàn người tiêu dùng không?	Bản ghi tin bài, ảnh chụp màn hình, thông cáo, văn bản phối hợp phát ngôn	Kích hoạt quy trình truyền thông/đính chính

Nội dung rà soát	Câu hỏi kiểm tra	Tài liệu/chứng cứ cần có	Kết quả đề xuất
Biện pháp khắc phục	Chủ thể có khắc phục đúng thời hạn và cung cấp minh chứng đủ minh bạch không?	Biên bản khắc phục, ảnh hiện trường, hồ sơ cập nhật, xác nhận của đầu mối	Khôi phục/duy trì theo dõi/thu hồi

Bảng 37: Mẫu biên bản rà soát duy trì hoặc thu hồi nhận diện tham gia mô hình.

Nguyên tắc ra quyết định sau rà soát:

– Trường hợp thiếu hồ sơ nhưng chưa ảnh hưởng trực tiếp quyền lợi người tiêu dùng: yêu cầu bổ sung trong thời hạn xác định, đồng thời ghi trạng thái “đang cập nhật” trên hệ thống nếu cần.

– Trường hợp có dấu hiệu gây mất an toàn, hàng giả, gian lận, quảng cáo sai nghiêm trọng hoặc khủng hoảng truyền thông: tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình/ẩn hiển thị trong thời hạn tối đa 02 giờ kể từ khi kích hoạt quy trình khẩn cấp.

– Trường hợp cơ quan có thẩm quyền kết luận vi phạm: thu hồi tư cách tham gia mô hình, công khai theo thẩm quyền, chuyển hồ sơ và cập nhật danh mục rủi ro để phòng ngừa tái diễn.

– Trường hợp chủ thể được minh oan hoặc đã khắc phục đầy đủ: xem xét khôi phục hiển thị nhưng phải kèm ghi chú cập nhật, thời gian theo dõi và trách nhiệm duy trì hồ sơ.

Mẫu kết luận biên bản nên nêu rõ: căn cứ rà soát, dữ liệu sử dụng, ý kiến đơn vị phối hợp, quyết định quản trị tạm thời hoặc chính thức, thời hạn thực hiện, đầu mối chịu trách nhiệm và thời điểm cập nhật dashboard.

PHỤ LỤC 17: KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI THỰC HIỆN ĐỀ ÁN

KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI THỰC HIỆN ĐỀ ÁN “THÍ ĐIỂM MÔ HÌNH TIÊU DÙNG SỐ VÀ BẢO TRỢ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ THÀNH PHỐ HÀ NỘI”

(Giai đoạn 2026-2028)

Kế hoạch này cụ thể hóa lộ trình tổng quát của Đề án giai đoạn 2026-2028 thành các nhóm nhiệm vụ, mốc thời gian, sản phẩm đầu ra, cơ quan chủ trì, cơ quan phối hợp, chỉ tiêu theo dõi và cơ chế báo cáo. Kế hoạch được xây dựng theo hướng “rõ việc - rõ người - rõ thời hạn - rõ sản phẩm - rõ nguồn lực - rõ trách nhiệm”, bảo đảm có thể tổ chức thực hiện ngay sau khi Đề án được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

1. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1.1. Mục đích

– Chuyển hóa mục tiêu của Đề án thành kế hoạch triển khai cụ thể theo từng năm, từng quý và từng nhóm nhiệm vụ trọng tâm.

– Bảo đảm mô hình thí điểm tiêu dùng số và bảo trợ thương mại điện tử được triển khai có trọng tâm, có điểm mẫu, có dữ liệu, có cơ chế giám sát và có khả năng nhân rộng.

– Tạo công cụ điều phối cho Sở Công Thương và các sở, ngành, UBND xã/phường, doanh nghiệp nền tảng, logistics, thanh toán, truy xuất nguồn gốc và các chủ thể tham gia.

– Hạn chế tình trạng triển khai dàn trải, trùng lặp với các chương trình hiện có; ưu tiên tận dụng hạ tầng, nền tảng và nguồn lực sẵn có của Thành phố.

1.2. Yêu cầu

– Mỗi nhiệm vụ phải có đầu mối chủ trì, đơn vị phối hợp, sản phẩm đầu ra, thời hạn hoàn thành và chỉ số kiểm chứng.

– Các nhiệm vụ liên quan đến dữ liệu cá nhân, định danh, xác thực, tiếp nhận phản ánh, xử lý vi phạm phải thực hiện đúng thẩm quyền và quy định pháp luật.

– UBND xã/phường tham gia với vai trò phối hợp, tuyên truyền, rà soát thông tin địa bàn, hỗ trợ tiếp nhận ban đầu và chuyển thông tin; không giao nhiệm vụ thẩm định chuyên môn, công nhận chất lượng hoặc xử lý tranh chấp vượt thẩm quyền.

– Kế hoạch triển khai được điều chỉnh theo kết quả khảo sát, kết quả hội thảo, khả năng bố trí kinh phí và mức độ sẵn sàng của từng địa bàn.

2. PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG VÀ NGUYÊN TẮC TRIỂN KHAI

2.1. Phạm vi triển khai

Kế hoạch triển khai trên địa bàn thành phố Hà Nội trong giai đoạn 2026-2028. Giai đoạn đầu ưu tiên các địa bàn có điều kiện hạ tầng, mật độ thương mại, chợ/điểm bán/cụm hộ kinh doanh, sản phẩm OCOP/làng nghề hoặc tuyến phố thương mại có mức độ sẵn sàng cao.

2.2. Đối tượng tham gia

– Đối tượng triển khai trực tiếp: doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh, chủ thể OCOP, làng nghề, cơ sở sản xuất - kinh doanh, ban quản lý chợ, điểm bán, tuyến phố thương mại, người tiêu dùng trên địa bàn Thành phố.

– Đối tượng phối hợp: Sở Công Thương, Sở Khoa học và Công nghệ, Thuê thành phố Hà Nội, Chi cục Hải quan khu vực I, Công an Thành phố, Chi cục Quản lý thị trường, UBND xã/phường, doanh nghiệp nền tảng, ngân hàng, ví điện tử, đơn vị logistics, đơn vị truy xuất nguồn gốc và các tổ chức hỗ trợ.

2.3. Nguyên tắc triển khai

– Thí điểm nhỏ, thật, đo được, điều chỉnh nhanh; chỉ mở rộng khi có kết quả đánh giá và đáp ứng điều kiện tối thiểu.

– Không xây dựng một sàn thương mại điện tử mới của Nhà nước; ưu tiên lớp điều phối, xác thực, dữ liệu, phản ánh và kết nối với các nền tảng sẵn có.

– Bảo trợ được hiểu là hướng dẫn, chuẩn hóa, công khai tiêu chí, hỗ trợ kết nối, giám sát, cảnh báo và phối hợp bảo vệ người tiêu dùng; không phải bảo lãnh tuyệt đối chất lượng từng giao dịch.

– Tận dụng chương trình “Gian hàng số - nâng tầm thương nhân Thủ đô” và các chương trình chuyển đổi số, xúc tiến thương mại, OCOP, thanh toán không dùng tiền mặt đã có; tránh trùng lặp nhiệm vụ.

– Dữ liệu được thu thập đúng mục đích, tối thiểu cần thiết, phân quyền rõ, ưu tiên dữ liệu tổng hợp/ẩn danh; bảo đảm an toàn thông tin và bảo vệ dữ liệu cá nhân.

3. MỤC TIÊU, CHỈ TIÊU TRIỂN KHAI THEO GIAI ĐOẠN

Các chỉ tiêu dưới đây là khung điều hành để tổ chức thực hiện, theo dõi, sơ kết và tổng kết Đề án. Trường hợp có thay đổi về nguồn lực hoặc yêu cầu quản lý, Sở Công Thương chủ trì rà soát, báo cáo UBND Thành phố xem xét điều chỉnh.

STT	Nhóm chỉ tiêu	Năm 2026	Năm 2027	Năm 2028	Nguồn kiểm chứng
1	Địa bàn/chợ/điểm bán/cụm hộ kinh doanh được lựa chọn thí điểm	Hoàn thành tiêu chí lựa chọn; chọn danh sách thí điểm đợt 1	Tối thiểu 05 điểm vận hành thực chất	Tối thiểu 10 điểm/chợ/cụm hộ thí điểm	Quyết định/kế hoạch lựa chọn điểm; báo cáo vận hành
2	Chủ thể tham gia/kết nối mô hình	Lập danh sách sơ bộ; chuẩn hóa hồ sơ nhóm đầu	Tối thiểu 250 chủ thể	Tối thiểu 500 chủ thể	Cơ sở dữ liệu chủ thể; hồ sơ cam kết
3	Sản phẩm được công khai trên gian hàng số/chuyên mục liên kết	Chuẩn hóa mẫu hồ sơ sản phẩm; chọn nhóm sản phẩm ưu tiên	Tối thiểu 500 sản phẩm	Tối thiểu 1.000 sản phẩm	Danh mục sản phẩm; đường dẫn công khai
4	Sản phẩm có truy xuất/mã định danh phù hợp	Ban hành checklist truy xuất theo nhóm hàng	Tối thiểu 70%	Tối thiểu 80%	Hồ sơ sản phẩm; mã QR/truy xuất
5	Chủ thể được hướng dẫn công khai thông tin bắt buộc	Tài liệu hướng dẫn và biểu mẫu	Tối thiểu 90%	100%	Checklist tuân thủ; biên bản hướng dẫn
6	Phản ánh/kiến nghị được phân loại và chuyển xử lý đúng hạn	Thiết kế quy trình và mẫu hồ sơ	Tối thiểu 85%	Tối thiểu 90%	Hệ thống/sổ theo dõi phản ánh

STT	Nhóm chỉ tiêu	Năm 2026	Năm 2027	Năm 2028	Nguồn kiểm chứng
7	Vụ việc được phản hồi trong thời hạn công bố	Công bố đầu mỗi và thời hạn xử lý theo nhóm việc	Tối thiểu 60%	Tối thiểu 70%	Mã hồ sơ phản ánh; báo cáo xử lý
8	Đào tạo/tập huấn/hướng dẫn	Tập huấn khởi động cho đầu mỗi và điểm thí điểm	Tối thiểu 10 lớp/chương trình	Tối thiểu 20 lớp/chương trình	Kế hoạch đào tạo; danh sách học viên; học liệu
9	Dashboard/báo cáo dữ liệu điều hành	Thiết kế mô hình dữ liệu và mẫu dashboard	Vận hành dashboard bản 1; báo cáo quý	Dashboard hoàn thiện; báo cáo chuyên đề và tổng kết	Dashboard; báo cáo quý/năm

Bảng 38: Mục tiêu và chỉ tiêu triển khai đề án theo giai đoạn.

4. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI TỔNG THỂ GIAI ĐOẠN 2026-2028

Kế hoạch triển khai được chia thành 04 giai đoạn: chuẩn bị và thiết kế; vận hành thí điểm; mở rộng có kiểm soát; đánh giá, chuẩn hóa và đề xuất nhân rộng. Mỗi giai đoạn có nhiệm vụ trọng tâm, sản phẩm đầu ra và cơ chế kiểm soát riêng.

Giai đoạn	Thời gian	Trọng tâm triển khai	Sản phẩm đầu ra chính	Mức kiểm soát
Giai đoạn 1: Chuẩn bị, thiết kế và lựa chọn điểm thí điểm	Quý III - Quý IV/2026	Thành lập cơ chế điều phối; rà soát chương trình liên quan; hoàn thiện tiêu chí, quy trình, dữ liệu, yêu cầu công nghệ; lựa chọn địa	Kế hoạch triển khai được ban hành; tổ công tác; bộ tiêu chí; quy trình phản ánh; mẫu dữ liệu; danh sách điểm	Hoàn thành trước khi vận hành thí điểm chính thức năm 2027.

Giai đoạn	Thời gian	Trọng tâm triển khai	Sản phẩm đầu ra chính	Mức kiểm soát
		bản, chủ thể, sản phẩm thí điểm.	thí điểm đợt 1; kế hoạch truyền thông, đào tạo.	
Giai đoạn 2: Vận hành thí điểm đợt 1	Quý I - Quý II/2027	Vận hành chuyên trang/module, kênh phản ánh, dashboard bản đầu; triển khai tại các điểm/chợ/cụm hộ và nhóm sản phẩm ưu tiên.	Tối thiểu 05 điểm thí điểm; tối thiểu 250 chủ thể; 500 sản phẩm; báo cáo vận hành quý; báo cáo sơ kết 06 tháng.	Đánh giá 30 ngày, 90 ngày và 06 tháng.
Giai đoạn 3: Mở rộng có kiểm soát	Quý III - Quý IV/2027	Điều chỉnh quy trình sau vận hành; mở rộng thêm điểm thí điểm; tăng cường kiểm tra, giám sát, đào tạo, truyền thông; hoàn thiện dashboard.	Danh sách mở rộng; báo cáo điều chỉnh quy trình; bộ cảnh báo rủi ro; báo cáo tổng kết năm 2027.	Chỉ mở rộng khi các điểm đợt 1 đạt chỉ tiêu tối thiểu.
Giai đoạn 4: Đánh giá, chuẩn hóa, đề xuất nhân rộng	Năm 2028	Đánh giá tác động; chuẩn hóa mô hình, tài liệu, quy trình; đề xuất phương án nhân rộng, tích hợp vào chương trình phát triển TMĐT và chuyển đổi số của Thành phố.	Báo cáo đánh giá tác động; bộ tài liệu chuẩn; phương án nhân rộng; dự thảo cơ chế giai đoạn sau.	Hoàn thành tổng kết trước khi đề xuất nhân rộng.

Bảng 39: Kế hoạch triển khai tổng thể giai đoạn 2026-2028.

5. KẾ HOẠCH CHI TIẾT THEO NHÓM NHIỆM VỤ

TT	Nhóm nhiệm vụ/công việc cụ thể	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian	Sản phẩm đầu ra/KPI
1.1	Tham mưu ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Đề án sau khi được phê duyệt; xác định mốc tiến độ, đầu mối, cơ chế báo cáo và sản phẩm nghiệm thu.	Sở Công Thương	Văn phòng UBND Thành phố; các sở, ngành liên quan	Quý III/2026	Kế hoạch triển khai; danh mục nhiệm vụ; lịch báo cáo định kỳ.
1.2	Thành lập Tổ công tác/nhóm điều phối triển khai Đề án; phân công nhóm nghiệp vụ về công nghệ, dữ liệu, bảo vệ người tiêu dùng, kiểm soát chất lượng, truyền thông, đào tạo và địa phương.	Sở Công Thương	Sở KH&CN, Công an Thành phố, Thuế Thành phố, Chi cục Hải quan khu vực I, UBND xã/phường	Quý III/2026	Quyết định thành lập; quy chế hoạt động; danh bạ đầu mối.
1.3	Rà soát Kế hoạch 256/KH-UBND và các chương trình đã có để xác định phần kế thừa, phân bổ sung, phần tránh trùng lặp.	Sở Công Thương	Sở KH&CN; các đơn vị đang quản lý chương trình liên quan	Quý III/2026	Báo cáo rà soát trùng lặp; bảng đối chiếu nhiệm vụ; phương án lồng ghép.
1.4	Hoàn thiện bộ tiêu chí lựa chọn địa	Sở Công Thương	Công an Thành phố,	Quý III-IV/2026	Bộ tiêu chí; thang điểm sẵn

TT	Nhóm nhiệm vụ/công việc cụ thể	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian	Sản phẩm đầu ra/KPI
	bàn, chợ/điểm bán, chủ thể, sản phẩm, gian hàng, đối tác nền tảng tham gia thí điểm.		Thuế Thành phố, Sở KH&CN, UBND xã/phường		sàng; mẫu cam kết tham gia.
1.5	Xây dựng quy chế phối hợp liên ngành, trong đó làm rõ trách nhiệm của Sở Công Thương, sở/ngành chuyên môn và UBND xã/phường; không giao cấp xã/phường nhiệm vụ vượt thẩm quyền.	Sở Công Thương	Sở Tư pháp, Công an Thành phố, Sở KH&CN, Thuế Thành phố, UBND xã/phường	Quý IV/2026	Dự thảo quy chế phối hợp; ma trận trách nhiệm RACI.
2.1	Chuẩn hóa phiếu khảo sát, danh mục trường dữ liệu và hướng dẫn thu thập thông tin địa bàn, chợ, điểm bán, hộ kinh doanh, sản phẩm OCOP/làng nghề, hạ tầng số và phản ánh người tiêu dùng.	Sở Công Thương	UBND xã/phường; ban quản lý chợ; tổ chuyên đổi số cộng đồng	Quý III/2026	Phiếu khảo sát; hướng dẫn điền; danh mục dữ liệu tối thiểu.
2.2	Tổ chức rà soát, cập nhật dữ liệu địa	UBND xã/phường	Sở Công Thương	Quý III-IV/2026	Báo cáo khảo sát địa phương;

TT	Nhóm nhiệm vụ/công việc cụ thể	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian	Sản phẩm đầu ra/KPI
	phương; phân loại địa bàn theo mức độ sẵn sàng: sẵn sàng cao, sẵn sàng có điều kiện, cần chuẩn bị thêm.		hướng dẫn; Sở KH&CN		bảng xếp hạng sẵn sàng; bản đồ điểm thí điểm.
2.3	Lựa chọn danh sách điểm thí điểm đợt 1, ưu tiên địa bàn có hạ tầng, đầu mối, chủ thể/sản phẩm và cam kết phối hợp.	Sở Công Thương	UBND xã/phường; Sở KH&CN; doanh nghiệp nền tảng	Quý IV/2026	Danh sách điểm/chợ/cụm hộ; danh sách chủ thể và sản phẩm ưu tiên.
2.4	Chuẩn hóa hồ sơ chủ thể và sản phẩm tham gia thí điểm: thông tin pháp lý, mã số thuế/hóa đơn, kênh bán, thông tin sản phẩm, truy xuất, chính sách đổi trả, bảo hành, phản ánh.	Sở Công Thương	Thuế Thành phố, UBND xã/phường, chủ thể kinh doanh	Quý IV/2026 - Quý II/2027	Hồ sơ chủ thể/sản phẩm; checklist tuân thủ; danh mục sản phẩm đủ điều kiện.
3.1	Xây dựng yêu cầu kỹ thuật đối với chuyên trang/module “Gian hàng số Thủ đô” hoặc lớp liên	Sở Công Thương	Sở KH&CN, doanh nghiệp nền tảng, đơn vị CNTT	Quý IV/2026	Tài liệu yêu cầu kỹ thuật; quy trình cập nhật và quản trị nội dung.

TT	Nhóm nhiệm vụ/công việc cụ thể	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian	Sản phẩm đầu ra/KPI
	kết với nền tảng hiện có.				
3.2	Thiết lập công cụ tiếp nhận phản ánh theo mã hồ sơ thống nhất; phân loại phản ánh về hàng giả; hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ, quảng cáo sai sự thật, gian lận thanh toán, dữ liệu cá nhân, đổi trả/hoàn tiền.	Sở Công Thương	Công an Thành phố, Sở KH&CN, UBND xã/phường, doanh nghiệp nền tảng	Quý IV/2026 - Quý I/2027	Quy trình 05 bước; mẫu phiếu; mã hồ sơ; danh mục nhóm vụ việc; SLA xử lý.
3.3	Thiết kế dashboard điều hành với các lớp thông tin: địa bàn, chủ thể, sản phẩm, phản ánh, rủi ro, đào tạo, truyền thông, kết quả xử lý.	Sở Công Thương	Sở KH&CN, đơn vị CNTT, UBND xã/phường	Quý I-II/2027	Dashboard bản 1; báo cáo dữ liệu quý; danh mục KPI.
3.4	Nghiên cứu ứng dụng AI có kiểm soát để hỗ trợ phân loại phản ánh, nhận diện từ khóa rủi ro, gom nhóm vụ việc lặp lại và gợi ý đầu mối xử lý.	Sở Công Thương	Sở KH&CN, Công an Thành phố, đơn vị CNTT	Quý II-IV/2027	Tài liệu thử nghiệm AI; nguyên tắc AI hỗ trợ nghiệp vụ, không thay thế quyết định hành chính.

TT	Nhóm nhiệm vụ/công việc cụ thể	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian	Sản phẩm đầu ra/KPI
4.1	Triển khai thí điểm chợ/điểm bán tiêu dùng số: rà soát quầy/hộ, mã QR thanh toán, kênh phản ánh, điểm hỗ trợ, truyền thông tại chợ.	Sở Công Thương	UBND xã/phường, ban quản lý chợ, ngân hàng/ví điện tử, đơn vị logistics	Quý I-II/2027	Tối thiểu 05 điểm vận hành; sổ theo dõi phản ánh; báo cáo 30/90 ngày.
4.2	Triển khai chuyên mục/gian hàng số liên kết: công khai danh sách chủ thể/sản phẩm đủ điều kiện, đường dẫn kênh bán hợp lệ, thông tin truy xuất và chính sách khiếu nại.	Sở Công Thương	Doanh nghiệp nền tảng, chủ thể kinh doanh, UBND xã/phường	Quý I-IV/2027	Tối thiểu 500 sản phẩm năm 2027; 1.000 sản phẩm năm 2028.
4.3	Triển khai cơ chế “chủ thể, gian hàng và sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch”: rà soát tiêu chí, công khai, theo dõi phản ánh, tạm dừng/thu hồi khi có rủi ro.	Sở Công Thương	Công an Thành phố, Thuế Thành phố, UBND xã/phường	Quý II/2027 - Quý IV/2028	Danh sách chủ thể/sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch; hồ sơ tạm dừng/thu hồi nếu có.
4.4	Triển khai điểm hỗ trợ tiêu dùng số cấp xã/phường theo	UBND xã/phường	Sở Công Thương hướng dẫn;	Quý I-IV/2027	Điểm hỗ trợ lòng ghép; sổ

TT	Nhóm nhiệm vụ/công việc cụ thể	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian	Sản phẩm đầu ra/KPI
	hướng lòng ghép, kiêm nhiệm tại điểm tiếp dân, tổ chuyển đổi số cộng đồng hoặc điểm hỗ trợ tại chợ.		Sở KH&CN; đoàn thể địa phương		tay hướng dẫn; nhật ký hỗ trợ.
4.5	Mở rộng có kiểm soát sau giai đoạn đợt 1, căn cứ kết quả đánh giá 30 ngày, 90 ngày và 06 tháng.	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND xã/phường, doanh nghiệp đồng hành	Quý III/2027 - Quý II/2028	Tối thiểu 10 điểm/chợ/cụm hộ đến năm 2028.
5.1	Tổ chức tập huấn khởi động cho cán bộ địa phương, ban quản lý chợ, tổ chuyển đổi số cộng đồng về quy trình, dữ liệu, phản ánh, bảo vệ dữ liệu cá nhân.	Sở Công Thương	Sở KH&CN, Công an Thành phố, UBND xã/phường	Quý IV/2026 - Quý I/2027	Học liệu; danh sách học viên; bài kiểm tra/phiếu đánh giá.
5.2	Tổ chức tập huấn cho hộ kinh doanh, tiểu thương, OCOP/làng nghề, doanh nghiệp nhỏ về công khai thông tin, truy xuất, thanh toán số, bán hàng	Sở Công Thương	UBND xã/phường, doanh nghiệp nền tảng, ngân hàng, logistics	Quý I/2027 - Quý IV/2028	Tối thiểu 20 lớp/chương trình đến năm 2028.

TT	Nhóm nhiệm vụ/công việc cụ thể	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian	Sản phẩm đầu ra/KPI
	an toàn, xử lý khiếu nại.				
5.3	Triển khai truyền thông “Tiêu dùng số an toàn - chủ thể kinh doanh đạt tiêu chí minh bạch - sản phẩm rõ nguồn gốc” trên kênh số, truyền thông cơ sở, chợ, điểm bán, nhóm cộng đồng.	Sở Công Thương	Sở VH&TT, UBND xã/phường, doanh nghiệp đồng hành	Quý IV/2026 - Quý IV/2028	Kế hoạch truyền thông; bộ mẫu tin/bài; báo cáo tiếp cận.
6.1	Thiết lập cơ chế phối hợp kiểm tra, giám sát hàng giả; hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ, gian lận thương mại, quảng cáo sai sự thật trong phạm vi thí điểm.	Chi cục QLTT/Sở Công Thương	Công an Thành phố, UBND xã/phường, doanh nghiệp nền tảng	Quý I/2027 - Quý IV/2028	Quy trình cảnh báo; biên bản kiểm tra; báo cáo vi phạm/rủi ro.
6.2	Thiết lập quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông: tạm gỡ/tạm dừng hiển thị nhận diện tham gia mô hình trong 02 giờ khi có dấu hiệu nghiêm trọng, xác minh, phát	Sở Công Thương	Công an Thành phố, UBND xã/phường, đơn vị truyền thông	Quý I/2027	Quy trình xử lý khủng hoảng; mẫu thông cáo; danh sách đầu mối khẩn.

TT	Nhóm nhiệm vụ/công việc cụ thể	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian	Sản phẩm đầu ra/KPI
	ngôn, chuyển cơ quan chức năng.				
6.3	Báo cáo định kỳ kết quả thực hiện, chỉ số KPI, khó khăn, kiến nghị; tổ chức sơ kết, tổng kết và đề xuất nhân rộng.	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND xã/phường, doanh nghiệp đồng hành	Hàng quý; sơ kết 2027; tổng kết 2028	Báo cáo quý/năm; báo cáo đánh giá tác động; đề xuất nhân rộng.

Bảng 40: Kế hoạch chi tiết theo nhóm nhiệm vụ.

6. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI NĂM 2026

Năm 2026 là giai đoạn chuẩn bị, thiết kế, lựa chọn điểm thí điểm và tạo điều kiện vận hành. Trọng tâm là không làm dân trải, không triển khai đại trà khi chưa có tiêu chí, quy trình, dữ liệu và cơ chế phối hợp.

Thời gian	Nhiệm vụ trọng tâm	Sản phẩm đầu ra	Đơn vị chủ trì/phối hợp
Tháng 6-7/2026	Hoàn thiện Đề án; tiếp thu ý kiến; trình phê duyệt; chuẩn bị kế hoạch triển khai.	Đề án được phê duyệt; kế hoạch triển khai; hồ sơ tiếp thu/giải trình.	Sở Công Thương chủ trì; các sở, ngành phối hợp.
Tháng 7-8/2026	Thành lập Tổ công tác; ban hành quy chế làm việc; thống nhất đầu mối liên ngành và đầu mối xã/phường.	Quyết định thành lập; danh sách đầu mối; lịch họp định kỳ.	Sở Công Thương; UBND xã/phường; các sở, ngành.
Tháng 8-9/2026	Rà soát Kế hoạch 256/KH-UBND và các chương trình	Bảng rà soát nhiệm vụ; phương án lồng ghép với Gian hàng	Sở Công Thương; Sở KH&CN; các đơn vị liên quan.

Thời gian	Nhiệm vụ trọng tâm	Sản phẩm đầu ra	Đơn vị chủ trì/phối hợp
	liên quan để lồng ghép, tránh trùng lặp.	số và chương trình chuyển đổi số.	
Tháng 8-10/2026	Chuẩn hóa phiếu khảo sát, bộ tiêu chí, thang điểm sẵn sàng và bộ biểu mẫu đăng ký tham gia.	Phiếu khảo sát; bộ tiêu chí; thang điểm; mẫu đăng ký; mẫu cam kết.	Sở Công Thương; Công an TP; UBND xã/phường.
Tháng 9-11/2026	Khảo sát địa phương, tổng hợp dữ liệu, lựa chọn điểm/chợ/cụm hộ và nhóm sản phẩm đợt 1.	Báo cáo khảo sát; danh sách điểm thí điểm; danh mục chủ thể/sản phẩm ưu tiên.	UBND xã/phường phối hợp; Sở Công Thương chủ trì tổng hợp.
Tháng 10-12/2026	Thiết kế quy trình tiếp nhận phản ánh, mẫu dữ liệu, yêu cầu kỹ thuật chuyên trang/module, dashboard bản đầu.	Quy trình 05 bước; mẫu dữ liệu; yêu cầu kỹ thuật; dashboard mẫu.	Sở Công Thương; Sở KH&CN; đơn vị CNTT.
Tháng 11-12/2026	Tập huấn khởi động và truyền thông ban đầu tại các điểm dự kiến thí điểm.	Tài liệu tập huấn; sổ tay; bộ thông điệp; danh sách học viên.	Sở Công Thương; UBND xã/phường; doanh nghiệp đồng hành.

Bảng 41: Kế hoạch triển khai năm 2026.

7. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI NĂM 2027

Năm 2027 là giai đoạn vận hành chính thức mô hình thí điểm và mở rộng có kiểm soát. Kết quả vận hành phải được lượng hóa bằng số chủ thể, sản phẩm, điểm thí điểm, phản ánh xử lý, lớp tập huấn và báo cáo dashboard.

Thời gian	Nhiệm vụ trọng tâm	Chỉ tiêu/kết quả tối thiểu	Đơn vị chủ trì/phối hợp
Quý I/2027	Vận hành thử chuyên trang/module, kênh phản ánh và dashboard bản đầu tại điểm thí điểm đợt 1.	Có kênh công khai; có mã hồ sơ phản ánh; có báo cáo vận hành thử.	Sở Công Thương; Sở KH&CN; UBND xã/phường; doanh nghiệp nền tảng.
Quý I-II/2027	Triển khai 05 điểm/chợ/cụm hộ đợt 1; chuẩn hóa thông tin người bán, sản phẩm, QR thanh toán/truy xuất.	Tối thiểu 05 điểm vận hành; danh sách chủ thể/sản phẩm đủ điều kiện.	Sở Công Thương; UBND xã/phường; ban quản lý chợ; ngân hàng; logistics.
Quý II/2027	Sơ kết 30 ngày và 90 ngày; điều chỉnh tiêu chí, quy trình, biểu mẫu, dashboard.	Báo cáo sơ kết; danh mục vấn đề cần sửa; phiên bản quy trình điều chỉnh.	Sở Công Thương; các sở, ngành; UBND xã/phường.
Quý II-III/2027	Mở rộng số chủ thể, sản phẩm và nhóm hàng; công khai người bán/sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch theo tiêu chí.	Tối thiểu 250 chủ thể; 500 sản phẩm; 70% sản phẩm có truy xuất/mã định danh phù hợp.	Sở Công Thương; Thuế TP; UBND xã/phường.
Quý III/2027	Tổ chức truyền thông cao điểm và tập huấn cho các nhóm đối tượng.	Tối thiểu 10 lớp/chương trình; bộ tài liệu truyền thông; báo cáo tiếp cận.	Sở Công Thương; UBND xã/phường; doanh nghiệp đồng hành.
Quý III-IV/2027	Tăng cường kiểm tra, giám sát, xử lý phản ánh, cảnh báo hàng giả, gian lận, dữ liệu cá nhân, lừa đảo trực tuyến.	Báo cáo rủi ro; tỷ lệ phản ánh phân loại/chuyển xử lý đúng hạn tối thiểu 85%.	Sở Công Thương; Công an TP; UBND xã/phường.

Thời gian	Nhiệm vụ trọng tâm	Chỉ tiêu/kết quả tối thiểu	Đơn vị chủ trì/phối hợp
Quý IV/2027	Tổng kết năm 2027; đề xuất mở rộng có điều kiện năm 2028.	Báo cáo năm; danh sách điểm đủ điều kiện nhân rộng; kế hoạch năm 2028.	Sở Công Thương chủ trì; các đơn vị phối hợp.

Bảng 42: Kế hoạch triển khai năm 2027.

8. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI NĂM 2028

Năm 2028 tập trung hoàn thiện, chuẩn hóa, đánh giá tác động và đề xuất nhân rộng. Đây là giai đoạn chuyển từ thí điểm sang mô hình có thể áp dụng thường xuyên trong công tác quản lý thương mại điện tử và tiêu dùng số của Thành phố.

Thời gian	Nhiệm vụ trọng tâm	Sản phẩm đầu ra/KPI	Đơn vị chủ trì/phối hợp
Quý I/2028	Mở rộng có kiểm soát thêm điểm/chợ/cụm hộ, sản phẩm và chủ thể dựa trên kết quả năm 2027.	Tối thiểu 10 điểm/chợ/cụm hộ; kế hoạch mở rộng được phê duyệt.	Sở Công Thương; UBND xã/phường; các sở, ngành.
Quý I-II/2028	Hoàn thiện dashboard, cơ chế báo cáo, cảnh báo rủi ro; nâng cấp bộ dữ liệu tổng hợp phục vụ điều hành.	Dashboard hoàn thiện; báo cáo quý; danh mục dữ liệu chuẩn.	Sở Công Thương; Sở KH&CN; đơn vị CNTT.
Quý II/2028	Đánh giá mức độ đáp ứng tiêu chí người bán/sản phẩm đạt tiêu chí minh bạch, truy xuất nguồn gốc, phản ánh, xử lý rủi ro.	Báo cáo đánh giá tuân thủ; danh mục chủ thể duy trì/tạm dừng/thu hồi.	Sở Công Thương; Công an TP; Thuế TP.
Quý II-III/2028	Tổ chức khảo sát mức độ hài lòng của người tiêu dùng và chủ thể tham gia; đánh giá tác động kinh tế - xã hội.	Báo cáo khảo sát; mức hài lòng tối thiểu 80%; phân tích tác động.	Sở Công Thương; đơn vị tư vấn/đánh giá độc lập nếu có.

Thời gian	Nhiệm vụ trọng tâm	Sản phẩm đầu ra/KPI	Đơn vị chủ trì/phối hợp
Quý III/2028	Chuẩn hóa bộ tài liệu nhân rộng: tiêu chí, quy trình, biểu mẫu, sổ tay, học liệu, dashboard, quy chế phối hợp.	Bộ tài liệu chuẩn hóa; phụ lục hướng dẫn triển khai.	Sở Công Thương; các sở, ngành.
Quý IV/2028	Tổng kết Đề án; đề xuất phương án nhân rộng, duy trì hoặc tích hợp vào chương trình phát triển TMĐT và chuyển đổi số giai đoạn sau.	Báo cáo tổng kết; phương án nhân rộng; kiến nghị cơ chế, kinh phí và tổ chức thực hiện.	Sở Công Thương trình UBND Thành phố.

Bảng 43: Kế hoạch triển khai năm 2028.

9. PHÂN CÔNG TRÁCH NHIỆM

Phân công trách nhiệm được thiết kế theo nguyên tắc cơ quan chuyên môn cấp Thành phố chủ trì các nhiệm vụ chuyên môn, kỹ thuật, dữ liệu, tiêu chí, phản ánh và giám sát; UBND xã/phường phối hợp tuyên truyền, rà soát thông tin địa bàn, hỗ trợ tiếp nhận ban đầu và chuyển thông tin theo đúng thẩm quyền.

Đơn vị	Vai trò, trách nhiệm chính
Sở Công Thương	Chủ trì chung; tham mưu UBND Thành phố; ban hành kế hoạch triển khai; điều phối liên ngành; xây dựng tiêu chí, quy trình, chuyên trang/module, dashboard; tổng hợp báo cáo; tổ chức sơ kết, tổng kết. Chi cục Quản lý thị trường thành phố Hà Nội: Phối hợp nhận diện rủi ro hàng giả; hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ, gian lận thương mại, quảng cáo sai sự thật; cung cấp khuyến nghị nghiệp vụ và phối hợp kiểm tra, giám sát theo thẩm quyền.
Sở Khoa học và Công nghệ	Phối hợp về hạ tầng số, chuyển đổi số, an toàn hệ thống, tiêu chuẩn dữ liệu, giải pháp công nghệ, dashboard, thử nghiệm AI có kiểm soát và tích hợp nền tảng.

Công an Thành phố	Phối hợp tuyên truyền, phòng ngừa và xử lý lừa đảo trực tuyến, xâm phạm dữ liệu, gian lận thanh toán, dấu hiệu tội phạm công nghệ cao; phối hợp theo kênh thông tin sẵn có và đúng thẩm quyền.
Thuế thành phố Hà Nội	Phối hợp hướng dẫn mã số thuế, eTax, hóa đơn điện tử, công khai thông tin tuân thủ nghĩa vụ thuế theo đúng quy định.
Chi cục Hải quan khu vực I	Phối hợp đối với nhóm hàng, chủ thể, hoạt động có liên quan đến hàng hóa xuất nhập khẩu, truy xuất nguồn gốc, gian lận thương mại xuyên biên giới khi phát sinh.
UBND xã/phường	Phối hợp rà soát thông tin địa bàn; tuyên truyền, vận động; hỗ trợ tiếp nhận ban đầu và chuyển phản ánh; hỗ trợ bố trí điểm hỗ trợ số theo hướng lồng ghép; không chủ trì thẩm định chất lượng, công nhận chủ thể kinh doanh đạt tiêu chí minh bạch hoặc giải quyết tranh chấp vượt thẩm quyền.
Doanh nghiệp nền tảng, thanh toán, logistics, truy xuất nguồn gốc	Phối hợp cung cấp giải pháp, dữ liệu tổng hợp/ấn danh theo thỏa thuận và pháp luật; hỗ trợ kỹ thuật, truyền thông, đào tạo; không chỉ phối tiêu chí công nhận hoặc dữ liệu quản lý nhà nước.
Chủ thể kinh doanh tham gia mô hình	Cung cấp hồ sơ trung thực; công khai thông tin bắt buộc; tuân thủ tiêu chí, chính sách đổi trả, bảo hành, bảo vệ dữ liệu; phối hợp xử lý phản ánh và chịu trách nhiệm pháp lý về hàng hóa/dịch vụ.

Bảng 44: Bảng phân công trách nhiệm.

10. CƠ CHẾ BÁO CÁO, GIÁM SÁT VÀ ĐIỀU CHỈNH KẾ HOẠCH

Loại báo cáo/giám sát	Tần suất	Nội dung chính	Đơn vị thực hiện	Nơi nhận
Báo cáo tiến độ nội bộ	Hàng tháng trong giai đoạn chuẩn bị; hàng quý trong giai đoạn vận hành	Tiến độ nhiệm vụ, khó khăn, nhu cầu hỗ trợ, tình trạng dữ liệu, danh sách điểm/chủ thể/sản phẩm	Phòng Quản lý Thương mại/Tổ công tác	Lãnh đạo Sở Công Thương
Báo cáo vận hành thí điểm	30 ngày, 90 ngày, 06 tháng sau khi vận hành từng điểm	KPI vận hành, phản ánh, truy xuất, thanh toán số, số người được hỗ trợ, vấn đề phát sinh	Đầu mối Sở Công Thương phối hợp UBND xã/phường	Tổ công tác, Lãnh đạo Sở
Báo cáo rủi ro, vi phạm, khủng hoảng	Ngay khi phát sinh; không quá 24 giờ đối với vụ việc nghiêm trọng	Dấu hiệu hàng giả, lừa đảo, xâm phạm dữ liệu, khủng hoảng truyền thông, đề xuất tạm dừng/thu hồi hiển thị	Đơn vị phát hiện; Sở Công Thương điều phối	Lãnh đạo Sở, cơ quan có thẩm quyền
Báo cáo quý gửi Thành phố	Hàng quý khi Đề án vận hành chính thức	Kết quả theo KPI, tiến độ, ngân sách, rủi ro, đề xuất điều chỉnh	Sở Công Thương	UBND Thành phố theo yêu cầu
Báo cáo sơ kết/tổng kết	Sơ kết 2027; tổng kết 2028	Đánh giá hiệu quả, tác động, bài học kinh nghiệm, phương án nhân rộng	Sở Công Thương	UBND Thành phố và cơ quan liên quan

Bảng 45: Cơ chế báo cáo, giám sát và điều chỉnh kế hoạch.

11. QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG QUÁ TRÌNH TRIỂN KHAI

Rủi ro	Tác động	Biện pháp kiểm soát	Đầu mối xử lý
Triển khai dàn trải, thiếu điểm mẫu	Không tạo được kết quả đo lường; lãng phí nguồn lực	Chỉ chọn điểm đạt tiêu chí sẵn sàng; đánh giá 30/90 ngày trước khi mở rộng	Sở Công Thương
Trùng lặp với chương trình Gian hàng số hoặc chương trình chuyển đổi số khác	Chồng chéo nhiệm vụ, khó thẩm định nguồn lực	Rà soát, lồng ghép; Đề án chỉ bổ sung lớp bảo trợ, tiêu chí, dữ liệu, phản ánh, giám sát	Sở Công Thương, Sở KH&CN
UBND xã/phường bị giao nhiệm vụ vượt thẩm quyền	Quá tải cơ sở, rủi ro pháp lý	Quy định rõ cấp xã/phường chỉ phối hợp, tuyên truyền, rà soát và chuyển thông tin	Sở Công Thương, UBND xã/phường
Rủi ro dữ liệu cá nhân	Vi phạm pháp luật, mất niềm tin	Thu thập tối thiểu; phân quyền; ẩn danh/tổng hợp; không lưu giấy tờ tùy thân quá phạm vi	Sở Công Thương, Sở KH&CN
Hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc, gian lận thương mại trong phạm vi mô hình	Ảnh hưởng uy tín mô hình và quyền lợi người tiêu dùng	Cơ chế cảnh báo; kiểm tra; tạm dừng/thu hồi; chuyển cơ quan chức năng	Sở Công Thương, Công an TP
Khủng hoảng truyền thông khi sản phẩm/chủ thể được	Gây hiểu nhầm Nhà nước bảo lãnh tuyệt đối	Tạm gỡ hiển thị trong 02 giờ; xác minh; phát ngôn minh bạch; chuyển hồ sơ nếu có dấu hiệu vi phạm	Sở Công Thương chủ trì phối hợp cơ quan có thẩm quyền

Rủi ro	Tác động	Biện pháp kiểm soát	Đầu mối xử lý
giới thiệu phát sinh vi phạm			
Doanh nghiệp nền tảng chi phối tiêu chí hoặc dữ liệu quản lý	Mất tính khách quan của mô hình	Tiêu chí do cơ quan nhà nước ban hành; dữ liệu quản lý do Sở Công Thương điều phối; doanh nghiệp chỉ hỗ trợ kỹ thuật	Sở Công Thương
Người bán nhỏ e ngại thuế, hóa đơn, công khai thông tin	Tỷ lệ tham gia thấp	Truyền thông đúng bản chất; hướng dẫn đơn giản; hỗ trợ theo nhóm; không áp dụng cơ học một mẫu cho mọi nhóm	Sở Công Thương, Thuế TP, UBND xã/phường

Bảng 46: Quản trị rủi ro trong quá trình vận hành.

12. DANH MỤC HỒ SƠ, SẢN PHẨM ĐẦU RA CẦN HOÀN THÀNH

STT	Hồ sơ/sản phẩm	Thời hạn dự kiến	Cơ quan chủ trì	Ghi chú kiểm chứng
1	Kế hoạch triển khai thực hiện Đề án	Sau khi Đề án được phê duyệt	Sở Công Thương	Văn bản ban hành/ký duyệt
2	Quyết định thành lập Tổ công tác triển khai Đề án	Quý III/2026	Sở Công Thương	Danh sách đầu mối; phân công nhiệm vụ
3	Bộ tiêu chí lựa chọn địa bàn, chủ thể, sản phẩm, gian hàng, đối tác	Quý III-IV/2026	Sở Công Thương	Bộ tiêu chí có thang điểm; mẫu cam kết
4	Quy chế phối hợp liên ngành và ma trận trách nhiệm	Quý IV/2026	Sở Công Thương	Xác định rõ vai trò từng cơ quan

STT	Hồ sơ/sản phẩm	Thời hạn dự kiến	Cơ quan chủ trì	Ghi chú kiểm chứng
5	Phiếu khảo sát, danh mục dữ liệu tối thiểu và hướng dẫn cập nhật	Quý III/2026	Sở Công Thương	Biểu mẫu và tài liệu hướng dẫn
6	Danh sách điểm/chợ/cụm hộ, chủ thể và sản phẩm thí điểm đợt 1	Quý IV/2026	Sở Công Thương	Dựa trên chấm điểm sẵn sàng
7	Quy trình tiếp nhận, phân loại, chuyển xử lý phản ánh	Quý IV/2026 - Quý I/2027	Sở Công Thương	Có mã hồ sơ, SLA, đầu mối xử lý
8	Yêu cầu kỹ thuật chuyên trang/module và dashboard	Quý IV/2026 - Quý I/2027	Sở Công Thương, Sở KH&CN	Không xây sản mới; kết nối nền tảng sẵn có
9	Bộ tài liệu truyền thông, đào tạo, sổ tay hướng dẫn	Quý IV/2026 - Quý II/2027	Sở Công Thương	Dùng cho cán bộ và chủ thể tham gia
10	Báo cáo 30 ngày, 90 ngày, 06 tháng của từng điểm thí điểm	2027-2028	Sở Công Thương	Căn cứ mở rộng hoặc điều chỉnh
11	Báo cáo sơ kết năm 2027	Quý IV/2027	Sở Công Thương	Đề xuất kế hoạch năm 2028
12	Báo cáo tổng kết, đánh giá tác động và phương án nhân rộng	Quý IV/2028	Sở Công Thương	Trình UBND Thành phố xem xét

Bảng 47: Danh mục hồ sơ, sản phẩm đầu ra cần hoàn thành.

13. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công Thương chủ trì tham mưu UBND Thành phố chỉ đạo triển khai Kế hoạch; điều phối các sở, ngành, UBND xã/phường và các đơn vị liên quan; định kỳ tổng hợp báo cáo kết quả thực hiện, khó khăn, vướng mắc và đề xuất điều chỉnh.

2. Các sở, ngành căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao phối hợp triển khai các nội dung thuộc lĩnh vực quản lý; cử đầu mối tham gia Tổ công tác, thực hiện chế độ báo cáo và phối hợp xử lý các vấn đề liên ngành.

3. UBND xã/phường phối hợp khảo sát, rà soát thông tin địa bàn, tuyên truyền, vận động, hỗ trợ điểm thí điểm và chuyển phản ánh ban đầu đến cơ quan có thẩm quyền; không tự thẩm định chất lượng sản phẩm, công nhận chủ thể kinh doanh đạt tiêu chí minh bạch hoặc xử lý tranh chấp vượt thẩm quyền.

4. Doanh nghiệp nền tảng, ngân hàng, ví điện tử, logistics, truy xuất nguồn gốc và các tổ chức hỗ trợ tham gia theo nguyên tắc tự nguyện, đúng pháp luật, minh bạch, không chi phối tiêu chí công nhận hoặc dữ liệu quản lý nhà nước.

5. Trong quá trình thực hiện, nếu phát sinh khó khăn, vướng mắc hoặc thay đổi về nguồn lực, tiến độ, nhiệm vụ, Sở Công Thương tổng hợp, báo cáo UBND Thành phố xem xét điều chỉnh cho phù hợp.

14. PHỤ LỤC BIỂU MẪU THEO DÕI THỰC HIỆN

Biểu mẫu dưới đây được sử dụng để theo dõi định kỳ tình hình triển khai nhiệm vụ tại các cơ quan, đơn vị và địa bàn thí điểm.

STT	Nhiệm vụ	Đơn vị thực hiện	Tiến độ theo kế hoạch	Tiến độ thực tế	Sản phẩm đã hoàn thành	Khó khăn/vướng mắc	Kiến nghị
1							
2							
3							
4							
5							