

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 634/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 29 tháng 4 năm 2014

QUYẾT ĐỊNH

**Về việc phê duyệt Đề án Phát triển thị trường trong nước
gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”
giai đoạn 2014 - 2020**

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;

Căn cứ Thông báo số 264-TB/TW ngày 31 tháng 7 năm 2009 của Ban Chấp hành Trung ương về Kết luận của Bộ Chính trị về tổ chức Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”;

Căn cứ Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17 tháng 9 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Công Thương,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” (sau đây gọi là Cuộc vận động) giai đoạn 2014 - 2020 với những nội dung chủ yếu sau đây:

1. Quan điểm phát triển:

a) Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động với mục đích lâu dài nhằm giúp người tiêu dùng nhận thức đúng khả năng sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam, chất lượng của sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ Việt Nam; xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam dựa trên tinh thần yêu nước, ý chí tự lực, tự cường, tự tôn dân tộc.

b) Phát triển thị trường trong nước đối với hàng Việt Nam trong mối quan hệ với phát triển thị trường và thương mại cả nước nhằm đáp ứng nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng; đẩy mạnh phát triển hệ thống phân phối (do các doanh nghiệp trong nước làm hạt nhân) tạo điều kiện đưa các hàng hóa thiết yếu và hàng Việt Nam có thể mạnh đến tay người tiêu dùng nhằm nâng cao sức mua, bình ổn thị trường và cải thiện đời sống người dân.

c) Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động trên cơ sở phát triển nền kinh tế hàng hóa và tác động trở lại phát triển bền vững nền sản xuất hàng hóa trong nước với năng suất, chất lượng và khả năng cạnh tranh quốc tế ngày một nâng cao, bảo vệ môi trường, khai thác tối đa tiềm năng sẵn có của từng địa phương, từng vùng kinh tế.

d) Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động trên cơ sở huy động và sử dụng có hiệu quả nguồn lực của các chủ thể sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam thuộc các thành phần kinh tế (là chủ yếu); đồng thời, Nhà nước có những chính sách phù hợp nhằm khuyến khích đầu tư phát triển thương mại, nhất là chính sách hỗ trợ và khuyến khích ưu đãi đầu tư phát triển hạ tầng thương mại tại khu vực nông thôn và miền núi hải đảo, xây dựng mô hình thí điểm các chuỗi liên kết sản xuất - phân phối - tiêu dùng nhằm tạo lập và phát triển thị trường trong nước bền vững.

đ) Phát triển thương mại tại khu vực nông thôn, miền núi gắn liền với việc thực hiện các chính sách ưu tiên về dân tộc, các chương trình phát triển kinh tế - xã hội, xóa đói giảm nghèo, bảo đảm an sinh xã hội và giữ vững an ninh chính trị trên địa bàn, đặc biệt là vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc ít người.

e) Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động, đồng thời với phát huy vai trò Nhà nước và các tổ chức có liên quan trong quản lý thị trường nhằm bảo vệ người tiêu dùng và bảo vệ nền sản xuất, môi trường kinh doanh hàng Việt Nam phát triển lành mạnh.

g) Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động, đồng thời phải khuyến khích thu hút các nguồn vốn đầu tư nước ngoài đẩy mạnh sản xuất, kinh doanh hàng hóa tại Việt Nam, trên cơ sở phù hợp với các cam kết quốc tế mà Việt Nam là thành viên và không nhằm mục đích bảo hộ mậu dịch, bài trừ hàng ngoại hay đóng cửa nền kinh tế.

2. Mục tiêu phát triển:

a) Mục tiêu tổng quát

Trong giai đoạn 2014 đến 2020, phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” nhằm góp phần thúc đẩy sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng hàng Việt Nam thông qua tập trung nguồn lực đẩy mạnh nhóm các hoạt động phát triển thị trường với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”, đồng thời lồng ghép vào Chương trình hành động của các Bộ, ngành, địa phương, đơn vị hưởng ứng Cuộc vận động nhằm tạo hiệu ứng cộng hưởng mạnh mẽ trên phạm vi toàn quốc thực hiện chủ trương của Bộ Chính trị tại Thông báo Kết luận 264/TB-TW ngày 31 tháng 7 năm 2009 về việc tổ chức Cuộc vận động và chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17 tháng 9 năm 2012 về việc tăng cường thực hiện Cuộc vận động.

b) Mục tiêu cụ thể

Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030” (sau đây gọi là Đề án) với trọng tâm là tổ chức nhóm các hoạt động phát triển thị trường với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam” cần đạt được một số mục tiêu cụ thể như sau:

- Đến năm 2015, 90% người tiêu dùng và doanh nghiệp Việt Nam biết đến Cuộc vận động; đến năm 2020, trên 70% biết đến nhóm các hoạt động phát triển thị trường với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”; 100% các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, Bộ, ngành và tổ chức chính trị - xã hội xây dựng được kênh truyền thông (báo nói, báo hình, báo in, báo điện tử) có chuyên mục “Tự hào hàng Việt Nam” thường xuyên tuyên truyền, quảng bá Cuộc vận động;

- Đến năm 2015, tăng thị phần hàng Việt Nam có thể mạnh tại các kênh phân phối truyền thống ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa lên trên 70%; phấn đấu đến năm 2020 tăng thị phần hàng Việt Nam có thể mạnh tại các kênh phân phối lên trên 80% và 100% các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương triển khai trên địa bàn Chương trình xây dựng Điểm bán hàng Việt Nam cố định, bền vững với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”;

- Đến hết năm 2020, cơ bản hoàn thành việc xây dựng cơ sở dữ liệu và cập nhật mạng lưới phân phối hàng Việt của 63 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương để cung cấp, tập huấn sử dụng cho doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam và phục vụ công tác quản lý nhà nước;

- Đến năm 2020, 100% các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương đều tổ chức được dịch vụ hỗ trợ kết nối cung cầu cho các đối tượng sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam;

- Nâng cao hiệu lực và hiệu quả hoạt động quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn toàn quốc, trước hết là hiệu quả của công tác chống buôn lậu, hàng giả, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ và các hành vi kinh doanh trái phép; tạo sự chuyển biến căn bản và thực chất trong công tác quản lý chất lượng hàng hoá lưu thông trên thị trường, bảo vệ người tiêu dùng và bảo vệ người sản xuất kinh doanh hàng Việt Nam chân chính.

3. Nhiệm vụ chủ yếu:

Trong giai đoạn 2014 - 2020, đặc biệt trong hai năm 2014 và 2015, tăng cường đẩy mạnh các hoạt động phát triển thị trường, ưu tiên công tác truyền thông để nâng cao nhận thức, tạo sự đồng bộ, thống nhất trong nhận thức và hành vi của doanh nghiệp và người tiêu dùng Việt Nam. Đẩy mạnh công tác phát triển hệ thống phân phối hàng hóa Việt Nam cố định và bền vững do các

doanh nghiệp trong nước làm hạt nhân, nhất là tại địa bàn nông thôn, cùng với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài phối hợp, hỗ trợ, thúc đẩy chương trình đưa hàng Việt Nam tới người tiêu dùng trên khắp các vùng miền của cả nước.

Các nhiệm vụ chính của Đề án bám sát chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ thuộc lĩnh vực phát triển thị trường trong nước tại Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17 tháng 9 năm 2012. Cụ thể, các Bộ, ngành, địa phương, cơ quan, đơn vị liên quan triển khai các nhóm nhiệm vụ sau:

a) Nhóm nhiệm vụ thông tin, truyền thông:

- Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, vận động để người tiêu dùng trong nước biết, hiểu, đánh giá đúng về chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, khả năng sản xuất, kinh doanh và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của doanh nghiệp Việt Nam; tiếp tục thực hiện các giải pháp thích hợp để khuyến khích, định hướng tiêu dùng và vận động nhân dân tích cực sử dụng hàng Việt Nam;

- Đẩy mạnh công tác thông tin, truyền thông để các cơ quan, đơn vị và tổ chức chính trị - xã hội nhận thức đúng yêu cầu của Cuộc vận động để thực hiện mua hàng Việt Nam khi có nhu cầu mua sắm bằng nguồn kinh phí thuộc ngân sách nhà nước; các doanh nghiệp, người sản xuất, kinh doanh trong nước khi mua sắm vật tư, thiết bị để thực hiện các dự án, công trình thì ưu tiên sử dụng các trang thiết bị, nguyên vật liệu và dịch vụ trong nước bảo đảm chất lượng;

- Đẩy mạnh thông tin, truyền thông, vận động các doanh nghiệp Việt Nam nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ; thực hiện các cam kết bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; từng bước xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu cho các sản phẩm, hàng hóa Việt Nam không chỉ tại thị trường trong nước mà còn từng bước vươn ra thị trường khu vực và thế giới;

- Xây dựng nội dung tuyên truyền về Cuộc vận động trong nhà trường, các cấp học, đặc biệt là các trường đại học, cao đẳng;

- Triển khai xây dựng các chương trình thường kỳ, các chuyên mục để quảng bá về sản phẩm, hàng hóa Việt Nam; phản ánh, cung cấp thông tin kịp thời, chính xác, khách quan về tình hình thực hiện Cuộc vận động của các ngành, các cấp;

- Xây dựng và triển khai các chương trình truyền thông về sản phẩm, hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp nhỏ và vừa, có cơ hội quảng bá sản phẩm, hàng hóa của mình trên các phương tiện thông tin đại chúng;

- Cập nhật, công bố, quảng bá thường xuyên và kịp thời danh mục máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu trong nước sản xuất được, để phục vụ các tổ chức, cá nhân khai thác, sử dụng;

- Công bố thường xuyên, kịp thời danh mục quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn quốc gia mới ban hành; thông tin chính thức về diễn biến thị trường, giá cả các mặt hàng thiết yếu, nhất là hàng hóa sản xuất trong nước trên các phương tiện thông tin đại chúng;

- Đa dạng hóa các hoạt động tuyên truyền cổ động về Cuộc vận động bằng các hình thức, nội dung phù hợp tại các địa điểm công cộng, trụ sở các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị xã hội;

- Xây dựng cơ chế phù hợp tạo điều kiện thuận lợi để Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức đoàn thể các cấp tổ chức thực hiện có hiệu quả Cuộc vận động;

- Các Bộ, ngành phối hợp với hiệp hội chức năng tổ chức các hoạt động phù hợp để khen thưởng, tôn vinh các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ Việt Nam có thương hiệu, có uy tín đã tích cực hưởng ứng, tham gia thực hiện Cuộc vận động.

b) Nhóm nhiệm vụ về phát triển hệ thống phân phối hàng hóa cố định và bền vững, ưu tiên đối với hàng Việt Nam:

- Nghiên cứu xây dựng chính sách và áp dụng các biện pháp thích hợp để tăng cường liên kết trong chuỗi cung ứng hàng Việt Nam gắn với quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm;

- Nghiên cứu, đề xuất chính sách nhằm củng cố và mở rộng hệ thống phân phối, xây dựng các kênh phân phối văn minh, hiện đại đối với hàng Việt Nam; đa dạng hóa các loại hình phân phối, thiết lập hệ thống các điểm bán hàng Việt Nam bền vững, đặc biệt tại các khu vực tập trung đông dân cư, khu công nghiệp, vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo;

- Tiếp tục nghiên cứu để thể chế hóa việc triển khai Chương trình bình ổn thị trường một cách phù hợp, đồng thời có thể gắn kết với việc thực hiện các mục tiêu của Cuộc vận động; ưu tiên đưa hàng Việt vào hệ thống các điểm bán hàng bình ổn;

- Triển khai Chương trình “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam trên môi trường trực tuyến” (website: www.tuhaohangvietnam.vn);

- Đẩy mạnh công tác hỗ trợ doanh nghiệp trong các hoạt động xúc tiến thương mại, tổ chức các hoạt động đưa hàng Việt Nam về nông thôn, chợ truyền thống, các chương trình khuyến mại hàng Việt Nam như “Ngày hàng

Việt”, “Tuần hàng Việt”, “Tháng hàng Việt”; định kỳ hàng năm phối hợp với Ủy ban nhân dân các địa phương và đơn vị liên quan tổ chức nhận diện Tuần lễ “Tự hào hàng Việt Nam” trên địa bàn cả nước;

- Đẩy mạnh các hoạt động giới thiệu, quảng bá tuyến điểm du lịch gắn với quảng bá các sản phẩm, hàng hóa của từng vùng, miền;

- Các đoàn đàm phán hiệp định thương mại song phương, đa phương cần chú trọng đề xuất các thỏa thuận theo hướng tạo thuận lợi cho hàng Việt Nam tiêu thụ trên thị trường nội địa.

c) Nhóm nhiệm vụ nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng Việt Nam, doanh nghiệp Việt Nam:

- Xây dựng chương trình hành động, tổ chức các hoạt động hỗ trợ các doanh nghiệp, nhà sản xuất Việt Nam nâng cao năng lực sản xuất, phân phối và tiêu thụ sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam; nâng cao hiệu quả kết nối giữa nhà sản xuất và nhà phân phối sản phẩm đến tay người tiêu dùng;

- Xây dựng các chương trình nhằm nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về tác động của công nghệ thông tin đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, nhằm hướng tới đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và khai thác việc kinh doanh trên môi trường mạng.

d) Nhóm nhiệm vụ về kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ người tiêu dùng:

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, phát hiện, xử lý nghiêm các hành vi kinh doanh hàng lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm và những hành vi gian lận thương mại;

- Các Bộ, ngành, cơ quan tổ chức tuyên truyền, phổ biến và thực thi pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

4. Giải pháp, chính sách phát triển chủ yếu:

Các cấp, các ngành đẩy mạnh thực hiện các giải pháp có tính liên tục, thường xuyên, lâu dài và bền vững để thực hiện các nhiệm vụ cơ bản của Cuộc vận động theo chủ trương của Bộ Chính trị tại Thông báo số 264-TB/TW ngày 31 tháng 7 năm 2009 và theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17 tháng 9 năm 2012.

a) Nhóm giải pháp giúp thay đổi về nhận thức và hành vi của cộng đồng đối với hàng Việt Nam

Tăng cường và đa dạng hóa các hình thức truyền thông, tuyên truyền về Cuộc vận động, gắn kết với tên gọi chung “Tự hào hàng Việt Nam” và tập trung vào các nội dung:

- Đẩy mạnh vận động các cơ quan nhà nước ưu tiên hàng Việt Nam trong mua sắm. Tăng cường phối hợp hoạt động giữa các Bộ, ngành, các cơ quan nhà nước ở Trung ương và địa phương trong công tác phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động;

- Tiếp tục phát huy tinh thần yêu nước, lòng tự hào, tự tôn dân tộc của người tiêu dùng Việt Nam trong chủ động ưu tiên mua sắm, sử dụng và tuyên truyền quảng bá “Tự hào về hàng Việt Nam” trong đời sống sinh hoạt hàng ngày, thể hiện nét đẹp văn hóa ưu tiên dùng hàng Việt Nam;

- Phát huy bản lĩnh trí tuệ Việt Nam của các doanh nhân hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam, đi đầu trong thực hiện phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động; tiếp tục phát huy tinh thần năng động, sáng tạo, dám nghĩ, dám làm của đội ngũ doanh nhân, trí thức cũng như của toàn thể người lao động Việt Nam trong đầu tư đổi mới tư duy và công nghệ phục vụ sản xuất, kinh doanh; ứng dụng thành tựu khoa học - công nghệ, kinh nghiệm quản lý tiên tiến vào sản xuất, không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng, giảm giá thành sản phẩm hàng hóa, dịch vụ;

- Xây dựng các chương trình vinh danh và trao giải thưởng cho các doanh nhân, doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân có thành tích xuất sắc trong việc thực hiện Cuộc vận động;

- Xây dựng các chương trình khuyến khích ưu tiên sử dụng hàng Việt Nam đối với tiêu dùng cá nhân như: Cập nhật, công bố, quảng bá thường xuyên và kịp thời danh mục máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu trong nước sản xuất được. Tuyên truyền phổ biến đến doanh nghiệp và người tiêu dùng tham gia “Ngày hàng Việt”, “Tuần hàng Việt”, “Tháng hàng Việt”;

- Huy động tối đa nguồn lực từ Nhà nước, tổ chức, doanh nghiệp để hỗ trợ quảng bá thương hiệu cho doanh nghiệp Việt Nam trên phương tiện truyền thông báo chí, đặc biệt là đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa.

b) Nhóm giải pháp hỗ trợ phát triển hệ thống phân phối hàng Việt Nam cố định và bền vững:

- Xây dựng chương trình kết nối quy mô quốc gia (có tính liên kết vùng miền) giữa nhà sản xuất, kinh doanh với nhà phân phối, đại lý trong nước để mở rộng độ bao phủ hàng hóa, tăng hiện diện của hàng Việt Nam trên thị trường trong nước. Điều tra, khảo sát xây dựng cơ sở dữ liệu phục vụ phát triển mạng lưới phân phối hàng Việt Nam;

- Tăng cường đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng thương mại nhằm tạo điều kiện mở rộng kênh phân phối hàng Việt Nam tại các khu vực tập trung đông dân cư, khu công nghiệp, vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo. Rà soát, điều chỉnh quy hoạch phát triển hạ tầng thương mại, trong đó trọng tâm là quy hoạch phát triển mạng lưới chợ phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển thương mại. Trên cơ sở quy hoạch đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt, hỗ trợ tạo điều kiện để các doanh nghiệp trong nước đầu tư phát triển hạ tầng thương mại, ưu tiên doanh nghiệp vừa và nhỏ kinh doanh trên địa bàn nông thôn, khu công nghiệp và vùng sâu vùng xa;

- Hoàn thiện cơ chế, chính sách hỗ trợ cho các hoạt động bán hàng Việt theo hướng bền vững, cụ thể:

+ Thực hiện nghiêm các quy định tại Nghị định số 114/2009/NĐ-CP ngày 23 tháng 12 năm 2009 của Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14 tháng 01 năm 2003 về phát triển và quản lý chợ;

+ Nghiên cứu, xem xét việc bổ sung hạ tầng thương mại trên địa bàn nông thôn vào danh mục lĩnh vực ưu đãi đầu tư trong quá trình sửa đổi Luật Đầu tư và trong quá trình xây dựng Nghị định của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đầu tư;

+ Nghiên cứu, xem xét việc bổ sung các dự án đầu tư hạ tầng thương mại trên địa bàn nông thôn vào danh mục các dự án vay vốn tín dụng đầu tư trong quá trình sửa đổi, bổ sung Nghị định số 75/2011/NĐ-CP ngày 30 tháng 8 năm 2011 của Chính phủ về tín dụng đầu tư và tín dụng xuất khẩu của Nhà nước;

+ Nghiên cứu, xây dựng bản đồ số về mạng lưới phân phối hàng Việt Nam ở 63 tỉnh thành và cập nhật hàng năm, để cung cấp miễn phí cho doanh nghiệp Việt, trong đó có các dữ liệu cơ bản như: Các hộ kinh doanh, chợ, siêu thị, sức mua;

+ Nghiên cứu, hỗ trợ doanh nghiệp thiết lập các điểm bán hàng Việt Nam tại địa phương, lồng ghép, gắn kết một cách phù hợp việc thực hiện các mục tiêu của Cuộc vận động với Chương trình bình ổn thị trường tại các địa phương;

+ Nghiên cứu xây dựng mô hình liên kết sản xuất và tiêu thụ thành chuỗi cung ứng bền vững, nhằm gắn kết các doanh nghiệp sản xuất với doanh nghiệp phân phối, tạo thuận lợi trong khâu cung ứng và tiêu thụ hàng hóa. Từng bước nhân rộng mô hình liên kết, tạo điều kiện để các doanh nghiệp, đặc biệt các doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia mô hình;

+ Nghiên cứu xây dựng Kho phân phối hàng Việt Nam tại khu vực nông thôn ở phía Bắc, Trung và Nam nhằm từng bước hiện đại hóa hệ thống phân phối và tăng hiệu quả của chuỗi cung ứng hàng Việt.

c) Nhóm giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh trong lĩnh vực phân phối hàng Việt Nam:

- Lồng ghép xây dựng chiến lược, cơ chế chính sách phát triển hàng Việt Nam trong các lĩnh vực cần ưu tiên phát triển trung và dài hạn cho thị trường trong nước; xây dựng hệ thống tiêu chuẩn sản phẩm hướng tới hài hòa với tiêu chuẩn khu vực, quốc tế;

- Các cấp, ngành từ Trung ương đến địa phương tạo điều kiện cho doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận nguồn vốn để đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm, khai thác lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, khuyến khích các doanh nghiệp đẩy mạnh sản xuất kinh doanh, đầu tư, phát triển hạ tầng thương mại, mở rộng mạng lưới bán hàng, nhất là ở địa bàn nông thôn, các vùng đặc biệt khó khăn, vùng sâu, vùng xa;

- Tiếp tục đẩy mạnh triển khai Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia theo Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15 tháng 11 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng quản lý và thực hiện Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam, doanh nghiệp Việt Nam;

- Hàng năm, tổ chức các lớp đào tạo, tư vấn cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất, kinh doanh trên phạm vi cấp vùng, miền về kỹ năng bán hàng, xây dựng thương hiệu Việt Nam, kết nối cung cầu;

- Thông qua Chương trình khuyến công quốc gia giai đoạn 2013 - 2020, tập trung tăng cường triển khai chương trình liên kết Công Thương giữa các tỉnh, thành phố trong cả nước, để hàng Việt Nam, đặc biệt là các mặt hàng thế mạnh địa phương, các sản phẩm của làng nghề được tiếp cận với người tiêu dùng của nhiều vùng, miền trên cả nước;

- Xây dựng các chương trình nhằm nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về tác động của công nghệ thông tin đối với hoạt động kinh doanh, sản xuất của doanh nghiệp; hướng tới đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và khai thác kinh doanh trên môi trường mạng, cụ thể: Xây dựng 3 giải pháp ứng dụng thương mại điện tử, phần mềm hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, các hộ kinh doanh trong việc quản lý sản xuất, kinh doanh, phát triển thị trường, khách hàng.

d) Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ người tiêu dùng:

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, phát hiện, xử lý nghiêm các hành vi kinh doanh hàng lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm và những hành vi gian lận thương mại;

- Triển khai thực hiện có hiệu quả Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15 tháng 11 năm 2013 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;

- Tiếp tục xây dựng, hoàn thiện và tổ chức thực hiện hệ thống chính sách, pháp luật liên quan đến hoạt động quản lý thị trường kịp thời và đồng bộ; củng cố lực lượng quản lý thị trường, nhằm đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới;

- Tăng cường sự phối hợp chặt chẽ giữa các ngành, các cấp, giữa các tỉnh, thành phố nhằm kiểm soát tốt luồng lưu thông hàng hóa;

- Thực hiện nghiêm chỉnh hoạt động giám sát các sự kiện xúc tiến thương mại hàng Việt Nam, để bảo đảm mục đích của Cuộc vận động và tạo lòng tin cho người tiêu dùng;

- Các Bộ, ngành, cơ quan tổ chức tuyên truyền, phổ biến và thực thi pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng lồng ghép với quảng bá, giới thiệu hàng Việt Nam đến người tiêu dùng.

5. Danh mục các chương trình, nhiệm vụ cụ thể

Phụ lục kèm theo.

6. Kinh phí thực hiện

a) Tổng kinh phí dự kiến khoảng: 228,93 tỷ đồng

- Kinh phí giai đoạn 2014 - 2015 khoảng: 76,08 tỷ đồng, bao gồm: Nguồn ngân sách nhà nước khoảng 45,33 tỷ đồng, nguồn vốn xã hội hóa và nguồn khác khoảng 30,75 tỷ đồng;

- Kinh phí giai đoạn 2016 - 2020 khoảng: 152,85 tỷ đồng, bao gồm: Nguồn ngân sách nhà nước khoảng 74,5 tỷ đồng, nguồn vốn xã hội hóa và nguồn khác khoảng 78,35 tỷ đồng.

b) Nguồn vốn bao gồm: Nguồn ngân sách trung ương (nguồn sự nghiệp) ngân sách địa phương, nguồn vốn xã hội hóa và các nguồn huy động hợp pháp khác.

Điều 2. Tổ chức thực hiện

1. Trách nhiệm của các Bộ, ngành

a) Bộ Công Thương

- Chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan triển khai thực hiện các chương trình hỗ trợ phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động theo các nội dung của Đề án sau khi được phê duyệt;

- Hàng năm, Bộ Công Thương căn cứ các nhiệm vụ đã được giao tại Đề án xây dựng dự toán kinh phí chi tiết gửi Bộ Tài chính tổng hợp trình cấp có thẩm quyền theo quy định;

- Chủ trì nghiên cứu giải pháp xây dựng các Kho phân phối hàng Việt Nam tại khu vực nông thôn ở phía Bắc, Trung và Nam.

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Thông tin và Truyền thông và các Bộ, ngành liên quan chỉ đạo, hướng dẫn Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các Hội, Hiệp hội ngành nghề, ngành hàng, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam, tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại và các đơn vị có liên quan triển khai thực hiện Đề án này;

- Hàng năm, báo cáo Thủ tướng Chính phủ về kết quả thực hiện Đề án này; có sơ kết, tổng kết, kiểm tra, đánh giá, rút kinh nghiệm, trình Thủ tướng Chính phủ quyết định điều chỉnh mục tiêu, nhiệm vụ trong trường hợp cần thiết.

b) Bộ Kế hoạch và Đầu tư

Phối hợp với Bộ Công Thương thực hiện các chương trình hỗ trợ phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động theo nội dung của Đề án.

c) Bộ Tài chính

Hàng năm, bố trí kinh phí thực hiện các chương trình hỗ trợ phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động của Đề án theo quy định.

d) Bộ Thông tin và Truyền thông

- Chủ động phối hợp với Bộ Công Thương triển khai các chương trình thuộc Đề án về tăng cường công tác thông tin tuyên truyền, cung cấp thông tin kinh tế kịp thời, đầy đủ, chính xác cho doanh nghiệp thương mại, doanh

nghiệp phân phối và các nhà bán buôn, bán lẻ, các Hội, Hiệp hội ngành nghề, ngành hàng; tạo điều kiện hỗ trợ doanh nghiệp định hướng sản xuất kinh doanh, khai thác tốt các thị trường tiềm năng và mở rộng thị trường xuất khẩu...

- Chủ trì chỉ đạo, hướng dẫn các cơ quan thông tin đại chúng của Trung ương và địa phương chủ động phối hợp với Bộ Công Thương, các Bộ, cơ quan khác thuộc Chính phủ, các cơ quan Đảng, chính quyền, đoàn thể các cấp để thường xuyên cung cấp thông tin, tuyên truyền về các cơ chế, chính sách và các hoạt động, biện pháp, cách làm sáng tạo, đạt hiệu quả cao nhằm phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động.

2. Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương

- Chủ động tổ chức thực hiện các chương trình được giao tại Đề án này;

- Bố trí kinh phí từ nguồn ngân sách để thực hiện các chương trình hỗ trợ phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động theo các nội dung của Đề án thuộc trách nhiệm của địa phương. Thực hiện lồng ghép với các chương trình mục tiêu quốc gia, dự án khác có liên quan trên địa bàn để huy động tối đa nguồn lực của địa phương và các nguồn tài chính hợp pháp cho các hoạt động, nhằm nâng cao hiệu quả của Chương trình, Đề án;

- Bố trí kinh phí, phương tiện làm việc, cơ sở vật chất để Sở Công Thương làm tốt vai trò tham mưu giúp Ủy ban nhân dân thực hiện chức năng quản lý nhà nước đối với hoạt động phát triển thương mại tại địa phương gắn với Cuộc vận động;

- Theo dõi, đôn đốc, kiểm tra việc thực hiện các chương trình được phân công thuộc Đề án; định kỳ 6 tháng báo cáo kết quả gửi Bộ Công Thương để tổng hợp, báo cáo Thủ tướng Chính phủ.

3. Trách nhiệm của Hiệp hội ngành nghề, ngành hàng

- Chủ động phối hợp với Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông trong công tác thông tin tuyên truyền, cung cấp thông tin kinh tế kịp thời, đầy đủ, chính xác cho hội viên.

- Phối hợp với Bộ Công Thương, Ủy ban nhân dân các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương triển khai các chương trình hỗ trợ phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động theo các nội dung của Đề án.

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

Điều 4. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./,

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- HĐND, UBND các tỉnh, TP trực thuộc Trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Văn phòng Quốc hội;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện Kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán nhà nước;
- Ủy ban giám sát tài chính Quốc gia;
- Ngân hàng Chính sách xã hội;
- Ngân hàng Phát triển Việt Nam;
- Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTCP, TGĐ Công TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc;
- Lưu: Văn thư, KTTH (3b).XH 140

THỦ TƯỚNG



The image shows the official seal of the Prime Minister of Vietnam, which is circular and contains the national emblem of Vietnam. To the right of the seal is a handwritten signature in black ink. Below the seal and signature, the name 'Nguyễn Tấn Dũng' is printed in a bold, black font.

Nguyễn Tấn Dũng



Phụ lục

KẾ HOẠCH CHƯƠNG TRÌNH THỰC HIỆN ĐỀ ÁN PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC GẮN VỚI CUỘC VẬN ĐỘNG “NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM” GIAI ĐOẠN 2014 - 2020
(Bản hành kèm theo Quyết định số 634/QĐ-TTg ngày 29 tháng 4 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ)

TT	Tên Chương trình	Mục tiêu chương trình	Nội dung thực hiện	Cơ quan thực hiện		Thời gian thực hiện
				Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	
	(1)	(2)		(3)	(4)	(5)
I	Nhóm chương trình hỗ trợ nhằm thay đổi tích cực về nhận thức và hành vi của cộng đồng					
1	Chương trình hỗ trợ xây dựng chuyên mục “Tự hào hàng Việt Nam” trên các kênh truyền thông (báo nói, báo hình, báo in, báo điện tử) ở Trung ương và địa phương và hỗ trợ các hoạt động tuyên truyền, quảng bá Cuộc vận động của Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động.	Nâng cao nhận thức và hành vi của cộng đồng thông qua các phương tiện thông tin đại chúng về chất lượng của hàng Việt Nam cũng như khả năng của doanh nghiệp Việt, từ đó thay đổi thói quen tiêu dùng và lựa chọn hàng hóa.	- Hỗ trợ xây dựng chuyên mục, chuyên trang “Tự hào hàng Việt Nam” trên báo nói, báo hình, báo in, báo điện tử ở Trung ương và địa phương, nhằm truyền thông về Cuộc vận động lồng ghép với tuyên truyền, quảng bá cho doanh nghiệp Việt Nam uy tín (ưu tiên doanh nghiệp nhỏ và vừa). - Hỗ trợ hoạt động tuyên truyền, quảng bá Cuộc vận động của Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động.	Bộ Công Thương	Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động, Bộ Tài chính, Bộ Thông tin và Truyền thông, Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam, và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Hàng năm, từ năm 2014 đến năm 2020

2	Chương trình hỗ trợ hoạt động thông tin, tuyên truyền “Tự hào hàng Việt Nam” đối với cộng đồng, đoàn thể (thanh thiếu niên, phụ nữ...).	Nâng cao nhận thức của các đoàn thể, tổ chức về mục tiêu, ý nghĩa Cuộc vận động cũng như về lợi ích của việc sử dụng hàng Việt Nam, từ đó thay đổi thói quen tiêu dùng và lựa chọn hàng hóa.	Hỗ trợ xây dựng Hội nghị, Tọa đàm về Cuộc vận động lồng ghép với tuyên truyền, quảng bá cho doanh nghiệp Việt Nam uy tín (ưu tiên doanh nghiệp nhỏ và vừa).	Bộ Công Thương	Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tài chính, Đoàn Thanh niên cộng sản Hồ Chí Minh, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam, các cơ quan thông tấn báo chí và các cơ quan, đơn vị có liên quan.	Từ năm 2014 đến năm 2015
3	Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam quảng bá và mở rộng kênh phân phối hàng hóa trên môi trường trực tuyến.	<ul style="list-style-type: none"> - Xây dựng được 1 cổng thông tin chính thức của Bộ Công Thương giới thiệu, tuyên truyền, quảng bá hàng Việt Nam trên môi trường trực tuyến. - Xây dựng được 1 hệ thống phân phối hàng Việt Nam trên môi trường trực tuyến kết hợp với thanh toán điện tử, giao vận hiện đại. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tuyên truyền, quảng bá về Cuộc vận động thông qua cổng thông tin chính thức của chương trình do Bộ Công Thương triển khai; đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam quảng bá thương hiệu và sản phẩm trên môi trường trực tuyến. - Hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam mở rộng thị trường, phân phối hàng hóa qua hệ thống thương mại điện tử do Bộ Công Thương triển khai. 	Bộ Công Thương	Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tài chính, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam và các cơ quan, đơn vị có liên quan.	Hàng năm, từ năm 2014 đến năm 2020

4	Chương trình xác nhận và công bố, quảng bá các máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu trong nước đã sản xuất được	Tăng cường việc sử dụng máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu trong nước đã sản xuất được.	Xây dựng và công bố danh mục doanh nghiệp sản xuất được máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu trong nước đã sản xuất được.	Bộ Công Thương	Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Hàng năm, từ năm 2014 đến năm 2020
5	Chương trình nhận diện hàng Việt Nam thường niên trên quy mô toàn quốc với tên “Tự hào hàng Việt Nam”	Hỗ trợ người tiêu dùng phân biệt hàng giả/hàng nhái, giúp dễ dàng nhận diện hàng Việt Nam	Tổ chức các Chương trình nhận diện hàng Việt với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam” thường niên trên quy mô toàn quốc có sự kiểm tra, kiểm soát của lực lượng quản lý thị trường, được tổ chức định kỳ vào dịp tháng 8 - tháng 9 hàng năm, kỷ niệm ngày Bộ Chính trị phát động Cuộc vận động.	Bộ Công Thương	Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Hàng năm, từ năm 2014 đến năm 2020
6	Chương trình vinh danh và trao giải thưởng cho các doanh nhân, doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân có thành tích xuất sắc trong việc thực hiện Cuộc vận động	- Phát hiện, tôn vinh và động viên kịp thời các doanh nhân và doanh nghiệp có hàng hóa thương hiệu Việt Nam đã tích cực hưởng ứng Cuộc vận động. - Góp phần xúc tiến thương mại, thu hút du lịch và đầu tư, động viên cộng đồng người Việt Nam	- Tổ chức Lễ vinh danh, trao giải thưởng và xuất bản ấn phẩm vinh danh các doanh nhân, doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân có thành tích xuất sắc trong việc thực hiện Cuộc vận động.	Bộ Công Thương	Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động, Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tài chính, Ủy ban nhân dân các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương, Hiệp hội ngành nghề/ngành hàng, các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng Việt Nam và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Từ năm 2014, tối đa 3 năm một lần

II Nhóm chương trình hỗ trợ phát triển hệ thống phân phối hàng Việt Nam cố định và bền vững						
1	Chương trình hỗ trợ xây dựng cơ sở dữ liệu và cập nhật mạng lưới phân phối hàng Việt Nam trên cả nước.	Cung cấp thông tin về mạng lưới phân phối hàng Việt Nam trên cả nước, đặc biệt là vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, để người tiêu dùng trên cả nước tiếp cận dễ dàng hơn với hàng Việt Nam chất lượng cao, giá cả hợp lý.	Xây dựng và cập nhật bản đồ số về mạng lưới phân phối hàng Việt Nam ở 63 tỉnh thành.	Bộ Công Thương, Ủy ban nhân dân các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương.	Bộ Tài chính, các Hiệp hội ngành nghề/ngành hàng, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam và các cơ quan, đơn vị có liên quan.	Hàng năm, từ năm 2014 đến năm 2020.
2	Chương trình xây dựng mô hình thí điểm về Điểm bán hàng Việt Nam với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”.	Hỗ trợ doanh nghiệp, tiểu thương xây dựng mới điểm bán hàng Việt Nam uy tín (ưu tiên triển khai tại chợ) và tại các huyện vùng sâu, vùng xa, khu vực liên xã, biên giới.	Xây dựng và quảng bá các mô hình thí điểm về Điểm bán hàng Việt với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam” cố định tại chợ, siêu thị, trung tâm thương mại (ưu tiên triển khai tại chợ, vùng nông thôn và tại các huyện vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo).	Bộ Công Thương, Ủy ban nhân dân các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương.	Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tài chính, Hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam và các đơn vị có liên quan.	Giai đoạn 2014 - 2015 xây dựng thí điểm 63 điểm bán hàng Việt Nam “Tự hào hàng Việt Nam”; giai đoạn 2016 - 2020 xây dựng 100 điểm bán hàng Việt

3	Chương trình xây dựng Kho phân phối hàng Việt Nam tại địa bàn nông thôn.	Xây dựng mô hình thí điểm Kho phân phối hàng Việt Nam, hỗ trợ phát triển hệ thống phân phối chuyên nghiệp mang tính hiện đại, tập trung, tăng hiệu quả của chuỗi cung ứng hàng hóa, tạo điều kiện phát triển dịch vụ logistics cho chuỗi cung ứng hàng hóa.	Nghiên cứu giải pháp xây dựng Kho phân phối hàng Việt Nam tại khu vực nông thôn ở phía Bắc, Trung và Nam.	Bộ Công Thương	Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Ủy ban nhân dân các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương, các Hiệp hội ngành nghề/ngành hàng và doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam và các cơ quan, đơn vị có liên quan.	Giai đoạn 2014 -2015 nghiên cứu xây dựng 2 Kho phân phối; giai đoạn 2016 - 2020 nghiên cứu xây dựng 3 Kho phân phối.
4	Chương trình tăng cường hoạt động liên kết trong chuỗi cung ứng hàng Việt Nam bền vững.	Kết nối các doanh nghiệp sản xuất, tiêu thụ nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp; củng cố, tăng cường trao đổi, cung cấp thông tin trong chuỗi cung ứng.	Các cơ quan nhà nước từ Trung ương đến địa phương đứng ra chủ trì tổ chức các hoạt động kết nối giữa doanh nghiệp sản xuất, hỗ trợ gắn kết bền vững giữa sản xuất và tiêu thụ.	Bộ Công Thương	Bộ Tài chính, Ủy ban nhân dân các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương, Hiệp hội ngành nghề/ngành hàng, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam và các cơ quan, đơn vị có liên quan.	Hàng năm, từ năm 2014 đến năm 2020.

III Nhóm chương trình hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp Việt Nam và hàng Việt Nam						
1	Chương trình hỗ trợ đào tạo, tư vấn kỹ năng cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất, kinh doanh...	Nâng cao kiến thức, kỹ năng cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất, kinh doanh về phân phối hàng hóa, xây dựng thương hiệu, kết nối cung cầu...	Tổ chức các lớp đào tạo, tư vấn cho doanh nghiệp, hợp tác xã, các hộ sản xuất, kinh doanh trên phạm vi cấp vùng/miền.	Bộ Công Thương	Bộ Tài chính, Ủy ban nhân dân các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương, các Hiệp hội ngành nghề/ngành hàng, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam và các đơn vị có liên quan	Hàng năm, từ năm 2014 đến năm 2020
2	Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp Việt ứng dụng các phần mềm tiện ích, nghiệp vụ trong thương mại điện tử, nâng cao năng lực trong hoạt động sản xuất, kinh doanh	Giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực trong hoạt động sản xuất, kinh doanh thông qua việc ứng dụng các phần mềm tiện ích, nghiệp vụ trong thương mại điện tử	Xây dựng các giải pháp phần mềm hỗ trợ doanh nghiệp trong việc quản lý sản xuất, kinh doanh, phát triển thị trường, khách hàng.	Bộ Công Thương	Bộ Tài chính, Ủy ban nhân dân các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương, các Hiệp hội ngành nghề/ngành hàng, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam và các đơn vị có liên quan	Hàng năm, từ năm 2014 đến năm 2020