

Số: **8375** /BCT-AMHà Nội, ngày **27** tháng **12** năm 2022

V/v triển khai Đề án “Thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài đến năm 2030”

Kính gửi:

- Các Bộ: Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Thông tin và Truyền thông;
- Ủy ban nhân dân các tỉnh/thành phố trực thuộc Trung ương.

Đề án “Thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu trực tiếp vào mạng phân phối nước ngoài đến năm 2030” đã được Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1415/QĐ-TTg ngày 14 tháng 11 năm 2022. Mục tiêu chính của Đề án nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia mạnh mẽ vào chuỗi sản xuất, cung ứng, phân phối hàng hóa toàn cầu, xuất khẩu trực tiếp vào các mạng phân phối nước ngoài trên cơ sở phát huy thế mạnh và khai thác tối đa lợi thế cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu Việt Nam.

Trong vai trò được Chính phủ giao là đơn vị chủ trì triển khai Đề án, Bộ Công Thương đề nghị các Bộ, ngành, địa phương:

- Phối hợp chặt chẽ với Bộ Công Thương và các đơn vị liên quan xây dựng kế hoạch triển khai Đề án;
- Cử đầu mối cùng phối hợp với Bộ Công Thương để đảm bảo các hoạt động triển khai chủ trương của Chính phủ được thực hiện đồng bộ và thống nhất từ Trung ương đến địa phương;
- Hàng năm, gửi báo cáo kết quả triển khai về Bộ Công Thương trước ngày 15 tháng 11 để Bộ Công Thương tổng hợp báo cáo Chính phủ.

Đầu mối phối hợp đề nghị gửi về Bộ Công Thương (Vụ Thị trường châu Âu – châu Mỹ) trước ngày 30 tháng 12 năm 2022. Thông tin chi tiết liên hệ chị Cao Phương Lan, điện thoại: 0934555556, email: lancp@moit.gov.vn.

Trân trọng thông báo và cảm ơn sự hợp tác của Quý cơ quan ./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Bộ trưởng (để báo cáo);
- Sở Công Thương các tỉnh/ thành phố trực thuộc Trung ương;
- TTXTTM các tỉnh/ thành phố trực thuộc Trung ương;
- Hiệp hội các ngành hàng;
- Lưu: VT, AM

**KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG****Đỗ Thắng Hải**

Số: 1415 /QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 14 tháng 11 năm 2022

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Đề án “Thúc đẩy Doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài đến năm 2030”

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 19 tháng 6 năm 2015; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức Chính phủ và Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 22 tháng 11 năm 2019;

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

Căn cứ Nghị định số 98/2017/NĐ-CP ngày 18 tháng 8 năm 2017 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

Căn cứ Nghị định số 28/2018/NĐ-CP ngày 01 tháng 3 năm 2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương;

Căn cứ Quyết định 493/QĐ-TTg ngày 19 tháng 4 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Công Thương,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Đề án “Thúc đẩy Doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài đến năm 2030” (sau đây gọi tắt là Đề án) với các nội dung chủ yếu sau đây:

I. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

a) Phát triển thị trường xuất khẩu, nhập khẩu, bảo đảm tăng trưởng bền vững trong dài hạn;

b) Khuyến khích doanh nghiệp Việt Nam tham gia mạnh mẽ vào chuỗi sản xuất, cung ứng, phân phối hàng hóa toàn cầu, xuất khẩu trực tiếp vào các mạng

phân phối nước ngoài trên cơ sở phát huy thế mạnh và khai thác tối đa lợi thế cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam;

c) Xây dựng mối quan hệ hợp tác chiến lược chặt chẽ giữa doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu của Việt Nam với các mạng phân phối nước ngoài trên các kênh xuất khẩu truyền thống và kênh thương mại điện tử, hướng tới mô hình sản xuất - xuất khẩu - phân phối ổn định, bền vững;

d) Góp phần làm thay đổi tư duy sản xuất, tổ chức sản xuất theo hướng bài bản, bền vững, từ đó tăng cường khả năng cạnh tranh lâu dài của doanh nghiệp; thu hút nguồn đầu tư trong và ngoài nước vào sản xuất xanh sạch, bền vững, chế biến hàng xuất khẩu có chất lượng cao, mang lại giá trị gia tăng cao cho hàng hóa xuất khẩu Việt Nam; xây dựng hình ảnh Việt Nam là quốc gia có năng lực cung ứng hàng hóa khối lượng lớn, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, uy tín.

2. Mục tiêu cụ thể

a) Hỗ trợ về thông tin thị trường cho 20.000 lượt doanh nghiệp;

b) Hỗ trợ về đào tạo, tư vấn cho 15.000 lượt doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, năng lực cung ứng để từng bước tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu;

c) Hỗ trợ 5.000 lượt doanh nghiệp xây dựng năng lực tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới;

d) Tổ chức 10.000 lượt kết nối, giao thương với các mạng phân phối nước ngoài;

đ) Hỗ trợ trên 10.000 sản phẩm xuất khẩu trực tiếp vào các mạng phân phối nước ngoài;

e) Phấn đấu đến năm 2030, hàng hóa Việt Nam có mặt tại các chuỗi phân phối truyền thống và trực tuyến tại tất cả quốc gia có hiệp định thương mại tự do (FTA) với Việt Nam.

II. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP

1. Hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin thị trường

a) Thường xuyên cập nhật thông tin về nhu cầu, xu hướng phát triển của thị trường thế giới và các chuỗi cung ứng quốc tế;

b) Cung cấp thông tin, phổ biến chính sách của các nhà phân phối đến các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu trong nước để kịp thời nắm bắt, có những điều chỉnh cần thiết, nhằm đáp ứng tiêu chí, yêu cầu để trở thành nhà cung ứng cho các mạng phân phối nước ngoài;

c) Phối hợp với các tập đoàn phân phối nước ngoài xây dựng, cập nhật các bộ tài liệu về quy trình lựa chọn sản phẩm và doanh nghiệp cung ứng, cũng như

tiêu chuẩn kỹ thuật đối với sản phẩm xuất khẩu, nhằm hướng dẫn cho doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu của Việt Nam áp dụng các quy trình sản xuất theo quy chuẩn, tiêu chuẩn quốc tế, cung cấp hàng hóa đáp ứng yêu cầu chất lượng của các mạng phân phối nước ngoài;

d) Xây dựng Mạng lưới chuyên gia tư vấn xuất khẩu nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam trao đổi, tìm hiểu thông tin và nhận được tư vấn, hướng dẫn trực tiếp từ các chuyên gia về thị trường, xuất khẩu, marketing, xây dựng thương hiệu;

đ) Xây dựng, duy trì và phát triển hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin trực tuyến về ngành hàng và các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng:

- Phối hợp với các địa phương, hiệp hội ngành hàng xây dựng cơ sở dữ liệu về ngành hàng và các doanh nghiệp Việt Nam;

- Phối hợp với các Cơ quan Thương vụ Việt Nam, Văn phòng Xúc tiến thương mại Việt Nam tại nước ngoài, Hiệp hội doanh nghiệp nước ngoài xây dựng cơ sở dữ liệu về ngành hàng và doanh nghiệp phân phối nước ngoài;

- Phát triển các công cụ khai thác, phân tích, chia sẻ cơ sở dữ liệu, thông qua đó có thể truy xuất thông tin theo nhu cầu phục vụ công tác phân tích thị trường, kết nối doanh nghiệp.

e) Duy trì Cổng thông tin trực tuyến của Đề án và các kênh thông tin trên nền tảng số khác với vai trò là công cụ phổ biến thông tin thị trường, tư vấn trực tuyến cho các doanh nghiệp, tiếp cận các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài, qua đó đảm bảo cung cấp thông tin đầy đủ và thường xuyên, tạo diễn đàn hiệu quả cho việc kết nối các doanh nghiệp xuất khẩu và tập đoàn phân phối nước ngoài.

2. Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng năng lực cung ứng cho thị trường nước ngoài

a) Đào tạo, hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực trong nghiên cứu và phát triển sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường và yêu cầu của mạng phân phối;

b) Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực tổ chức sản xuất, năng suất, chất lượng sản phẩm, đáp ứng những yêu cầu, quy định, tiêu chuẩn chất lượng của mạng phân phối nước ngoài thông qua các chương trình đào tạo, phổ biến thông tin, hướng dẫn doanh nghiệp áp dụng các hệ thống quản lý, công cụ cải tiến năng suất chất lượng, nhất là các công cụ hỗ trợ cho sản xuất thông minh, dịch vụ thông minh;

c) Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao khả năng tự chủ nguồn nguyên liệu phục vụ sản xuất, cung ứng cho mạng phân phối nước ngoài thông qua những hình thức phù hợp với thực tế;

d) Hỗ trợ, nâng cao năng lực quản trị của doanh nghiệp, tăng khả năng quản lý/kiểm soát rủi ro, tính hiệu quả của doanh nghiệp trước những khó khăn, thách thức trong bối cảnh hiện nay;

đ) Xây dựng mạng lưới chuyên gia tư vấn sản xuất nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực nghiên cứu và phát triển; tổ chức sản xuất hướng tới mục tiêu phát triển bền vững; ứng dụng khoa học công nghệ trong sản xuất, nhằm cải thiện khả năng cạnh tranh cũng như khả năng đáp ứng yêu cầu của thị trường và các tập đoàn phân phối;

e) Hỗ trợ đào tạo, hướng dẫn doanh nghiệp đáp ứng được các chứng chỉ tiêu chuẩn về sản xuất theo tiêu chuẩn của thị trường nhập khẩu nói chung và Tập đoàn phân phối nói riêng.

3. Hỗ trợ doanh nghiệp từng bước thích nghi, chuyển đổi sản xuất đáp ứng xu hướng tiêu dùng bền vững

a) Hỗ trợ doanh nghiệp sử dụng nguồn nguyên liệu xanh – sạch: đẩy mạnh các hoạt động nâng cao ý thức của doanh nghiệp trong việc tự chủ nguồn nguyên liệu, giảm phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, chủ động phát triển nguồn nguyên liệu xanh, sạch để nâng cao giá trị và sức cạnh tranh của sản phẩm trong chuỗi giá trị toàn cầu;

b) Khuyến khích chuyển đổi năng lượng, tiết kiệm năng lượng trong quá trình sản xuất: nâng cao ý thức doanh nghiệp về sử dụng năng lượng tiết kiệm hiệu quả, sử dụng công nghệ sản xuất tiết kiệm tài nguyên, tiêu hao ít năng lượng, thân thiện môi trường; thúc đẩy doanh nghiệp chuyển đổi năng lượng theo hướng nâng cao nguồn năng lượng sạch, năng lượng tái tạo trong sản xuất. Tương lai, đây sẽ là một ưu thế cạnh tranh của các mặt hàng xuất khẩu sang các quốc gia phát triển hoặc quốc gia đã tham gia cam kết tại Hội nghị COP 26;

c) Thúc đẩy phát triển mô hình kinh tế tuần hoàn trong sản xuất: tìm kiếm nguồn lực hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và phát triển mô hình kinh tế tuần hoàn trong sản xuất (đặc biệt là những ngành nông thủy sản) nhằm hướng đến quá trình sản xuất hợp lý, tiết kiệm và thân thiện với môi trường;

d) Khuyến khích doanh nghiệp phát triển công nghiệp phụ trợ, chế biến chế tạo (đặc biệt là ngành chế biến nông lâm thủy sản), liên kết chuỗi cung ứng toàn cầu và với các tập đoàn phân phối.

4. Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng năng lực tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới

a) **Đẩy mạnh các hoạt động nâng cao ý thức của doanh nghiệp Việt Nam về chuyển đổi số và thương mại điện tử xuyên biên giới đặc biệt với những ngành hàng nông sản, thực phẩm, đồ gỗ, nội thất;**

b) **Đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào các hệ thống phân phối dựa trên nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới của Việt Nam và nước ngoài. Phối hợp với các tập đoàn thương mại điện tử xuyên biên giới trong và ngoài nước từng bước nâng cao khả năng chuyển đổi số, tập huấn kỹ năng bán hàng (bao gồm cả marketing, dịch vụ khách hàng, dịch vụ sau bán hàng...) trên môi trường số, tiến tới xây dựng và củng cố thương hiệu Việt Nam, giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, tham gia hiệu quả vào chuỗi sản xuất, cung ứng toàn cầu hướng tới phát triển thị trường một cách bền vững;**

c) **Thúc đẩy phát triển dịch vụ logistics phục vụ cho xuất khẩu vào các hãng phân phối trên nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới.**

5. Hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu

a) **Phối hợp với các Tập đoàn phân phối và chuyên gia tư vấn hỗ trợ các địa phương, hiệp hội, doanh nghiệp phát triển từ thương hiệu của các nhà phân phối, phát triển lên thương hiệu chung (co-brand) và tiến tới phát triển thương hiệu riêng trong hệ thống phân phối;**

b) **Phối hợp với các mạng phân phối nước ngoài hỗ trợ phát triển các sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam trong hệ thống phân phối trên nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới;**

c) **Hỗ trợ Doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu sản phẩm tại thị trường quốc tế và phối hợp với các tập đoàn phân phối quảng bá, nâng cao vị thế, hình ảnh sản phẩm Việt Nam.**

6. Tổ chức các hoạt động kết nối, giao thương với các mạng phân phối nước ngoài, bao gồm:

a) **Tổ chức hội thảo kết nối giao thương giữa doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu với các nhà phân phối nước ngoài;**

b) **Tổ chức Chương trình Tuần hàng Việt Nam tại các mạng phân phối nước ngoài; hỗ trợ doanh nghiệp trong nước mang hàng hóa trưng bày, giới thiệu tại các Chương trình Tuần hàng Việt Nam theo quy định của pháp luật;**

c) **Tổ chức đưa doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu đi khảo sát thị trường các nước nhằm nắm bắt yêu cầu thị trường và giao dịch với các nhà phân phối;**

d) **Tổ chức cho các tập đoàn phân phối nước ngoài tham quan, tìm hiểu tình hình sản xuất của các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu của Việt Nam;**

đ) Tổ chức các hoạt động kết nối với mạng lưới phân phối do doanh nhân người Việt Nam ở nước ngoài làm chủ; các hoạt động quảng bá, tiếp thị hướng tới cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

7. Tổ chức các hoạt động truyền thông

a) Truyền thông nhằm nâng cao nhận thức của doanh nghiệp Việt Nam:

- Truyền thông về lợi ích tham gia đề án, góp phần thay đổi nhận thức và nâng cao hiểu biết của doanh nghiệp về mô hình tham gia trực tiếp vào mạng phân phối nước ngoài, coi đây là một kênh xuất khẩu, quảng bá sản phẩm và thương hiệu một cách hiệu quả;

- Truyền tải thông tin, hướng dẫn các doanh nghiệp về các tiêu chuẩn tham gia và quy trình cung ứng hàng hóa cho các mạng phân phối nước ngoài;

- Truyền thông về những hoạt động của Đề án hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp với các nhà phân phối, người tiêu dùng nước ngoài;

b) Truyền thông về kinh nghiệm trong việc đưa hàng vào mạng phân phối nước ngoài:

Kinh nghiệm thành công của những điển hình doanh nghiệp đã tham gia đề án trong việc đổi mới, sáng tạo, nghiên cứu thị trường, tổ chức sản xuất, cải tiến chất lượng sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế, phát triển các dịch vụ phục vụ khách hàng, từ đó nâng cao doanh số bán hàng trực tiếp vào các hệ thống phân phối nước ngoài.

c) Truyền thông xuất khẩu tới người mua hàng nước ngoài:

Truyền thông ra nước ngoài về hình ảnh Việt Nam là nguồn cung ứng chất lượng và đáng tin cậy... Thông qua hoạt động tuyên truyền xuất khẩu để khách hàng thấy rõ năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm của các ngành sản xuất và doanh nghiệp Việt Nam.

d) Sử dụng các công cụ truyền thông đa phương tiện, đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền, quảng bá trực tiếp đến khách hàng.

8. Xây dựng cơ chế chính sách thúc đẩy doanh nghiệp nước ngoài xây dựng chiến lược thu mua bền vững với thị trường Việt Nam

a) Khuyến khích, hỗ trợ các tập đoàn phân phối nước ngoài đặt hiện diện thương mại (mở văn phòng đại diện, thành lập doanh nghiệp thu mua...) tại Việt Nam, hợp tác đưa hàng hóa Việt Nam xuất khẩu vào mạng phân phối của các tập đoàn tại các nước, nhất là hàng hóa mang thương hiệu Việt Nam;

b) Khuyến khích, hỗ trợ các tập đoàn phân phối đa quốc gia đã có hiện diện tại Việt Nam liên kết, hợp tác với các cơ sở, doanh nghiệp sản xuất trong nước để



phát triển nguồn hàng cho mạng phân phối toàn cầu của tập đoàn, doanh nghiệp đó, xây dựng Việt Nam thành trung tâm cung ứng của khu vực;

c) Thúc đẩy việc ký kết các thỏa thuận nhằm thiết lập khung khổ hợp tác với các tập đoàn phân phối nước ngoài với những chương trình hành động cụ thể.

9. Nghiên cứu xây dựng cơ chế chính sách khuyến khích doanh nghiệp Việt Nam chủ động phát triển hệ thống đại lý phân phối tại thị trường nước ngoài để đưa hàng vào các mạng phân phối nước ngoài.

10. Nhiệm vụ khác

Tận dụng tốt các FTA đã có hiệu lực giữa Việt Nam và đối tác; đàm phán, thúc đẩy quá trình mở cửa thị trường dành cho những mặt hàng nông thủy sản có thế mạnh của Việt Nam tại thị trường nước ngoài, tạo tiền đề cho việc đưa các sản phẩm của Việt Nam vào hệ thống phân phối nước ngoài.

Điều 2: Kinh phí thực hiện

Kinh phí thực hiện Đề án được bố trí từ nguồn ngân sách trung ương và ngân sách địa phương theo phân cấp ngân sách hiện hành quy định tại Luật Ngân sách nhà nước năm 2015; từ nguồn đóng góp, tài trợ của các cá nhân, tổ chức trong và ngoài nước; từ nguồn thu hợp pháp khác theo quy định của pháp luật (nếu có).

Điều 3: Tổ chức thực hiện

1. Bộ Công Thương

a) Chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương, hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao để triển khai thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp nêu trong Đề án;

b) Tổ chức tuyên truyền, phổ biến Đề án đến các địa phương, hiệp hội, doanh nghiệp và chỉ đạo, đôn đốc thực hiện;

c) Tăng cường chỉ đạo các Cơ quan Thương vụ, Văn phòng xúc tiến thương mại ở nước ngoài hỗ trợ các doanh nghiệp kết nối và xuất khẩu trực tiếp vào các mạng phân phối nước ngoài;

d) Cuối năm 2025, Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan tổ chức tổng kết, đánh giá giữa kỳ việc triển khai Đề án, báo cáo Thủ tướng Chính phủ có những điều chỉnh cần thiết cho giai đoạn sau. Cuối năm 2030, tiến hành đánh giá, tổng kết quá trình thực hiện Đề án.



2. Bộ Tài chính

Trình cấp có thẩm quyền bố trí kinh phí từ nguồn ngân sách nhà nước hàng năm cho các Bộ, cơ quan trung ương để thực hiện các nhiệm vụ của Đề án theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các quy định pháp luật liên quan.

3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Đàm phán, thúc đẩy mở cửa thị trường cho các mặt hàng nông thủy sản có thế mạnh của Việt Nam tại thị trường nước ngoài, tạo tiền đề cho việc đưa sản phẩm của Việt Nam vào hệ thống phân phối nước ngoài.

4. Các Bộ, ngành, địa phương

a) Căn cứ vào nhiệm vụ, giải pháp trong Đề án, các Bộ, ngành, địa phương, cơ quan liên quan theo phân cấp quản lý chủ động xây dựng kế hoạch triển khai đề án, hàng năm tổng kết kết quả thực hiện, gửi Bộ Công Thương để tổng hợp.

Các Bộ, ngành xây dựng dự toán để triển khai các hoạt động của Đề án và tổng hợp vào ngân sách hàng năm gửi Bộ Tài chính. Các địa phương chủ động bố trí kinh phí từ nguồn ngân sách địa phương và các nguồn hợp pháp khác theo quy định luật pháp hiện hành.

b) Tổng hợp khó khăn, vướng mắc từ các doanh nghiệp thuộc các ngành hàng để đề xuất, kiến nghị những chính sách hỗ trợ, giải pháp tháo gỡ kịp thời;

c) Chủ động rà soát, sửa đổi, bổ sung các cơ chế, chính sách trong phạm vi lĩnh vực, địa bàn phụ trách để khuyến khích, tạo điều kiện cho doanh nghiệp Việt Nam tham gia xuất khẩu trực tiếp vào các mạng phân phối nước ngoài;

d) Tích cực phối hợp, tạo điều kiện để các hãng phân phối phát triển hệ thống cung ứng tại Việt Nam;

đ) Xây dựng cẩm nang giới thiệu những mặt hàng có thế mạnh, danh sách các doanh nghiệp có uy tín của địa phương để giới thiệu, thu hút các hãng phân phối xây dựng hệ thống cung ứng hoặc thu mua sản phẩm của địa phương.

5. Hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng

a) Phối hợp với Bộ Công Thương lựa chọn doanh nghiệp phù hợp với mục tiêu, yêu cầu của các mạng phân phối nước ngoài để xây dựng kế hoạch hỗ trợ;

b) Tổng hợp các khó khăn, vướng mắc phát sinh và đề xuất, kiến nghị cấp có thẩm quyền những chính sách, giải pháp tháo gỡ;

c) Cung cấp, cập nhật số liệu về tình hình xuất khẩu trực tiếp của các doanh nghiệp vào các mạng phân phối nước ngoài.

Điều 4. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

Điều 5. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương và các tổ chức, đơn vị, cá nhân liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán nhà nước;
- Ủy ban 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 TTg, TGĐ Công TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc, Công báo;
- Lưu: VT, KTTT (2b).TLK₄₀

**KT. THỦ TƯỚNG
PHÓ THỦ TƯỚNG**



Lê Văn Thành

KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG

Đề án “Thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp vào mạng phân phối nước ngoài đến năm 2030”

STT	Tên hoạt động	Nội dung triển khai	Kết quả sản phẩm đầu ra	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đối tác nước ngoài	Thời gian	Địa điểm	Kinh phí
Nhiệm vụ 1: Hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin thị trường									
a	Thường xuyên cập nhật thông tin về nhu cầu, xu hướng phát triển của thị trường thế giới và các chuỗi cung ứng quốc tế								
b	Cung cấp thông tin, phổ biến chính sách của các nhà phân phối đến các doanh nghiệp sx								
c	Xây dựng, cập nhật các bộ tài liệu về quy trình lựa chọn sản phẩm, tiêu chuẩn kỹ thuật đối với sản phẩm xuất khẩu								
d	Xây dựng mạng lưới chuyên gia tư vấn xk								
đ	Xây dựng, duy trì và phát triển hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin trực tuyến về ngành hàng và các doanh								

	ngành trong chuỗi cung ứng								
e	Duy trì Cổng thông tin trực tuyến của Đề án và các kênh thông tin trên nền tảng số khác với vai trò là công cụ phổ biến thông tin thị trường, tư vấn trực tuyến.								
Nhiệm vụ 2: Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng năng lực cung ứng cho thị trường nước ngoài									
a	Đào tạo, hỗ trợ DN nâng cao năng lực trong nghiên cứu và phát triển sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường và yêu cầu của mạng phân phối								
b	Hỗ trợ DN nâng cao năng lực tổ chức sx, năng suất chất lượng sản phẩm								
c	Hỗ trợ DN nâng cao khả năng tự chủ nguồn nguyên liệu								
d	Hỗ trợ, nâng cao năng lực quản trị của DN								
đ	Xây dựng mạng lưới chuyên gia tư vấn sx								

e	Đào tạo, hướng dẫn DN đáp ứng các chứng chỉ tiêu chuẩn về sx theo tiêu chuẩn của thị trường nhập khẩu nói chung và TĐ phân phối nói riêng								
Nhiệm vụ 3: Hỗ trợ doanh nghiệp từng bước thích nghi, chuyển đổi sản xuất, đáp ứng xu hướng tiêu dùng bền vững									
a	Hỗ trợ DN sử dụng nguồn nguyên liệu xanh, sạch								
b	Khuyến khích chuyển đổi năng lượng, tiết kiệm năng lượng trong quá trình sx								
c	Thúc đẩy phát triển kinh tế tuần hoàn trong sản xuất								
d	Khuyến khích DN phát triển công nghiệp phụ trợ, chế biến chế tạo								
Nhiệm vụ 4: Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng năng lực tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới									
a	Hoạt động nâng cao ý thức của DN về chuyển đổi số và TM điện tử xuyên biên giới ngành hàng nông								

	sản, thực phẩm, đồ gỗ, nội thất								
b	Nâng cao khả năng chuyên đổi số, tập huấn kỹ năng bán hàng trên môi trường số tiến tới xây dựng và củng cố thương hiệu VN								
c	Thúc đẩy phát triển dịch vụ logistic phục vụ cho xk vào các hãng phân phối trên nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới								
Nhiệm vụ 5: Hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu									
a	Phát triển lên thương hiệu chung, tiến tới phát triển thương hiệu riêng trong hệ thống phân phối								
b	Phát triển các sản phẩm thương hiệu Việt Nam trong hệ thống phân phối trên nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới								
c	Hỗ trợ DN đăng ký bảo hộ nhãn hiệu sản								

	phẩm tại thị trường quốc tế và phối hợp với các tập đoàn phân phối quảng bá, nâng cao vị thế, hình ảnh sản phẩm VN								
Nhiệm vụ 6: Tổ chức các hoạt động kết nối, giao thương với các mạng phân phối nước ngoài									
a	Tổ chức hội thảo kết nối giao thương giữa DN sx và xk với các nhà phân phối nước ngoài								
b	Tổ chức Chương trình Tuần hàng Việt Nam tại các mạng phân phối nước ngoài; hỗ trợ DN trong nước mang hàng hóa trưng bày, giới thiệu tại các Chương trình Tuần hàng Việt Nam theo quy định của pháp luật								
c	Tổ chức đưa DN sx và xk đi khảo sát thị trường các nước nhằm nắm bắt yêu cầu thị trường và giao dịch với các nhà phân phối								

d	Tổ chức cho các TĐ phân phối nước ngoài, tham quan, tìm hiểu tình hình sx của các DN sx và xk của VN								
e	Tổ chức các hoạt động kết nối với mạng lưới phân phối do doanh nhân VN ở nước ngoài làm chủ; các hoạt động quảng bá, tiếp thị hướng tới cộng đồng người VN ở nước ngoài								
Nhiệm vụ 7: Tổ chức các hoạt động truyền thông									
a	Truyền thông nhằm nâng cao nhận thức của DN VN								
b	Truyền thông về kinh nghiệm trong việc đưa hàng vào mạng phân phối nước ngoài								
c	Truyền thông xk tới người mua hàng nước ngoài								
Nhiệm vụ 8: Xây dựng cơ chế chính sách thúc đẩy doanh nghiệp nước ngoài xây dựng chiến lược thu mua bền vững với thị trường Việt Nam									
a	Khuyến khích, hỗ trợ các TĐ phân phối								

	nước ngoài đặt hiện diện TM tại VN								
b	Hỗ trợ các TD phân phối đa quốc gia hợp tác với các cơ sở, DN sx trong nước để phát triển nguồn hàng cho mạng phân phối toàn cầu của TD								
c	Thúc đẩy việc ký kết các thỏa thuận nhằm thiết lập khung khổ hợp tác với các TD phân phối nước ngoài với những chương trình hành động cụ thể								
Nhiệm vụ 9: Nghiên cứu xây dựng cơ chế chính sách khuyến khích DN VN chủ động phát triển hệ thống đại lý phân phối tại thị trường nước ngoài để đưa hàng vào các mạng phân phối nước ngoài									
Nhiệm vụ 10: Đàm phán mở cửa thị trường dành cho những mặt hàng nông thủy sản có thế mạnh của Việt Nam tại thị trường nước ngoài, tạo tiền đề cho việc đưa các sản phẩm của Việt Nam vào hệ thống phân phối nước ngoài									