

CHÍNH PHỦ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 88/NQ-CP

Hà Nội, ngày 05 tháng 4 năm 2026

NGHỊ QUYẾT

Về thúc đẩy phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng,  
đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”

CHÍNH PHỦ

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

Căn cứ Nghị định số 39/2022/NĐ-CP ngày 18 tháng 6 năm 2022 của Chính phủ ban hành Quy chế làm việc của Chính phủ;

Căn cứ Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22 tháng 12 năm 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 59-NQ/TW ngày 24 tháng 01 năm 2025 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế trong tình hình mới;

Căn cứ Nghị quyết số 66-NQ/TW ngày 30 tháng 4 năm 2025 của Bộ Chính trị về đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong kỷ nguyên mới;

Căn cứ Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân;

Căn cứ Nghị quyết số 71-NQ/TW ngày 22 tháng 8 năm 2025 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển giáo dục và đào tạo;

Căn cứ Nghị quyết số 03/NQ-CP ngày 09 tháng 01 năm 2025 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22 tháng 12 năm 2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, được sửa đổi, bổ sung cập nhật tại Nghị quyết số 71/NQ-CP ngày 01 tháng 4 năm 2025;

Căn cứ Nghị quyết số 153/NQ-CP ngày 31 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ triển khai Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24 tháng 01 năm 2025 của Bộ Chính trị về Hội nhập quốc tế trong tình hình mới;

Căn cứ Nghị quyết số 140/NQ-CP ngày 17 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 66-NQ/TW ngày 30 tháng 4 năm 2025 của Bộ Chính trị về đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong kỷ nguyên mới;

*Căn cứ Nghị quyết số 138/NQ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Kế hoạch hành động của Chính phủ triển khai Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân;*

*Căn cứ Nghị quyết số 226/NQ-CP ngày 05 tháng 8 năm 2025 của Chính phủ về mục tiêu tăng trưởng các ngành, lĩnh vực, địa phương và các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm để đảm bảo tăng trưởng cả nước năm 2025 đạt 8,3 – 8,5%;*

*Căn cứ Nghị quyết số 230/NQ-CP ngày 10 tháng 8 năm 2025 của Chính phủ tại Phiên họp Chính phủ thường kỳ tháng 7 năm 2025 và Hội nghị trực tuyến Chính phủ với địa phương;*

*Căn cứ Nghị quyết số 01/NQ-CP ngày 08 tháng 01 năm 2026 của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và dự toán ngân sách nhà nước năm 2026;*

*Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Công Thương các văn bản: Tờ trình số 9395/TTr-BCT ngày 27 tháng 11 năm 2025, Báo cáo số 03/BC-BCT ngày 08 tháng 01 năm 2026; văn bản số 2188/BCT-TTTN ngày 31 tháng 3 năm 2026;*

*Trên cơ sở kết quả biểu quyết của các Thành viên Chính phủ.*

## **QUYẾT NGHỊ:**

### **I. MỤC TIÊU VÀ YÊU CẦU**

#### **1. Mục tiêu:**

Thúc đẩy mạnh mẽ thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, tăng cường sức mua của người dân và doanh nghiệp, tạo động lực quan trọng để hoàn thành các chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế của Chính phủ đặt ra.

Tập trung thúc đẩy sản xuất kinh doanh, coi việc đẩy mạnh sản xuất trong nước là nền tảng bền vững để cung ứng hàng hóa cho thị trường nội địa.

#### **2. Yêu cầu:**

Các Bộ, ngành, địa phương xác định doanh nghiệp là chủ thể trung tâm, địa phương là địa bàn trọng điểm để triển khai các giải pháp kích cầu tiêu dùng thực chất, hiệu quả; phối hợp chặt chẽ, đồng bộ, triển khai quyết liệt các giải pháp về thúc đẩy sản xuất nông, lâm, thủy sản gắn với xuất khẩu và tiêu dùng bền vững; thúc đẩy phát triển dịch vụ, du lịch và khai thác hiệu quả thị trường trong nước; đẩy mạnh chuyển đổi số, áp dụng các sản phẩm, giải pháp công nghệ số của các doanh nghiệp công nghệ số Việt Nam trong hoạt động sản xuất, kinh doanh của các ngành, lĩnh vực; công bố nhu cầu chuyển đổi số ngành, lĩnh vực để các doanh nghiệp công nghệ số Việt Nam tham gia giải quyết; ưu tiên đầu tư, thuê, mua sắm sản phẩm, dịch vụ công nghệ số trong nước, sản phẩm được ưu đãi theo quy định.

Đảm bảo sự hài hòa giữa các chính sách kinh tế vĩ mô, tạo môi trường thuận lợi để tạo niềm tin cho doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh và người dân trong hoạt động sản xuất, phân phối, tiêu dùng.

Chú trọng nâng cao chất lượng, giá trị và sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường nội địa; Phát triển thị trường trong nước gắn với xu thế phát triển của thương mại điện tử (TMĐT) và ứng dụng các thành tựu của công cuộc phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

Triển khai mạnh mẽ các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu hàng hóa, nhằm thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa sản xuất trong nước tại các kênh phân phối truyền thống và hiện đại; phát triển kinh tế tư nhân; đẩy mạnh triển khai các đề án, chương trình mục tiêu về phát triển thương mại và thị trường trong nước đã được phê duyệt.

Thực hiện tốt chức năng kết nối giữa sản xuất với tiêu dùng bền vững, đóng vai trò quan trọng trong định hướng, dẫn dắt cho sản xuất phát triển theo cơ chế của thị trường; cân đối nguồn lực giữa các vùng, các địa phương, ưu tiên phát triển thị trường và kích cầu tiêu dùng khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, hải đảo.

Các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã (HTX), hộ sản xuất kinh doanh phải đảm bảo không vi phạm cam kết của Việt Nam tại Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) và các Hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam là thành viên về không phân biệt đối xử giữa hàng hóa sản xuất trong nước và hàng hóa nhập khẩu từ nước ngoài.

## **II. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP**

### **1. Bộ Công Thương**

a) Chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương:

- Rà soát, hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực thương mại. Tập trung tháo gỡ khó khăn và triển khai các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp đẩy mạnh sản xuất hàng hóa nội địa, đảm bảo nguồn cung dồi dào, chất lượng cao cho thị trường trong nước.

- Tổ chức thực hiện hiệu quả Chiến lược phát triển thị trường bán lẻ Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050; phát triển hạ tầng thương mại, hệ thống phân phối hiện đại kết hợp kênh bán lẻ truyền thống, phát triển xây dựng chuỗi cửa hàng tiện lợi, trung tâm hàng Việt vùng miền, mô hình bán lẻ hiện đại, thông minh, tạo điều kiện để hàng Việt Nam được đưa vào bán tại các chuỗi phân phối, bán lẻ. Phát triển mạnh mẽ hệ thống phân phối tiêu dùng, đặc biệt là các chuỗi bán lẻ có tính kết nối cao từ thành thị đến nông thôn.

- Nâng cấp, cải tạo chợ truyền thống đảm bảo hạ tầng kỹ thuật để vận hành an toàn vệ sinh, phòng cháy chữa cháy; ứng dụng công nghệ số trong quản lý và kết hợp mô hình bán lẻ hiện đại như siêu thị nhỏ (siêu thị mini), ki-ốt bán hàng tự động, cửa hàng tiện lợi vào các chợ quy mô lớn.

- Tổ chức thực hiện hiệu quả Chiến lược phát triển dịch vụ logistics Việt Nam thời kỳ 2025 - 2035, tầm nhìn đến 2050; phát triển trung tâm logistics vùng, liên kết chuỗi cung ứng, xây dựng và ứng dụng công cụ phân tích dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ chuỗi khối (blockchain), Internet vạn vật (IoT) để tối ưu hoá chuỗi cung ứng.

- Hỗ trợ doanh nghiệp, HTX, hộ sản xuất đưa sản phẩm lên nền tảng số; các chương trình livestream bán hàng trên các nền tảng TMĐT để tiếp cận hiệu quả với người tiêu dùng; xây dựng “Gian hàng Việt chuẩn số”; đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng số, kỹ năng ứng dụng TMĐT cho các doanh nghiệp, hộ kinh doanh.

- Hỗ trợ thông tin giúp doanh nghiệp sản xuất và phân phối, bán lẻ, nhất là khối doanh nghiệp tư nhân tiếp cận thuận lợi các gói tín dụng; chính sách thuế phí, lệ phí, trên nguyên tắc bảo đảm không vi phạm cam kết quốc tế, nhất là đối với doanh nghiệp có tỷ lệ nội địa hóa cao, sản phẩm có truy xuất nguồn gốc, xác thực xuất xứ rõ ràng, doanh nghiệp đạt chuẩn công nghệ xanh, chuẩn môi trường, xã hội và quản lý doanh nghiệp (ESG), tái đầu tư hoặc liên kết chuỗi sản xuất nội địa; doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam thực hiện phát triển và mở rộng mạng lưới chuỗi bán lẻ ở khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, hải đảo; doanh nghiệp bán lẻ trong nước có quy mô lớn, có hệ thống phân phối hiện đại với vai trò dẫn dắt thị trường.

- Chủ trì, phối hợp với các địa phương, Tập đoàn bán lẻ, doanh nghiệp sản xuất và các Sàn TMĐT, định kỳ tổ chức “Tuần khuyến mại mua hàng Việt Nam”, các chương trình giảm giá, khuyến mại tập trung vào ngày Thứ bảy, Chủ nhật hàng tuần; tổ chức các đợt giảm giá sâu, đồng loạt trên toàn quốc vào các dịp Lễ, Tết, ngày kỷ niệm lớn, như: 8/3, 26/3, 30/4, 19/5, 19/8, 2/9..., để hình thành thói quen mua sắm cho người dân; tăng cường thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại liên kết vùng, liên kết ngành trong tiêu thụ sản phẩm nội địa; đẩy mạnh ứng dụng TMĐT để mở rộng thị trường; ưu tiên thúc đẩy hội chợ xanh đối với các sản phẩm Việt đạt chuẩn, được dán nhãn xanh/nhãn sinh thái nhằm thúc đẩy xu hướng tiêu dùng xanh, thân thiện môi trường.

- Tổ chức các chương trình kích cầu tiêu dùng quy mô quốc gia và địa phương như: Tháng hàng Việt, hội chợ hàng Việt chất lượng cao, tuần lễ hàng Việt - OCOP tại trung tâm thương mại, khu công nghiệp, khu dân cư; mở rộng mạng lưới bán hàng Việt về vùng nông thôn, miền núi, hải đảo.

- Theo dõi sát diễn biến thị trường, chủ động phương án bình ổn giá các mặt hàng thiết yếu. Thực hiện thường xuyên, liên tục, hiệu quả công tác đấu tranh, đẩy lùi buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, nhất là đối với các mặt hàng sữa, thuốc, thực phẩm...

- Ban hành và thực hiện kế hoạch triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, bảo đảm đổi mới hình thức, dễ tiếp cận, phù hợp với mọi tầng lớp nhân dân.

- Thực hiện truyền thông chính sách, phổ biến, giáo dục pháp luật về lĩnh vực thương mại, sở hữu trí tuệ, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; trách nhiệm của doanh nghiệp đối với sản phẩm hàng hóa và ý nghĩa của việc ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

- Tổ chức chiến dịch truyền thông “Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam”. Đổi mới tư duy trong triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” với khẩu hiệu (slogan) “Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam”.

- Nghiên cứu xây dựng, ban hành Đề án Phát triển thị trường trong nước giai đoạn tiếp theo; trong đó, ưu tiên phát triển đa dạng các kênh phân phối, phát triển mạnh các nền tảng số; hỗ trợ các tập đoàn bán lẻ tư nhân phát triển thị trường, có năng lực cạnh tranh cao trong lĩnh vực phân phối, lưu thông hàng hóa.

- Nghiên cứu, đề xuất giải pháp thúc đẩy phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng gắn với “phát triển kinh tế bạc”, “kinh tế ban đêm”.

- Phát huy vai trò của các cơ quan thương vụ, hỗ trợ nâng tầm các thương hiệu Việt trên thị trường quốc tế, từ đó nâng cao niềm tin của người tiêu dùng Việt Nam đối với sản phẩm Việt Nam.

- Tổ chức thực hiện Chương trình vươn ra thị trường quốc tế (Chương trình Go Global) nhằm hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp tư nhân, hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh, đổi mới, ứng dụng công nghệ cao, mô hình kinh doanh mới, phát triển sản phẩm Việt, đáp ứng nhu cầu trong nước, hướng tới thị trường xuất khẩu.

b) Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các cơ quan báo chí tổ chức chiến dịch truyền thông sâu rộng về Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; triển khai các chương trình, sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch gắn với tiêu thụ hàng Việt Nam.

c) Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Môi trường triển khai các chương trình đưa nông sản Việt, sản phẩm OCOP vào siêu thị, chợ đầu mối và các kênh phân phối hiện đại.

d) Phối hợp với Bộ Khoa học và Công nghệ triển khai các chương trình truy xuất nguồn gốc nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường trong nước, hướng tới xuất khẩu.

## 2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Tập trung các giải pháp thúc đẩy, kết hợp các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch với chương trình quảng bá tiêu thụ hàng Việt Nam và đẩy mạnh truyền thông đa nền tảng để kích thích tiêu dùng, thu hút du khách trong, ngoài nước. Đẩy mạnh phát triển công nghiệp văn hóa, công nghiệp giải trí.

- Khuyến khích doanh nghiệp du lịch sử dụng và giới thiệu hàng Việt Nam trong dịch vụ, sản phẩm du lịch.

- Phối hợp với Ban Tuyên giáo và Dân vận Trung ương, Hội nhà báo Việt Nam và các đơn vị liên quan chỉ đạo cơ quan báo chí tăng cường thời lượng, chất lượng tuyên truyền về Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, về sản phẩm, thương hiệu Việt, khơi dậy tinh thần tự hào dân tộc và lòng yêu nước, khuyến khích người dân ưu tiên dùng hàng Việt Nam bằng các hình thức truyền thông sáng tạo, hấp dẫn, phù hợp với từng đối tượng; lan tỏa mạnh mẽ các thông điệp của Cuộc vận động trên không gian mạng; tăng cường thời lượng và chất lượng tin, bài, phóng sự về sản phẩm, thương hiệu Việt trên các phương tiện thông tin đại chúng và hệ thống thông tin cơ sở.

- Khuyến khích báo chí, mạng xã hội quảng bá câu chuyện thành công, thương hiệu Việt tiêu biểu; triển khai các chiến dịch truyền thông số, kết hợp mạng xã hội, nhằm lan tỏa thông điệp “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” đến giới trẻ.

## 3. Bộ Nông nghiệp và Môi trường

- Đẩy mạnh sản xuất, cung ứng hàng nông sản chất lượng cao, đáp ứng tiêu chuẩn an toàn thực phẩm; xây dựng chuỗi cung ứng ngắn, kết nối trực tiếp với hệ thống bán lẻ.

- Phát triển chuỗi giá trị hàng nông sản Việt Nam, đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc; đẩy mạnh cấp và quản lý mã số vùng trồng, mã số cơ sở đóng gói nhằm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và nâng cao uy tín nông sản Việt.

- Phối hợp với Bộ Công Thương triển khai các chương trình đưa nông sản Việt vào siêu thị, chợ đầu mối và các kênh phân phối hiện đại; Hỗ trợ tiêu thụ nông sản trong nước thông qua kết nối cung - cầu, hợp đồng bao tiêu, sàn TMĐT.

## 4. Bộ Khoa học và Công nghệ

- Hướng dẫn, hỗ trợ các doanh nghiệp, tổ chức cá nhân đăng ký bảo hộ và khai thác hiệu quả quyền sở hữu trí tuệ ở trong và ngoài nước, trong đó chú trọng bảo hộ kịp thời các loại nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý sử dụng cho sản phẩm, dịch vụ quốc gia.

Đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng nghiệp vụ và thực hiện các biện pháp bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức, cá nhân trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp.

- Xây dựng, quản lý, vận hành, duy trì, nâng cấp hệ thống dữ liệu về tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, mã số, mã vạch, nhãn điện tử, truy xuất nguồn gốc và hộ chiếu số cho sản phẩm, hàng hoá; tổ chức đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng nghiệp vụ trong lĩnh vực mã số, mã vạch, nhãn điện tử, truy xuất nguồn gốc và hộ chiếu số sản phẩm, hàng hoá cho các tổ chức, doanh nghiệp, đồng thời tích hợp với các nền tảng TMĐT để người tiêu dùng dễ dàng kiểm tra thông tin sản phẩm khi mua hàng.

- Tổ chức các hoạt động kết nối cung cầu, tuyên truyền để giới thiệu, quảng bá các sản phẩm công nghệ số do doanh nghiệp Việt Nam nghiên cứu, thiết kế, sáng tạo, sản xuất góp phần nâng cao năng suất lao động, năng lực cạnh tranh, mở rộng thị trường cho các hàng hóa, sản phẩm Việt.

- Hỗ trợ, tạo thị trường đầu tư, mua sắm các sản phẩm, dịch vụ công nghệ số cho các doanh nghiệp Việt Nam.

## 5. Bộ Tài chính

- Tuyên truyền, hướng dẫn doanh nghiệp, người tiêu dùng về chính sách thuế phí ưu đãi đã ban hành; phối hợp, hướng dẫn các bộ, ngành, địa phương giải ngân kinh phí cho các hoạt động xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng.

- Phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành, chính quyền địa phương theo dõi sát tình hình giá cả hàng hóa dịch vụ, đặc biệt đối với những hàng hóa, dịch vụ thiết yếu để chủ động triển khai các giải pháp phù hợp, kịp thời, hiệu quả theo thẩm quyền và quy định.

## 6. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Chỉ đạo các tổ chức tín dụng kịp thời đáp ứng nhu cầu vốn tín dụng của người dân, doanh nghiệp phục vụ sản xuất, kinh doanh, phân phối hàng hóa, tiêu dùng chính đáng, nhất là trong các dịp lễ, Tết và cao điểm tiêu dùng; tích cực chuyển đổi số trong quá trình nghiệp vụ, rút ngắn thời gian xử lý, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp, người dân tiếp cận vốn tín dụng nhằm kích thích phát triển sản xuất, kinh doanh hàng hóa trong nước, kích cầu tiêu dùng sản phẩm hàng hóa nội địa để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế gắn với bảo đảm an toàn hoạt động ngân hàng.

## 7. Bộ Công an

- Phối hợp các cơ quan chức năng đấu tranh, ngăn chặn kịp thời các hành vi vi phạm về buôn lậu, gian lận thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, trốn thuế và hành vi vi phạm hành chính khác liên quan đến các lĩnh vực quản lý nhà nước, trên thị trường. Chỉ đạo các lực lượng nghiệp vụ và Công an địa phương xác lập chuyên án, đấu tranh

quyết liệt, xử lý nghiêm các hành vi phạm tội; phối hợp các cơ quan tổ tụng đầy nhanh tiến độ điều tra, truy tố, xét xử các vụ án liên quan; làm rõ trách nhiệm của các bộ, ngành, địa phương để xảy ra sai phạm trong phạm vi quản lý, báo cáo, đề xuất xử lý theo quy định; kịp thời công khai kết quả trên các phương tiện thông tin đại chúng nhằm góp phần răn đe, cảnh tỉnh, phòng ngừa vi phạm.

- Tham mưu cấp có thẩm quyền sửa đổi Bộ luật Hình sự với chế tài xử phạt đủ sức răn đe, xử lý nghiêm các hành vi phạm tội.

## 8. Bộ Quốc phòng

- Chỉ đạo lực lượng Bộ đội Biên phòng phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan tiếp tục nghiên cứu, cải cách thủ tục hành chính, triển khai xây dựng Chính phủ điện tử, Chính phủ số, tự động hoá trong quản lý xuất nhập cảnh tại các cửa khẩu nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động xuất nhập cảnh, xuất nhập khẩu hàng hóa, đặc biệt là hàng nông sản, sản phẩm đặc trưng của địa phương. Phối hợp với các cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành tại cửa khẩu kiểm tra, kiểm soát chặt chẽ, đấu tranh ngăn chặn buôn lậu, gian lận thương mại và vận chuyển trái phép hàng hoá, ma túy, vũ khí.

- Phối hợp với các bộ, ngành, địa phương để tham gia xây dựng, nâng cấp các công trình lưỡng dụng tại khu vực biên giới, như đường giao thông, bến bãi, kho hàng, phục vụ cả mục đích quốc phòng và phát triển kinh tế, thương mại.

- Vận động và hỗ trợ cư dân tại khu vực biên giới tham gia vào hoạt động sản xuất, kinh doanh, tạo sinh kế ổn định và góp phần củng cố an ninh, trật tự xã hội trên địa bàn, đồng thời đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa sản xuất trong nước.

## 9. Bộ Ngoại giao

- Hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng thương hiệu, tiếp cận thị trường và mở rộng kênh phân phối ở nước ngoài. Tổ chức và tham gia các sự kiện xúc tiến thương mại, hội chợ quốc tế để quảng bá, giới thiệu sản phẩm Việt Nam. Tăng cường phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài và Bộ Công Thương, các bộ ngành liên quan, các Hiệp hội ngành hàng xây dựng và phát triển các nền tảng số để giới thiệu, kết nối giao thương giữa các doanh nghiệp Việt Nam và đối tác nước ngoài.

- Phát huy vai trò của đội ngũ trí thức và doanh nhân người Việt ở nước ngoài để tư vấn, hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước tiếp cận, thâm nhập thị trường quốc tế. Chỉ đạo các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài xây dựng các chương trình hợp tác với cộng đồng người Việt ở nước ngoài để quảng bá sản phẩm trong nước tùy theo điều kiện và tình hình của từng địa bàn.

- Lồng ghép nội dung hỗ trợ doanh nghiệp, thúc đẩy thương mại vào các chuyến thăm, hội nghị, diễn đàn quốc tế; Tăng cường các hoạt động ngoại giao

văn hóa, âm thực để quảng bá, giới thiệu sản phẩm nông sản và hàng hóa đặc trưng của Việt Nam.

#### 10. Bộ Tư pháp

- Phối hợp với Bộ Công Thương và các bộ, ngành liên quan rà soát, hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật lĩnh vực thương mại và các văn bản quy định liên quan.

- Phối hợp với các bộ, ngành liên quan thực hiện tuyên truyền, phổ biến pháp luật về lĩnh vực thương mại, sở hữu trí tuệ, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; trách nhiệm của doanh nghiệp đối với sản phẩm hàng hóa và ý nghĩa của việc ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

#### 11. Bộ Giáo dục và Đào tạo

- Chỉ đạo các cơ sở giáo dục nghề nghiệp và đại học đổi mới chương trình đào tạo, gắn với nhu cầu thực tiễn của thị trường; Tăng cường đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong các ngành công nghiệp mũi nhọn, có khả năng nghiên cứu, sản xuất các sản phẩm công nghệ cao, thay thế hàng nhập khẩu.

- Khuyến khích và hỗ trợ các đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên, giảng viên về phát triển sản phẩm, công nghệ mới, nâng cao chất lượng sản phẩm Việt Nam; Xây dựng cơ chế hợp tác giữa các trường đại học, viện nghiên cứu với các doanh nghiệp để chuyển giao công nghệ, ứng dụng kết quả nghiên cứu vào thực tiễn.

- Khuyến khích các trường học tổ chức các buổi tham quan, trải nghiệm thực tế tại các khu sản xuất, làng nghề truyền thống, các doanh nghiệp Việt Nam để học sinh, sinh viên hiểu rõ hơn về quy trình sản xuất, chất lượng sản phẩm và sự đóng góp của doanh nghiệp vào nền kinh tế; Tăng cường tổ chức các chương trình giao lưu, diễn đàn, cuộc thi tìm hiểu về văn hóa tiêu dùng, thương hiệu Việt, sáng tạo các sản phẩm từ nguyên liệu trong nước.

- Chỉ đạo các cơ sở giáo dục từ mầm non đến đại học lồng ghép nội dung giáo dục về Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” vào các chương trình học, ngoại khóa; Nội dung giáo dục cần tập trung vào việc nâng cao nhận thức, lòng tự hào về các sản phẩm, thương hiệu Việt Nam, cũng như kỹ năng lựa chọn, sử dụng hàng hóa đúng cách và có trách nhiệm.

#### 12. Hiệp hội các ngành hàng

- Tăng cường phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước trong công tác tuyên truyền, quảng bá, nhằm nâng cao nhận thức của người tiêu dùng, góp phần thúc đẩy Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” đi vào chiều sâu, tạo niềm tin với sản phẩm trong nước.

- Cầu nối giữa doanh nghiệp, nhà sản xuất với hệ thống phân phối, hỗ trợ mở rộng thị trường tiêu thụ. Thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu, hội chợ và triển lãm, hàng Việt có điều kiện tiếp cận người tiêu dùng nhiều hơn, đảm bảo tiêu thụ ổn định.

- Hỗ trợ quảng bá, giới thiệu các sản phẩm đặc trưng, sản phẩm OCOP của các địa phương đến người tiêu dùng trong và ngoài nước, từ đó tăng cường tiêu thụ sản phẩm.

- Tổ chức triển khai quy định về quyền và nghĩa vụ của tổ chức xã hội nghề nghiệp; tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa được sửa đổi, bổ sung năm 2025.

### 13. Liên minh hợp tác xã Việt Nam

- Vận động, khuyến khích hình thành các hình thức liên kết chặt chẽ giữa các loại hình HTX, liên hiệp HTX với nhà khoa học, doanh nghiệp và ngân hàng; tập trung hỗ trợ HTX trong sản xuất các sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng (VietGap, GlobalGap, OCOP,...); hỗ trợ HTX ứng dụng công nghệ tiên tiến, công nghệ cao, kinh tế tuần hoàn, kết nối chuyển đổi số; xây dựng thương hiệu sản phẩm, truy xuất nguồn gốc; sản xuất gắn với các hợp đồng kinh tế, nhu cầu của người tiêu dùng và thích ứng với sự cạnh tranh của thị trường. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất với các cấp có thẩm quyền về cơ chế, chính sách, quy hoạch vùng nguyên liệu; góp phần nâng cao giá trị gia tăng, năng lực cạnh tranh và tính bền vững của sản phẩm Việt Nam.

- Đưa tiêu chí “sản phẩm đạt tiêu chuẩn, chất lượng cao của HTX” trong các chương trình xúc tiến thương mại, hội chợ, siêu thị, trung tâm OCOP và điểm giới thiệu sản phẩm vùng miền, nhằm tăng cơ hội quảng bá và tiêu thụ hàng hóa đối với khu vực kinh tế tập thể. Khuyến khích tiêu thụ hàng Việt trong hệ thống công, trong đó ưu tiên mua sắm công đối với các HTX có chứng nhận OCOP, chỉ dẫn địa lý hoặc chứng nhận chất lượng, góp phần thúc đẩy tiêu dùng hàng Việt và phát triển kinh tế địa phương.

- Phối hợp với Bộ Công Thương, Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam Tổ chức chiến dịch truyền thông hưởng ứng: “Người tiêu dùng thông thái với sản phẩm của HTX”; tổ chức “Tuần lễ hàng HTX” tại các đô thị lớn. Xây dựng chương trình “HTX - Niềm tin hàng Việt Nam” với các hoạt động trải nghiệm, giới thiệu thương hiệu HTX tiêu biểu; giáo dục tiêu dùng trong cộng đồng và trường học. Tổ chức phổ biến kiến thức về nội dung “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” gắn với sản phẩm của HTX, OCOP vào chương trình giáo dục kỹ năng sống và truyền thông cộng đồng.

- Tuyên truyền, vận động HTX đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ, chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm và phát triển thương hiệu để nâng cao giá trị và khả năng cạnh tranh

của sản phẩm trên thị trường; hỗ trợ kết nối Liên minh HTX các tỉnh, các HTX với Cục Sở hữu trí tuệ, Bộ Khoa học và Công nghệ để đồng hành trong quá trình chuẩn hóa thương hiệu; đào tạo và truyền thông thương hiệu tập thể; tổ chức các khóa đào tạo “Thương hiệu sản phẩm HTX” và truyền thông số cho cán bộ HTX, hướng đến xây dựng thương hiệu vùng - thương hiệu ngành hàng.

- Áp dụng các mô hình quản trị hiện đại và công nghệ thông tin vào hoạt động của HTX để nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh; tuyên truyền, giới thiệu rộng rãi sản phẩm của các HTX trên toàn quốc bằng các hình thức đa dạng, phù hợp, hiệu quả đối với mọi tầng lớp nhân dân, kết nối cung - cầu hiệu quả.

- Phối hợp chặt chẽ với Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Bộ Nông nghiệp và Môi trường, Bộ Khoa học và Công nghệ và các cơ quan, địa phương liên quan để thực hiện các chương trình, dự án phát triển sản phẩm, thương hiệu và chuỗi cung ứng của HTX.

- Xây dựng bản đồ chuỗi giá trị quốc gia theo ngành hàng chủ lực (nông sản, thủy sản, thực phẩm chế biến, hàng tiêu dùng) để phục vụ công tác quy hoạch tổng thể, hoạch định chính sách, phát triển sản xuất, xúc tiến thương mại và kết nối thị trường trong nước và quốc tế.

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

- Chủ động xây dựng kế hoạch kích cầu tiêu dùng gắn với thế mạnh đặc thù của địa phương; tạo điều kiện thuận lợi nhất về mặt bằng, thủ tục hành chính để doanh nghiệp triển khai các điểm bán hàng, hội chợ, triển lãm, kết nối cung - cầu trong nước, các hội chợ hàng Việt, tuần lễ sản phẩm địa phương, gắn với du lịch, ẩm thực để thu hút người tiêu dùng và các chương trình khuyến mại tập trung trên địa bàn; đẩy mạnh triển khai các chương trình xúc tiến thương mại, các chương trình kích cầu tiêu dùng, hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng hệ thống phân phối.

- Đảm bảo hệ thống phân phối luôn đáp ứng nguồn cung hàng hóa thiết yếu; triển khai các biện pháp điều tiết cung - cầu, quản lý giá cả. Đẩy mạnh công tác giám sát, kiểm tra, xử lý vi phạm về buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Xây dựng dữ liệu doanh nghiệp, thông tin về năng lực sản xuất, thương mại, hàng hóa, dịch vụ cũng như nhu cầu nguyên vật liệu... tại địa phương, để có thể cung cấp chia sẻ thông tin cho người tiêu dùng, các doanh nghiệp trong cả nước. Triển khai quy định về công bố xuất xứ hàng hóa, chỉ dẫn địa lý đảm bảo công khai, minh bạch thông tin cho doanh nghiệp, người tiêu dùng.

- Tổ chức triển khai các quy định về phân cấp, phân quyền, đặc biệt tập trung các nhóm thủ tục hành chính liên quan đến doanh nghiệp như đầu tư, kinh doanh, vận tải, thuế, phí, khuyến mại.

### III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Nghị quyết này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Nghị quyết; chủ động thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp theo thẩm quyền và nghiên cứu, đề xuất các cơ chế, chính sách, nhiệm vụ, giải pháp cụ thể trong trường hợp vượt thẩm quyền.

2. Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp các Bộ, ngành, địa phương tham mưu Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo, theo dõi, kiểm tra, đôn đốc việc thực hiện Nghị quyết. Định kỳ tổng hợp kết quả thực hiện Nghị quyết, báo cáo cấp có thẩm quyền./.

**Nơi nhận:**

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ;
- Hội đồng Dân tộc và các UB Quốc hội;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Văn phòng TW và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Văn phòng Quốc hội;
- Ủy ban TW Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan Trung ương của tổ chức chính trị - xã hội;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTg, Cổng TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc;
- Lưu: VT, KTTH (2b).



**TM. CHÍNH PHỦ  
KT. THỦ TƯỚNG  
PHÓ THỦ TƯỚNG**

*B. Thanh Sơn*

**Bùi Thanh Sơn**