

Bản tin nhanh về Pháp luật

Tháng 07 năm 2026

Nghị định 239/2026/NĐ-CP về khuyến mại

Khuyến mại là một hoạt động xúc tiến thương mại quan trọng và là công cụ hữu hiệu giúp doanh nghiệp thúc đẩy tiêu dùng, mở rộng thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh. Trong bối cảnh Chính phủ tiếp tục đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính và cải thiện môi trường đầu tư, ngày 26/6/2026, Chính phủ đã ban hành Nghị định 239/2026/NĐ-CP (“**Nghị định 239**”), sửa đổi, bổ sung một số quy định của Nghị định 81/2018/NĐ-CP (“**Nghị định 81**”) về hoạt động xúc tiến thương mại (đã được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 128/2024/NĐ-CP). Nghị định 239 có hiệu lực từ ngày ban hành (tức từ ngày **26/6/2026**) đã đưa ra một số thay đổi đáng chú ý như sau:

1. Thu hẹp phạm vi hàng hóa không được khuyến mại hoặc dùng để khuyến mại

Nghị định 239 duy trì hầu hết các hàng hóa, dịch vụ không được khuyến mại hoặc dùng để khuyến mại như rượu, xì số, thuốc lá, sữa thay thế sữa mẹ, dịch vụ khám bệnh, chữa bệnh của cơ sở y tế công lập, dịch vụ giáo dục của cơ sở công lập và các hàng hóa, dịch vụ bị cấm theo quy định của pháp luật. Tuy nhiên, Nghị định 239 thu hẹp giới hạn đối với thuốc chữa bệnh, cụ thể chỉ còn thuốc kê đơn là bị cấm không được khuyến mại hoặc dùng để khuyến mại, trừ trường hợp khuyến mại giữa các thương nhân kinh doanh thuốc. Theo đó, thuốc không kê đơn có thể được khuyến mại hoặc dùng để khuyến mại đến người tiêu dùng, với điều kiện tuân thủ các quy định của pháp luật chuyên ngành. Thuốc kê đơn chỉ được khuyến mại hoặc dùng để khuyến mại cho các thương nhân kinh doanh thuốc.

Quy định này sẽ giúp các doanh nghiệp sản xuất, nhập khẩu và phân phối dược phẩm mở rộng phạm vi triển khai các chương trình khuyến mại đối với thuốc không kê đơn, qua đó đa dạng hóa các kênh quảng bá sản phẩm và tiếp cận người tiêu dùng.

2. Bãi bỏ thủ tục thông báo khuyến mại đối với hoạt động tổ chức chương trình khách hàng thường xuyên

Phù hợp với định hướng đơn giản hóa thủ tục hành chính trong lĩnh vực xúc tiến thương mại của Chính phủ, Nghị định 239 đã bãi bỏ nghĩa vụ thông báo hoạt động khuyến mại đối với hoạt động tổ chức chương trình khách hàng thường xuyên với việc tặng thưởng cho khách hàng căn cứ trên số lượng hoặc trị giá mua hàng hóa, dịch vụ mà khách hàng thực hiện được thể hiện dưới hình thức thẻ khách hàng, phiếu ghi nhận sự mua hàng hóa, dịch vụ hoặc các hình thức khác. Theo đó, việc tổ chức chương trình khách hàng thường xuyên không cần phải thực hiện thủ tục thông báo với Sở Công Thương.

Với sự điều chỉnh này, nghĩa vụ thông báo hoạt động khuyến mại về cơ bản chỉ còn áp dụng đối với chương trình bán hàng, cung ứng dịch vụ có kèm theo phiếu dự thi trúng thưởng cho khách hàng với tổng giá trị giải thưởng, quà tặng từ 100 triệu đồng trở lên, và thực hiện không thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử, ứng dụng sàn giao dịch thương mại điện tử, website khuyến mại trực tuyến và ứng dụng khuyến mại trực tuyến.

Đối với doanh nghiệp, sửa đổi này góp phần rút ngắn thời gian triển khai các chương trình khách hàng thường xuyên, giảm chi phí tuân thủ và thủ tục hành chính, đồng thời tăng cường tính chủ động trong việc xây dựng, điều chỉnh và áp dụng các chính sách chăm sóc khách hàng. Qua đó, doanh nghiệp có thể phản ứng nhanh hơn trước nhu cầu thị trường, nâng cao trải nghiệm khách hàng và gia tăng hiệu quả của các hoạt động xúc tiến thương mại.

3. Bãi bỏ giới hạn tổng thời gian thực hiện chương trình khuyến mại bằng hình thức giảm giá

Theo Nghị định 81, tổng thời gian thực hiện chương trình khuyến mại bằng hình thức giảm giá đối với một nhãn hiệu hàng hóa, dịch vụ không được vượt quá 120 ngày trong một năm, không bao gồm thời gian thực hiện khuyến mại của các chương trình khuyến mại bằng hình thức giảm giá trong khuôn khổ các chương trình khuyến mại tập trung và các chương trình, hoạt động xúc tiến thương mại do Thủ tướng Chính phủ quyết định. Quy định này khiến doanh nghiệp bị giới hạn trong việc xây dựng và điều chỉnh chính sách khuyến mại, đặc biệt đối với các ngành nghề thường xuyên triển khai hoạt động giảm giá theo mùa vụ, chiến lược kinh doanh hoặc biến động của thị trường.

Nhằm tháo gỡ hạn chế này, Nghị định 239 đã bãi bỏ giới hạn tổng thời gian thực hiện chương trình khuyến mại bằng hình thức giảm giá. Quy định mới tạo điều kiện để doanh nghiệp chủ động hơn trong việc thiết kế và triển khai các chương trình giảm giá với thời gian và tần suất phù hợp với mục tiêu kinh doanh, đặc biệt trong lĩnh vực bán lẻ, thương mại điện tử và hàng tiêu dùng, nơi các chương trình khuyến mại thường được triển khai xuyên suốt năm để đáp ứng nhu cầu thị trường và duy trì sức cạnh tranh.

4. Một số quy định mới về chương trình khuyến mại mang tính may rủi

Nghị định 239 đã điều chỉnh những quy định sau liên quan đến chương trình khuyến mại mang tính may rủi:

- Thứ nhất, làm rõ hình thức chứng kiến của khách hàng trong quá trình xác định trúng thưởng. Quy định mới làm rõ việc khách hàng có thể chứng kiến quá trình xác định trúng thưởng theo hình thức trực tiếp hoặc trực tuyến, thay vì chỉ quy định chung là “có sự chứng kiến của khách hàng”. Sửa đổi này xuất phát từ thực tiễn khi ngày càng nhiều chương trình khuyến mại được tổ chức trên nền tảng số hoặc kết hợp giữa hình thức trực tiếp và trực tuyến. Việc bổ sung hình thức chứng kiến trực tuyến không làm thay đổi yêu cầu về tính công khai, minh bạch của hoạt động xác định trúng thưởng, nhưng tạo cơ sở pháp lý rõ ràng để doanh nghiệp ứng dụng công nghệ trong tổ chức chương trình, đồng thời bảo đảm tính linh hoạt và tiết kiệm chi phí tổ chức.
- Thứ hai, điều chỉnh tiêu chí xác định giải thưởng không có người trúng thưởng khi thực hiện nghĩa vụ trích nộp 50% giá trị giải thưởng vào ngân sách nhà nước. Nghị định 239 đưa ra trường hợp loại trừ đối với các giải thưởng được trao sau thời điểm kết thúc thời hạn trao thưởng do sự kiện bất khả kháng hoặc trở ngại khách quan theo quy định của pháp luật. Trước đây, chỉ cần hết thời hạn trao thưởng mà giải thưởng chưa được nhận hoặc chưa xác định được người trúng thưởng thì doanh nghiệp có thể phải thực hiện nghĩa vụ trích nộp 50% giá trị giải thưởng vào ngân sách nhà nước, kể cả trong những trường hợp việc chậm trao thưởng phát sinh từ các nguyên nhân nằm ngoài khả năng kiểm soát. Quy định mới đã khắc phục bất cập này bằng cách bổ sung ngoại lệ phù hợp, qua đó bảo đảm nghĩa vụ tài chính chỉ phát sinh khi doanh nghiệp thực sự không thể trao thưởng theo thể lệ của chương trình, thay vì áp dụng cứng nhắc theo yếu tố thời gian.

Liên hệ với chúng tôi

Email: info@kpmg.com.vn

Mọi thông tin trong tài liệu này đều là thông tin chung và không nhằm mục đích cung cấp tư vấn cho trường hợp cụ thể của bất kỳ tổ chức hay cá nhân nào. Mặc dù chúng tôi cố gắng cung cấp thông tin chính xác và cập nhật nhất một cách có thể, chúng tôi không thể đảm bảo rằng những thông tin này còn chính xác lúc người đọc nhận được hoặc sẽ duy trì tính chính xác này trong tương lai. Bất cứ ai cũng không nên quyết định hành động dựa trên những thông tin trong tài liệu này nếu không có sự tư vấn phù hợp từ các chuyên gia sau khi xem xét từng tình huống cụ thể.

© 2026 Công ty TNHH KPMG, Công ty TNHH Thuế và Tư vấn KPMG, Công ty Luật TNHH KPMG, Công ty TNHH Dịch vụ KPMG, đều là công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên được thành lập tại Việt Nam và là công ty thành viên trong tổ chức toàn cầu của các công ty KPMG độc lập, liên kết với KPMG International Limited, một công ty trách nhiệm hữu hạn theo bảo lãnh được thành lập tại Vương Quốc Anh. Tất cả các quyền được bảo hộ.

Tên và biểu tượng KPMG là nhãn hiệu thương mại được cấp phép sử dụng cho các công ty thành viên độc lập của tổ chức các công ty KPMG toàn cầu.



Quét mã QR để truy cập website:
kpmg.com.vn