

Số: 25 /2013 /TTLT-BYT-BTC

Hà Nội, ngày 04 tháng 9 năm 2013

THÔNG TƯ LIÊN TỊCH

Quy định chế độ quản lý tài chính đối với việc thực hiện hoạt động tiếp thị xã hội các phương tiện tránh thai, phòng, chống HIV/AIDS và các bệnh lây truyền qua đường tình dục

Căn cứ Luật Ngân sách Nhà nước số 01/2002/QH11 ngày 16 tháng 12 năm 2002;

Căn cứ Nghị định số 60/2003/NĐ-CP ngày 06 tháng 6 năm 2003 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật Ngân sách Nhà nước;

Căn cứ Nghị định số 63/2012/NĐ-CP ngày 31 tháng 8 năm 2012 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Y tế;

Căn cứ Nghị định số 118/2008/NĐ-CP ngày 27 tháng 11 năm 2008 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Tài chính;

Thực hiện các Quyết định của Thủ tướng Chính phủ: số 2013/QĐ-TTg ngày 14 tháng 11 năm 2011 phê duyệt Chiến lược Dân số và Sức khỏe sinh sản Việt Nam giai đoạn 2011-2020; Quyết định số 608/QĐ-TTg ngày 25 tháng 5 năm 2012 phê duyệt Chiến lược quốc gia phòng, chống HIV/AIDS đến năm 2020 và tầm nhìn 2030; Quyết định số 1199/QĐ-TTg ngày 31 tháng 8 năm 2012 phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia Dân số và Kế hoạch hóa gia đình giai đoạn 2012-2015 và Quyết định số 1202/QĐ-TTg ngày 31 tháng 8 năm 2012 phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia phòng, chống HIV/AIDS giai đoạn 2012-2015;

Bộ trưởng Bộ Y tế, Bộ trưởng Bộ Tài chính ban hành Thông tư liên tịch quy định chế độ quản lý tài chính đối với việc thực hiện hoạt động tiếp thị xã hội các phương tiện tránh thai, phòng, chống HIV/AIDS và các bệnh lây truyền qua đường tình dục.

CHƯƠNG I

QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh và đối tượng áp dụng

1. Phạm vi điều chỉnh

a) Thông tư này quy định việc quản lý và sử dụng các nguồn kinh phí hợp pháp để thực hiện tiếp thị xã hội phương tiện tránh thai, phòng, chống HIV/AIDS và các bệnh lây truyền qua đường tình dục;

b) Đối với nguồn viện trợ mà nhà tài trợ hoặc đại diện có thẩm quyền của nhà tài trợ có quy định riêng thì thực hiện theo quy định của nhà tài trợ.

2. Đối tượng áp dụng

a) Các cơ quan, đơn vị có sử dụng nguồn ngân sách nhà nước: nguồn vốn trong nước, vốn viện trợ không hoàn lại, viện trợ phi chính phủ nước ngoài, nguồn vốn ODA và các nguồn vốn hợp pháp khác để thực hiện tiếp thị xã hội các phương tiện tránh thai, phòng, chống HIV/AIDS và các bệnh lây truyền qua đường tình dục;

b) Các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước tham gia thực hiện hoạt động tiếp thị xã hội.

Điều 2. Giải thích từ ngữ

1. *Tiếp thị xã hội* là một phương thức phân phối trung gian giữa miễn phí và thị trường thương mại, tạo ra sự chuyển đổi hành vi của khách hàng từ sử dụng miễn phí sang sử dụng có giá trị thương mại.

2. *Sản phẩm tiếp thị xã hội* là phương tiện tránh thai, phòng, chống HIV/AIDS và các bệnh lây truyền qua đường tình dục, bao gồm các loại thuốc, sinh phẩm, dụng cụ y tế, bao sao su các loại được sử dụng với mục đích tránh thai, phòng, chống HIV/AIDS. Các sản phẩm này đã được đăng ký chất lượng, kiểu dáng, mẫu mã sản phẩm dùng riêng cho tiếp thị xã hội và được cơ quan có thẩm quyền cấp phép lưu hành tại Việt Nam.

3. *Hoạt động tiếp thị xã hội* là việc sử dụng kỹ thuật thương mại (các hoạt động dựa vào thị trường) kết hợp với các hoạt động phi thị trường nhằm tạo ra nhu cầu sử dụng của khách hàng, tạo ra sự sẵn có và khả năng tiếp cận dễ dàng đến sản phẩm tiếp thị xã hội.

4. *Phân phối sản phẩm tiếp thị xã hội* là quá trình vận chuyển, bảo quản, mua, bán sản phẩm tiếp thị xã hội trong hệ thống phân phối sản phẩm và chỉ được kết thúc khi sản phẩm tiếp thị xã hội được bán cho khách hàng.

5. *Thúc đẩy sản phẩm tiếp thị xã hội* là việc cung cấp sản phẩm xúc tiến, quảng cáo và truyền thông, chuyển đổi hành vi nhằm nâng cao sự hiểu biết, thúc đẩy khả năng chấp nhận và sử dụng sản phẩm tiếp thị xã hội.

6. *Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội về các loại bao cao su và phương tiện tránh thai và phòng, chống bệnh lây truyền qua đường tình dục* (sau đây gọi là Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội) là cơ quan, đơn vị được Bộ Y tế giao nhiệm vụ quản lý đối với hoạt động tiếp thị xã hội.

7. *Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội về các loại bao cao su và phương tiện tránh thai và phòng, chống bệnh lây truyền qua đường tình dục* (sau đây gọi là Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội) là đơn vị trúng thầu theo cơ chế đấu thầu, đặt hàng hoặc giao nhiệm vụ theo quy định tại Quyết định số 39/2008/QĐ-TTg ngày 14/3/2008 của Thủ tướng Chính phủ ban hành quy chế đấu thầu, đặt hàng, giao

nhiệm vụ cung cấp dịch vụ sự nghiệp công sử dụng ngân sách nhà nước và văn bản hướng dẫn có liên quan.

8. *Đại lý bán sản phẩm tiếp thị xã hội các loại bao cao su và phương tiện tránh thai và phòng, chống bệnh lây truyền qua đường tình dục* (sau đây gọi là Đại lý bán sản phẩm tiếp thị) là các pháp nhân hoặc thể nhân làm đại lý bán sản phẩm tiếp thị xã hội, có đăng ký kinh doanh mở tài khoản tại Kho bạc nhà nước hoặc ngân hàng thương mại, trực tiếp thực hiện việc bán sản phẩm tiếp thị xã hội đến người sử dụng.

Điều 3. Nguồn kinh phí thực hiện tiếp thị xã hội

1. Ngân sách nhà nước: Vốn trong nước, vốn ngoài nước (vốn viện trợ không hoàn lại, viện trợ phi chính phủ nước ngoài, nguồn vốn ODA);
2. Nguồn thu hồi từ hoạt động tiếp thị xã hội;
3. Nguồn đóng góp của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước;
4. Nguồn vốn hợp pháp khác.

CHƯƠNG II

QUY ĐỊNH VỀ HOẠT ĐỘNG TIẾP THỊ XÃ HỘI VÀ QUẢN LÝ TÀI CHÍNH TIẾP THỊ XÃ HỘI

Điều 4. Nội dung tiếp thị xã hội

1. Lựa chọn sản phẩm tiếp thị xã hội
 - a) Bộ Y tế là cơ quan quyết định danh mục, chủng loại, số lượng, tiêu chuẩn kỹ thuật của sản phẩm tiếp thị xã hội phù hợp với từng giai đoạn cụ thể.
 - b) Thời gian thực hiện tiếp thị xã hội phù hợp với dự toán được cấp có thẩm quyền giao trong năm.
2. Mua sản phẩm tiếp thị xã hội

Cơ quan quản lý hoạt động tiếp thị xã hội hoặc đơn vị thuộc cơ quan Nhà nước được giao nhiệm vụ thực hiện tiếp thị xã hội là đơn vị thực hiện mua sản phẩm tiếp thị xã hội có trách nhiệm:

 - a) Đối với nguồn ngân sách nhà nước, lựa chọn đơn vị cung cấp theo quy định tại Luật Đấu thầu, Luật sửa đổi và các văn bản hướng dẫn có liên quan.
 - b) Đối với nguồn viện trợ nước ngoài thực hiện việc đấu thầu mua sắm sản phẩm tiếp thị xã hội theo quy định của nhà tài trợ, trường hợp nhà tài trợ không quy định thì thực hiện theo quy định hiện hành của nhà nước về đấu thầu, mua sắm.

c) Về tiêu chuẩn, quy cách, chất lượng sản phẩm

- Chịu trách nhiệm xác định quy cách bao bì, đóng gói sản phẩm tiếp thị xã hội.

- Tiến hành đăng ký chất lượng, kiểu dáng, mẫu mã sản phẩm dùng riêng cho tiếp thị xã hội và trình cơ quan có thẩm quyền cấp phép lưu hành tại Việt Nam.

3. Tổ chức thực hiện tiếp thị xã hội

a) Lựa chọn đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội

- Phương thức lựa chọn Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội theo cơ chế đấu thầu, đặt hàng hoặc giao nhiệm vụ theo quy định tại Quyết định số 39/2008/QĐ-TTg ngày 14 tháng 3 năm 2008 của Thủ tướng Chính phủ ban hành quy chế đấu thầu, đặt hàng, giao nhiệm vụ cung cấp dịch vụ sự nghiệp công sử dụng ngân sách nhà nước và văn bản hướng dẫn có liên quan.

- Điều kiện lựa chọn đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội gồm:

- + Có tư cách pháp nhân theo quy định của pháp luật;
- + Có kho hàng để lưu giữ, bảo quản sản phẩm tiếp thị xã hội;
- + Có đủ năng lực của hệ thống phân phối bán hàng tiếp thị xã hội;
- + Đủ năng lực đáp ứng, tuân thủ các quy định về cơ chế bán hàng, thu tiền, quản lý giám sát theo quy định của pháp luật về thương mại và các quy định tại Thông tư này.

b) Chi phí thực hiện tiếp thị xã hội

- Nội dung và mức chi của Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội hoặc Đơn vị thuộc cơ quan Nhà nước được giao nhiệm vụ thực hiện tiếp thị xã hội gồm: chi khảo sát đánh giá, nghiên cứu thị trường phục vụ công tác quản lý tiếp thị xã hội; chi tổ chức tập huấn, hội nghị, hội thảo; chi thiết kế và đăng ký bản quyền sản phẩm; chi xây dựng chương trình, kế hoạch tiếp thị xã hội; chi kiểm định chất lượng sản phẩm; chi đẩy mạnh tiếp thị xã hội; chi kiểm tra, giám sát, tổng kết hàng năm và theo giai đoạn. Mức chi theo chế độ chi tiêu tài chính hiện hành và thực hiện theo cam kết với nhà tài trợ.

- Nội dung chi của Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội gồm:

- + Chi mua, sản xuất sản phẩm xúc tiến;
- + Chi thiết kế nhãn mác và gắn nhãn sản phẩm tiếp thị xã hội vào hàng hóa thương mại;

- + Chi phí bảo quản, vận chuyển, bảo hiểm hàng hóa;
- + Chi phí nhập khẩu (nếu có);
- + Chi hoa hồng cho hệ thống bán hàng (bao gồm đại lý và hệ thống bán lẻ);
- + Chi phí hành chính phục vụ hoạt động tiếp thị xã hội;
- + Chi phí tập huấn, tổng kết hoạt động tiếp thị xã hội;
- + Các loại thuế, phí theo quy định của pháp luật;
- + Chi phí truyền thông, quảng cáo sản phẩm (truyền thông qua đài, báo, tổ chức sự kiện, pano, áp phích);
- + Các khoản chi hợp lệ khác (nếu có).

Điều 5. Định giá sản phẩm tiếp thị xã hội

1. Giá bán lẻ và tỷ lệ trợ giá cho từng nhãn sản phẩm được ban hành phù hợp với từng giai đoạn cụ thể thông qua hội đồng định giá và quyết định của Bộ Y tế. Thành viên hội đồng định giá có sự tham gia của Bộ Tài chính và các cơ quan khác có liên quan.

2. Đối với hàng viện trợ nhập khẩu không có đơn giá, Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội phải tổ chức kiểm kê và định giá theo nguyên tắc nêu tại Khoản 1 Điều này.

3. Giá bán lẻ sau khi được Bộ Y tế quy định phải được in rõ trên bao bì của từng sản phẩm trước khi đưa vào thực hiện tiếp thị xã hội.

Điều 6. Tỷ lệ khung chi phí tiếp thị xã hội

1. Tỷ lệ được để lại thực hiện các nhiệm vụ của Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội không vượt quá 70% giá bán lẻ sản phẩm tiếp thị xã hội.

2. Tỷ lệ tiền bán hàng nộp ngân sách nhà nước đối với tất cả các loại sản phẩm tiếp thị xã hội không thấp hơn 30% trên giá bán lẻ sản phẩm tiếp thị xã hội.

3. Các Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội được quyền chủ động sử dụng toàn bộ số kinh phí chi cho các hoạt động tiếp thị xã hội nêu tại Khoản 1 Điều này, trên cơ sở bảo đảm các nội dung chi, mức chi quy định tại Khoản 3 Điều 4 Thông tư này.

4. Trường hợp đơn vị thuộc cơ quan Nhà nước (Tổng cục Dân số-Kế hoạch hóa gia đình) được giao nhiệm vụ thực hiện tiếp thị xã hội, ngoài việc thực hiện đúng các quy định tại khoản 3 Điều này, khi thực hiện mô hình tiếp thị xã hội mới

do tổ chức nhà nước thực hiện, các khoản chi phí hỗ trợ khác từ ngân sách nhà nước được áp dụng theo quy định tại Thông tư liên tịch số 20/2013/TTLT-BTC-BYT ngày 20 tháng 02 năm 2013 của Bộ trưởng Bộ Tài chính và Bộ trưởng Bộ Y tế quy định quản lý và sử dụng kinh phí thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia dân số và kế hoạch hóa gia đình giai đoạn 2012-2015.

Điều 7. Quản lý kinh phí thu hồi nộp ngân sách nhà nước

1. Kinh phí thu hồi nộp ngân sách nhà nước là toàn bộ số tiền bán hàng theo giá bán lẻ quy định nhân (x) với số sản phẩm bán được trừ (-) đi các khoản chi phí thực hiện tiếp thị xã hội theo tỷ lệ quy định.

2. Mở tài khoản

a) Bộ Y tế mở một tài khoản tiền gửi chuyên thu tiền bán sản phẩm tiếp thị xã hội tại Kho bạc Nhà nước Trung ương. Đối với nguồn vốn viện trợ, tùy theo yêu cầu của nhà tài trợ, Bộ Y tế mở một tài khoản tại Kho bạc Nhà nước hoặc tại ngân hàng thương mại để phục vụ tiếp thị xã hội.

b) Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội mở một tài khoản tiền gửi tại Kho bạc Nhà nước hoặc ngân hàng thương mại. Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội nộp số tiền thu được từ các đại lý bán sản phẩm tiếp thị xã hội vào tài khoản của Bộ Y tế tại Kho bạc Nhà nước hoặc ngân hàng thương mại mà không cần qua Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội.

3. Nộp tiền bán sản phẩm tiếp thị xã hội

a) Đại lý bán sản phẩm tiếp thị xã hội phải tiến hành thu tiền ngay cùng thời điểm bán hàng ra. Đại lý bán sản phẩm tiếp thị xã hội phải lập báo cáo hàng tháng về số lượng hàng đã bán và số tiền thu được tương ứng, đồng thời lưu giữ các chứng từ có liên quan đến việc bán hàng và thu tiền bán hàng để thuận tiện cho việc kiểm tra, kiểm soát. Định kỳ ngày 01 tháng sau, Đại lý bán sản phẩm tiếp thị xã hội phải nộp số tiền thu được từ việc bán hàng của tháng trước vào tài khoản tiền gửi tại Kho bạc nhà nước hoặc ngân hàng thương mại của Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội. Trường hợp trong tháng bán hàng, đại lý bán sản phẩm tiếp thị xã hội thu được số tiền bán hàng vượt quá 10.000.000 đồng, đại lý bán sản phẩm tiếp thị xã hội phải nộp số tiền đó cho Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội trước ngày 01 tháng sau.

b) Định kỳ ngày 05 hàng tháng, Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội có trách nhiệm nộp tiền bán sản phẩm tiếp thị xã hội vào tài khoản tiền gửi chuyên thu của Bộ Y tế mở tại Kho bạc Nhà nước hoặc ngân hàng thương mại và gửi báo cáo bán hàng tổng hợp từ các đại lý (báo cáo về số lượng đã bán và số tiền thu được tương

ứng) về Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội – Bộ Y tế (kèm theo bản sao nộp tiền có xác nhận của ngân hàng, kho bạc). Chậm nhất vào ngày 10 hàng tháng, Bộ Y tế có trách nhiệm nộp ngân sách trung ương tiền bán sản phẩm tiếp thị xã hội.

Điều 8. Quy định về xử lý hàng tồn kho, hàng hết hạn sử dụng, các vi phạm trong hoạt động tiếp thị xã hội.

1. Đối với hàng tồn kho, các sản phẩm tiếp thị xã hội không bán được hết theo kế hoạch bán hàng đầu năm thì tiếp tục được chuyển sang bán năm sau và được tổng hợp trong kế hoạch bán hàng năm sau.

2. Hàng hết hạn sử dụng, các sản phẩm tiếp thị xã hội đã hết hạn sử dụng theo nhãn mác ghi trên sản phẩm được xử lý theo quy định hiện hành của pháp luật về xử lý, tiêu hủy thuốc quá hạn.

**CHƯƠNG III
QUY ĐỊNH VỀ LẬP DỰ TOÁN,
HẠCH TOÁN VÀ QUYẾT TOÁN**

Điều 9. Lập kế hoạch và dự toán kinh phí

1. Hằng năm, cùng với thời gian lập dự toán, căn cứ vào mục tiêu đề ra và chỉ tiêu cụ thể, căn cứ vào cam kết quốc tế tại các chương trình, dự án đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt, căn cứ khả năng triển khai thực hiện tiếp thị xã hội của năm trước liền kề, các cơ quan, đơn vị được Bộ trưởng Bộ Y tế giao nhiệm vụ chủ trì triển khai hoạt động tiếp thị xã hội lập dự toán kinh phí triển khai hoạt động tiếp thị và tổng hợp chung vào dự toán của đơn vị gửi Bộ Y tế xem xét tổng hợp chung vào kế hoạch và dự toán ngân sách nhà nước của Bộ Y tế gửi Bộ Tài chính và Bộ Kế hoạch và Đầu tư tổng hợp trình Chính phủ để trình Quốc hội phê duyệt theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước.

2. Dự toán thu, chi phải nêu rõ các nội dung sau:

a) Kế hoạch tiếp nhận tiền, hàng đối với từng nguồn vốn (trị giá và số lượng từng chủng loại);

b) Kế hoạch bán hàng, thu tiền và kế hoạch sử dụng tiền thu được;

c) Kế hoạch về mức chi phí để thực hiện tiếp thị xã hội (chi phí sản phẩm, chi phí phân phối sản phẩm, chi phí thúc đẩy sản phẩm, chi phí quản lý, chi phí nghiên cứu thị trường, tập huấn, hội nghị, kiểm tra giám sát và các chi phí khác nếu có).

Điều 10. Thủ tục cấp phát kinh phí thu được

1. Căn cứ dự toán ngân sách nhà nước đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt; căn cứ vào kế hoạch bán hàng, thu tiền và mua hàng của các Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội và của Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội đã được các cơ quan chủ quản phê duyệt, Bộ Tài chính sẽ tiến hành cấp phát kinh phí từ ngân sách nhà nước để tiếp tục triển khai hoạt động tiếp thị xã hội.

2. Để được cấp kinh phí kịp thời, vào cuối mỗi quý trước, cơ quan quản lý tiếp thị xã hội phải gửi đến Bộ Tài chính các tài liệu sau:

- Bản sao chứng từ số tiền đã nộp Kho bạc nhà nước hàng tháng.
- Bảng dự toán chi tiết các khoản chi sẽ phát sinh trong quý tới đề nghị cấp kinh phí.

3. Trình tự, thủ tục cấp phát kinh phí được thực hiện theo chế độ hiện hành về quản lý cấp phát kinh phí của ngân sách nhà nước.

Điều 11. Công tác kế toán

Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội, Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội sử dụng viện trợ phải tổ chức công tác kế toán dự án theo đúng các quy định của pháp luật về kế toán hiện hành.

Điều 12. Hạch toán ngân sách nhà nước

1. Đối với vốn ngân sách nhà nước cấp để thực hiện hoạt động tiếp thị xã hội thì việc hạch toán được thực hiện theo quy định hiện hành về Luật Ngân sách nhà nước.

2. Đối với nguồn vốn viện trợ, vốn ODA thực hiện hoạt động tiếp thị xã hội, việc hạch toán được thực hiện theo quy định hiện hành tại Thông tư số 225/2010/TT-BTC ngày 31 tháng 12 năm 2010 của Bộ trưởng Bộ Tài chính quy định chế độ quản lý tài chính nhà nước đối với viện trợ không hoàn lại của nước ngoài thuộc nguồn thu ngân sách nhà nước và các văn bản pháp luật liên quan.

Điều 13. Quyết toán và báo cáo

1. Hàng năm, Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội thực hiện quyết toán ngân sách theo quy định hiện hành của nhà nước tại Quyết định số 19/QĐ-BTC ngày 30 tháng 3 năm 2006 của Bộ trưởng Bộ Tài chính về việc ban hành chế độ kế toán hành chính sự nghiệp và Thông tư số 185/2010/TT-BTC ngày 15 tháng 11 năm 2010 của Bộ trưởng Bộ Tài chính hướng dẫn sửa đổi, bổ sung chế độ kế toán hành chính sự nghiệp ban hành kèm theo Quyết định số 19/2006/QĐ-BTC ngày 30 tháng 3 năm 2006 của Bộ trưởng Bộ Tài chính.

2. Hằng quý, Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội tổng hợp, lập báo cáo nộp ngân sách tiền thu được từ tiếp thị xã hội theo mẫu tại Phụ lục số 01 kèm theo Thông tư này và gửi Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội.

3. Cuối năm, Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội lập Báo cáo tình hình thực hiện tiếp thị xã hội năm theo mẫu tại Phụ lục số 02 kèm theo Thông tư này và gửi Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội.

4. Vào Quý I năm sau, Bộ Y tế tổng hợp và lập báo cáo tình hình thực hiện tiếp thị xã hội và tiền thu nộp ngân sách nhà nước năm trước gửi cho Bộ Tài chính.

CHƯƠNG IV TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Điều 14. Trách nhiệm của các cơ quan, đơn vị

Ngoài trách nhiệm quy định tại Thông tư số 225/2012/TT-BTC ngày 31 tháng 12 năm 2010 của Bộ trưởng Bộ Tài chính quy định chế độ quản lý tài chính nhà nước đối với viện trợ không hoàn lại của nước ngoài thuộc nguồn thu ngân sách nhà nước, các cơ quan, đơn vị tham gia thực hiện tiếp thị xã hội có trách nhiệm như sau:

1. Trách nhiệm của Bộ Y tế

a) Hằng năm căn cứ mục tiêu, kế hoạch đề ra, Bộ Y tế chỉ đạo các cơ quan, đơn vị quản lý và thực hiện tiếp thị xã hội xây dựng kế hoạch và dự toán kinh phí, tổng hợp chung vào kế hoạch và dự toán chung gửi Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch Đầu tư để thẩm định trình Chính phủ phê duyệt;

b) Quyết định danh mục sản phẩm tiếp thị xã hội phù hợp với từng giai đoạn cụ thể;

c) Ban hành giá bán lẻ sản phẩm tiếp thị xã hội phù hợp với từng giai đoạn cụ thể;

d) Giám sát, kiểm tra tình hình hoạt động của cơ quan quản lý tiếp thị xã hội và đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội theo quy định tại Thông tư này;

đ) Bảo đảm tính chính xác, kịp thời của báo cáo hằng năm về tình hình thực hiện tiếp thị xã hội và thu nộp ngân sách nhà nước;

e) Hằng tháng, Bộ Y tế có trách nhiệm nộp ngân sách trung ương tiền bán sản phẩm tiếp thị xã hội.

2. Trách nhiệm của Bộ Tài chính

- a) Tham gia Hội đồng định giá theo quy định tại Khoản 1 Điều 5 Thông tư này;
- b) Căn cứ kế hoạch ngân sách được phê duyệt, Bộ Tài chính sẽ tiến hành cấp phát kinh phí từ ngân sách nhà nước để tiếp tục triển khai hoạt động tiếp thị xã hội;
- c) Kiểm tra, giám sát tình hình thu, nộp ngân sách nhà nước, công tác chấp hành chế độ quản lý tài chính của các cơ quan liên quan theo quy định tại Thông tư này.

3. Trách nhiệm của Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội

- a) Căn cứ mục tiêu, cam kết quốc tế và nguồn kinh phí thu được hàng năm từ tiếp thị xã hội, lập kế hoạch và dự toán kinh phí hoạt động tiếp thị xã hội, trong đó đề xuất danh mục sản phẩm tiếp thị xã hội phù hợp với từng giai đoạn cụ thể; đề xuất giá bán lẻ và tổng mức chi phí thực hiện tiếp thị xã hội cho từng sản phẩm đưa vào tiếp thị xã hội phù hợp với từng nhãn sản phẩm và từng giai đoạn cụ thể, trình Bộ Y tế để tổng hợp vào kế hoạch và dự toán chung của Bộ Y tế;
- b) Phê duyệt kế hoạch hàng năm của Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội;
- c) Tổ chức mua hàng, vận chuyển và bàn giao sản phẩm tiếp thị xã hội cho Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội;
- d) Lựa chọn Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội có đủ năng lực thực hiện tiếp thị xã hội các sản phẩm tiếp thị xã hội;
- đ) Ký kết hợp đồng cung cấp các dịch vụ tiếp nhận, bảo quản, vận chuyển, phân phối sản phẩm tiếp thị xã hội;
- e) Ký tờ khai xác nhận hàng viện trợ để làm thủ tục thông quan;
- g) Giám sát, kiểm tra toàn bộ quá trình thực hiện các hoạt động tiếp thị xã hội của các chương trình, dự án;
- h) Định kỳ tổng hợp, báo cáo tiến độ thực hiện các hoạt động tiếp thị xã hội của các chương trình, dự án với Bộ Y tế và Bộ Tài chính;
- i) Thực hiện quyết toán tài chính viện trợ các chương trình, dự án theo đúng quy định hiện hành;
- k) Mở tài khoản riêng tại Kho bạc Nhà nước để tiếp nhận số tiền thu hồi từ bán hàng và nộp ngân sách Nhà nước;
- l) Hàng quý, sau khi tổng hợp các khoản phải thu từ đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội theo hợp đồng, các đơn vị được giao quản lý các hoạt động tiếp thị xã hội có trách nhiệm nộp toàn bộ số tiền thu được vào tài khoản ngân sách nhà nước mở tại Kho bạc Nhà nước.

4. Trách nhiệm các Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội

a) Tổ chức phân phối sản phẩm tiếp thị xã hội đúng mục tiêu, đối tượng và bảo đảm tiến độ chương trình, dự án và theo hợp đồng;

b) Tổ chức quản lý kinh phí và hàng hóa theo quy định của pháp luật hiện hành về chế độ kế toán báo cáo kế toán;

c) Định kỳ hàng quý thực hiện báo cáo đầy đủ, chính xác và kịp thời về tình hình, kết quả hoạt động phân phối sản phẩm tiếp thị xã hội với chủ dự án và Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội;

d) Cung cấp đầy đủ thông tin, số liệu theo yêu cầu của chủ dự án và Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội để thực hiện quyết toán tài chính viện trợ;

đ) Đề xuất với chủ dự án và Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh ngoài hợp đồng;

e) Hằng tháng, Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội có trách nhiệm nộp tiền bán sản phẩm tiếp thị xã hội vào tài khoản tiền gửi chuyên thu của Bộ Y tế mở tại Kho bạc Nhà nước hoặc ngân hàng thương mại và gửi báo cáo bán hàng tổng hợp từ các đại lý (báo cáo về số lượng đã bán và số tiền thu được tương ứng) về Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội- Bộ Y tế (kèm theo bản sao nộp tiền có xác nhận của ngân hàng, kho bạc).

5. Trách nhiệm của các Đại lý bán sản phẩm tiếp thị xã hội: tuân thủ và đáp ứng đầy đủ các điều kiện được nêu trong hợp đồng giao việc giữa Đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội và các Đại lý bán sản phẩm tiếp thị xã hội.

Điều 15. Thực hiện kiểm tra

Định kỳ hoặc đột xuất Bộ Y tế thực hiện việc kiểm tra về tình hình lập kế hoạch, tiếp nhận, quản lý, sử dụng các loại sản phẩm tiếp thị xã hội đối với cơ quan quản lý tiếp thị xã hội, đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội, các đơn vị tham gia hoạt động tiếp thị xã hội nhằm bảo đảm việc thực hiện đúng cam kết với nhà tài trợ và quản lý chặt chẽ, có hiệu quả, đúng quy định của pháp luật hiện hành. Bộ Tài chính thực hiện kiểm tra tài chính đối với các hoạt động tiếp thị xã hội theo các quy định hiện hành.

Điều 16. Điều khoản tham chiếu

Trường hợp các văn bản dẫn chiếu trong Thông tư liên tịch này bị thay thế hoặc sửa đổi, bổ sung thì thực hiện theo văn bản thay thế hoặc văn bản đã được sửa đổi, bổ sung.

Điều 17. Điều khoản thi hành

Thông tư này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 20 tháng 10 năm 2013 và thay thế Thông tư số 27/1997/TC-VT ngày 23 tháng 5 năm 1997 của Bộ Tài chính về việc hướng dẫn chế độ quản lý tài chính nhà nước đối với việc quay vòng vốn của hoạt động tiếp thị xã hội các loại bao cao su và phương tiện tránh thai.

Trong quá trình thực hiện nếu có vướng mắc, đề nghị phản ánh kịp thời về Bộ Y tế, Bộ Tài chính để nghiên cứu sửa đổi cho phù hợp./.

KT. BỘ TRƯỞNG BỘ TÀI CHÍNH
THỦ TRƯỞNG



Trương Chí Trung

KT. BỘ TRƯỞNG BỘ Y TẾ
THỦ TRƯỞNG



Nguyễn Việt Tiên

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Văn phòng Quốc hội;
- Văn phòng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện Kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể;
- UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Sở Tài chính, KBNN, Sở Y tế các tỉnh, TP trực thuộc TW;
- Công báo, Website Chính phủ;
- Cục Kiểm tra văn bản QPPL (Bộ Tư pháp);
- Các đơn vị thuộc Bộ Y tế, Bộ Tài chính;
- Website Bộ Y tế, Bộ Tài chính;
- Lưu VT: Bộ Y tế, Bộ Tài chính 480b.

Phụ lục số 01.

(Ban hành kèm theo Thông tư liên tịch số 25 /TTLT-BYT-BTC ngày 04 tháng 9 năm 2013 của Bộ trưởng Bộ Y tế và Bộ trưởng Bộ Tài chính)

MẪU BÁO CÁO NỘP NGÂN SÁCH TIỀN TIẾP THỊ XÃ HỘI QUÝ
(Biểu mẫu này áp dụng cho đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội)

Tên đơn vị nộp: đã nộp số tiền theo bảng kê dưới đây
Chủ tài khoản:
Số tài khoản: tại Kho bạc Nhà nước

Số TT	Tên sản phẩm tiếp thị xã hội	Số lượng sản phẩm bán trong kỳ	Đơn giá (VNĐ)	Thành tiền (VNĐ)	Số tiền thu được (VNĐ)
1	A				
2	B				
3	C				

....., ngày tháng năm
Thủ trưởng đơn vị

Chú thích:

- Nơi nhận: Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội.
- A, B, C: Tên sản phẩm tiếp thị xã hội.

Phụ lục số 02

(Ban hành kèm theo Thông tư liên tịch số 25 /TTLT-BYT-BTC ngày 04 tháng 9 năm 2013
của Bộ trưởng Bộ Y tế và Bộ trưởng Bộ Tài chính)

Tên đơn vị thực hiện:

MẪU BÁO CÁO TÌNH HÌNH THỰC HIỆN TIẾP THỊ XÃ HỘI NĂM
(Biểu mẫu này áp dụng cho đơn vị thực hiện tiếp thị xã hội)

Số TT	Tên sản phẩm tiếp thị xã hội	Tổng số lượng sản phẩm đã nhận đến kỳ báo cáo	Tổng số lượng sản phẩm đã bán đến kỳ báo cáo	Số sản phẩm tồn kho kỳ báo cáo
1	A			
2	B			
3	C			

....., ngàytháng năm

Thủ trưởng đơn vị

Chú thích:

- Nơi nhận: Cơ quan quản lý tiếp thị xã hội.
- A, B, C: Tên sản phẩm tiếp thị xã hội.