

KẾ HOẠCH

Triển khai Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2021-2025

Thực hiện Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17 tháng 3 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ về Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*” giai đoạn 2021-2025; Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Đề án trên địa bàn tỉnh, với những nội dung cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1 Mục đích

- Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*” với mục đích lâu dài nhằm khơi dậy niềm tự hào hàng Việt Nam, giúp nhận thức đúng khả năng sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam, chất lượng mẫu mã, giá thành sản phẩm, hàng hóa dịch vụ của Việt Nam (*sau đây gọi tắt là hàng 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.

- Cụ thể hóa các nhiệm vụ, giải pháp của Đề án kết hợp lồng ghép với các chương trình, đề án, kế hoạch phát triển kinh tế, xã hội, bảo đảm quốc phòng an ninh gắn với vai trò, trách nhiệm thực hiện của từng sở, ban, ngành tỉnh, Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố và các tổ chức, doanh nghiệp liên quan, đảm bảo tính khả thi, thiết thực và hiệu quả.

2. Yêu cầu

- Tuyên truyền, phổ biến và triển khai thực hiện kịp thời, hiệu quả Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*” giai đoạn 2021-2025 trên địa bàn tỉnh.

- Tổ chức triển khai các hoạt động phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*” phù hợp với tình hình thực tế của tỉnh; phát triển hệ thống phân phối hàng hóa, dịch vụ thiết yếu đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của nhân dân.

- Phát triển thương mại tại khu vực nông thôn, miền núi gắn liền với việc thực hiện các chính sách ưu tiên 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*).

- Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động trên cơ sở ứng dụng phần mềm tiện ích, nghiệp vụ thương mại điện tử, công nghệ 4.0 nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, tham gia hiệu quả hơn vào các chuỗi giá trị toàn cầu.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*” giai đoạn 2021 - 2025 với trọng tâm tổ chức các hoạt động phát triển thị trường với tên gọi “*Tự hào hàng Việt Nam*”, “*Tinh hoa hàng Việt Nam*”, đồng thời lồng ghép vào các Chương trình hàng năm của các Sở, ngành, địa phương, đơn vị về phát triển kinh tế - xã hội để tạo hiệu ứng cộng hưởng mạnh mẽ trên phạm vi toàn tỉnh nhằm thực hiện chủ trương của Bộ Chính trị về cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

2. Mục tiêu cụ thể

- Giữ thị phần hàng Việt Nam có thể mạnh tại thị trường tỉnh với tỷ lệ trên 85% tại các kênh phân phối hiện đại (*Trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tiện lợi, siêu thị mini, thương mại điện tử...*) và trên 80% các kênh phân phối truyền thống (*chợ, cửa hàng, tạp hóa...*).

- Trên 90% người tiêu dùng, doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh biết đến Chương trình Nhận diện hàng Việt Nam với tên gọi “*Tự hào hàng Việt Nam*”, “*Tinh hoa hàng Việt Nam*”.

- Trên 90% doanh nghiệp biết đến Phong trào “*Hàng Việt Nam chinh phục người Việt Nam*” và trên 70% doanh nghiệp tham gia phong trào này.

- 100% các huyện, thành phố, các cơ quan ban ngành, tổ chức chính trị thường xuyên tuyên truyền, quảng bá cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*”.

- Trên 50% các huyện, thành phố nhân rộng được mô hình điểm bán hàng Việt Nam với tên gọi “*Tự hào hàng Việt Nam*”.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Nhóm nhiệm vụ thông tin và truyền thông

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

- Vận động các doanh nghiệp, người tiêu dùng trong tỉnh hiểu, biết, đánh giá, nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hàng Việt Nam; thực hiện cam kết bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, từng bước xây dựng thương hiệu, bảo vệ và phát triển thương hiệu cho hàng Việt

Nam không chỉ tại thị trường trong nước mà còn vươn ra thị trường ngoài tỉnh và thế giới.

- Xây dựng nội dung tuyên truyền về Cuộc vận động trong nhà trường, các cấp học, đặc biệt các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn tỉnh.

- Đa dạng hóa các hoạt động tuyên truyền cổ động về Cuộc vận động bằng các hình thức, nội dung phù hợp tại các điểm công cộng, các thiết chế văn hóa công cộng như thư viện, nhà văn hóa... trụ sở các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị xã hội; lồng ghép các hoạt động truyền thông với hình thức hay hơn, hấp dẫn và phong phú hơn, sử dụng công nghệ thông tin, marketing, văn hóa nghệ thuật, phim ảnh để thông qua đó quảng bá cho hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam.

- Tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức của doanh nghiệp, người tiêu dùng về thương mại điện tử, các mô hình 4.0 thông qua các phóng sự và hoạt động truyền thông đa kênh môi trường trực tuyến.

2. 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 gắn với quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm.

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

- 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 mãi 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 huyện, thành phố và các doanh nghiệp, siêu thị, trung tâm thương mại và các đơn vị liên quan tổ chức “*Tuần lễ hàng Việt*” trên địa bàn tỉnh.

- Đẩy mạnh các hoạt động giới thiệu, quảng bá, kết nối cung cầu gắn kết liên ngành: thương mại, dịch vụ, công nghệ thông tin - thị trường trong nước nhằm quảng bá các sản phẩm, hàng hóa của doanh nghiệp Việt, từng vùng, miền; hỗ trợ phát triển kinh tế ban đêm.

- Tiếp tục triển khai chương trình “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam trên môi trường trực tuyến*” (website: www.tuhaohangvietnam.vn). Đẩy mạnh các hoạt động đưa hàng Việt Nam từ nông thôn ra thành thị; mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm OCOP của tỉnh.

- Tiếp tục có chính sách hỗ trợ vốn, mặt bằng để phát triển điểm bán hàng Việt Nam cố định tại khu vực tập trung đông dân cư, khu công nghiệp, chợ Trung tâm thương mại, siêu thị; vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, biên giới; 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 địa phương.

3. Nhóm nhiệm vụ về kiểm tra, kiểm soát thị trường vệ 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 nhập lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và những hành vi gian lận thương mại.

- Triển khai có hiệu quả Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26 tháng 8 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Các cơ quan, đơn vị có chức năng trên địa bàn tỉnh tổ chức tuyên truyền, phổ biến và thực thi pháp luật về bảo vệ lợi người tiêu dùng.

- Tăng cường sự phối hợp chặt chẽ giữa các ngành, các cấp, các đơn vị liên quan nhằm kiểm soát tốt luồng lưu thông hàng hóa.

4. 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

- 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); Chương trình Xúc tiến thương mại tỉnh Kon Tum giai đoạn 2021 - 2025 tại Quyết định số 770/QĐ-UBND ngày 10 tháng 8 năm 2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Kon Tum.

- Tập trung thực hiện các giải pháp, chính sách phát triển hàng Việt Nam; tạo điều kiện cho doanh nghiệp trong tỉnh, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ 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 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 các vùng đặc biệt khó khăn, vùng sâu, vùng xa.

- Thông qua Chương trình khuyến công quốc gia giai đoạn 2021 - 2025 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định 1881/QĐ-TTg ngày 20 tháng 11 năm 2020, tập trung tăng cường triển khai chương trình khuyến công tại địa phương, liên kết công thương giữa các tỉnh thành trong cả nước, để hàng Việt Nam, các mặt hàng thế mạnh địa phương, các sản phẩm của địa phương được tiếp cận với nhiều vùng miền trên cả nước.

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

Kinh phí thực hiện Kế hoạch được bố trí từ ngân sách nhà nước và huy động từ các nguồn hợp pháp khác theo quy định của pháp luật; lồng ghép với các chương trình, mục tiêu quốc gia, chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, xúc tiến thương mại địa phương và nguồn khác có liên quan.

Căn cứ nhiệm vụ được giao tại Kế hoạch này, hàng năm các cơ quan lập dự toán chi tiết thực hiện gửi Sở Tài chính chủ trì, phối hợp với Sở Công

Thương xem xét, trình cấp có thẩm quyền phê duyệt phù hợp với thực tế và khả năng cân đối ngân sách của địa phương.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công Thương

- Chủ trì, phối hợp với các sở, ngành liên quan và Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố triển khai Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*” giai đoạn 2021 - 2025 trên địa bàn tỉnh Kon Tum.

- Phối hợp lực lượng Quản lý thị trường và các cơ quan chức năng liên quan tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát hoạt động kinh doanh hàng nhập lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và những hành vi gian lận thương mại.

- Tiếp tục triển khai Chương trình Xúc tiến thương mại tỉnh Kon Tum giai đoạn 2021 - 2025 tại Quyết định số 770/QĐ-UBND ngày 10 tháng 8 năm 2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Kon Tum.

2. Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị xã hội tỉnh

- Phối hợp thông tin tuyên truyền Quyết định 386/QĐ-TTg ngày 17 tháng 3 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ, các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước nhằm nâng cao nhận thức của các cấp đoàn, hội, hội viên về mục tiêu, ý nghĩa tầm quan trọng của cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*” giai đoạn 2021-2025.

- Tăng cường tuyên truyền, vận động hội viên, đoàn thể, các tổ chức chính trị, xã hội tham gia các Chương trình, Kế hoạch về thực hiện Cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*” giai đoạn 2021 - 2025.

3. Sở Kế hoạch và Đầu tư

Chủ trì, phối hợp với các sở, ngành liên quan tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh bố trí vốn đầu tư phát triển để thực hiện các chương trình, nhiệm vụ theo quy định.

4. Sở Tài chính

Phối hợp với Sở Công Thương và các đơn vị liên quan tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh trình cấp có thẩm quyền bố trí kinh phí sự nghiệp triển khai thực hiện Kế hoạch theo quy định của Luật ngân sách nhà nước và phù hợp với khả năng cân đối ngân sách địa phương hàng năm theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành.

5. Sở Thông tin và Truyền thông

Phối hợp với Ban Chỉ đạo cuộc vận động tỉnh; các sở, ban ngành có liên quan và các tổ chức chính trị - xã hội, các cơ quan báo chí, truyền thông,... tổ chức tuyên truyền, quảng bá, vận động để các doanh nghiệp, người tiêu dùng trong tỉnh biết đến Cuộc vận động; hiểu, đánh giá, nhận thức rõ vai trò, trách

nhệm nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hàng Việt Nam nhằm phát huy hiệu quả của Cuộc vận động.

6. Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố

Phối hợp với sở, ngành trong việc thực hiện các nội dung của Kế hoạch này; đồng thời, hàng năm, lập kế hoạch, bố trí nguồn lực từ vốn ngân sách địa phương và huy động các vốn hợp pháp khác theo quy định của pháp luật để triển khai thực hiện các nội dung của Kế hoạch này phù hợp với thực tế.

VI. CHẾ ĐỘ BÁO CÁO

Các Sở, ban ngành, cơ quan, đơn vị, Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố căn cứ nhiệm vụ được giao tại Kế hoạch này chủ động phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức triển khai thực hiện có hiệu quả; định kỳ hàng năm báo cáo kết quả thực hiện về Sở Công Thương tổng hợp báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh, Bộ Công Thương theo quy định.

Trong quá trình tổ chức triển khai thực hiện nếu có khó khăn, vướng mắc, các cơ quan, đơn vị phản ánh về Sở Công Thương để tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét, quyết định.

Ủy ban nhân dân tỉnh yêu cầu các sở, ban ngành, Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố triển khai thực hiện./.

Nơi nhận:

- Văn phòng Chính phủ (b/c);
- Bộ Công Thương (b/c);
- Chủ tịch, các PCT UBND tỉnh;
- UBMTTQ Việt Nam tỉnh;
- Các Sở: Kế hoạch và Đầu tư, Tài chính, Thông tin và Truyền thông, Công Thương;
- UBND các huyện, thành phố;
- Văn phòng UBND tỉnh (CVP, các PCVP);
- Lưu: VT, HTKT.TQT.

**T.M ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**

Nguyễn Hữu Tháp