ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH BẮC KẠN	CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Số: 717/QĐ-UBND	*Bắc Kạn, ngày 21 tháng 5 năm 2021*

QUYẾT ĐỊNH

Về việc phê duyệt Kế hoạch thực hiện 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 Bắc Kạn

UỶ BAN NHÂN DÂN TỈNH BẮC KẠN

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ 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 Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17 tháng 3 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt 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;

Theo đề nghị của Sở Công Thương tại Tờ trình số 177/TTr-SCT ngày 11/5/2021.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt kèm theo Quyết định này Kế hoạch thực hiện 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 Bắc Kạn *(có Kế hoạch chi tiết kèm theo).*

Điều 2. Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân tỉnh; Giám đốc Sở Công Thương; Thủ trưởng các Sở, ban, ngành, đoàn thể tỉnh; Chủ tịch UBND các huyện, thành phố và Thủ trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:
Gửi bản điện tử:
- Như Điều 2 (t/hiện);
- CT, các PCT UBND tỉnh;
- LĐVP UBND tỉnh;
- Ban chỉ đạo CVĐ NVNUTDHVN tỉnh;
- Các Sở, ban, ngành, đoàn thể tỉnh;

Gửi bản giấy:
- Bộ Công Thương;
- Lưu VT, Hương

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH BẮC KẠN

Đỗ Thị Minh Hoa

UỶ BAN NHÂN DÂN **TỈNH BẮC KẠN**	**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

KẾ HOẠCH

Thực hiện 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 Bắc Kạn

(Kèm theo Quyết định số 817/QĐ-UBND ngày 21 tháng 5 năm 2021 của UBND tỉnh Bắc Kạn)

Căn cứ Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17 tháng 3 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt 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;

Uỷ ban nhân dân tỉnh Bắc Kạn ban hành Kế hoạch thực hiện Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" (sau đây gọi tắt là Cuộc vận động) giai đoạn 2021-2025 trên địa bàn tỉnh với các nội dung cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

- Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động 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 của sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ 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.

- Thúc đẩy sản xuất, lưu thông hàng hóa đáp ứng nhu cầu tiêu dùng xã hội; đẩy mạnh phát triển hệ thống phân phối, tạo điều kiện đưa hàng hóa thiết yếu và hàng Việt Nam có chất lượng đến tay người tiêu dùng nhằm nâng cao sức mua, bình ổn thị trường và cải thiện đời sống người dân; khuyến khích thu hút các nguồn vốn đầu tư đẩy mạnh sản xuất, kinh doanh hàng hoá tại Việt Nam, trên cơ sở phù hợp với các cam kết quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

- Yêu cầu đảm bảo sử dụng hiệu quả các nguồn lực. Trong đó, tập trung huy động và sử dụng có hiệu quả nguồn lực của các chủ thể tham gia sản xuất, kinh doanh hàng hoá tại địa phương trên cơ sở những cơ chế, chính sách phù hợp, nhất là chính sách hỗ trợ và khuyến khích ưu đãi đầu tư phát triển hạ tầng thương mại tại khu vực nông thôn; cụ thể hóa nội dung, yêu cầu nhiệm vụ nhằm thực hiện tốt các công việc đề ra tại kế hoạch; sử dụng kinh phí trong việc triển khai thực hiện đề án đúng mục đích, tiết kiệm, hiệu quả.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

Trong giai đoạn từ nay đến năm 2025, phát triển thị trường trong nước nhằm góp phần thúc đẩy sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng hàng Việt Nam thông qua tập trung nguồn lực đẩy mạnh 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 Chương trình hành động 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 địa bàn tỉnh nhằm thực hiện chủ trương của Bộ Chính trị tại Thông báo Kết luận số 264/TB-TW ngày 31 tháng 7 năm 2009 về việc tổ chức Cuộc vận động, chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17 tháng 9 năm 2012 về việc tăng cường thực hiện Cuộc vận động và chỉ đạo của Ban Bí thư tại Kết luận số 107-KL/TW ngày 10 tháng 4 năm 2015 về việc tiếp tục tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với việc thực hiện Cuộc vận động.

2. Mục tiêu cụ thể

- Giữ thị phần hàng Việt Nam có thế mạnh 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 và doanh nghiệp trên địa bàn 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, hợp tác xã tham gia Phong trào này;

- Đến năm 2025 mỗi huyện, thành phố có ít nhất 01 (một) điểm bán hàng Việt Nam với tên gọi "Tự hào hàng Việt Nam", "Tinh hoa hàng Việt Nam" lồng ghép với Điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm OCOP, sản phẩm nông sản địa phương; tổ chức xây dựng được chuỗi phân phối sản phẩm của doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, hộ nông dân sản xuất hàng Việt Nam tại thị trường trong nước.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU

1. Nhóm nhiệm vụ thông tin, truyền thông giúp nâng cao nhận thức và hành vi của cộng đồng đối với hàng Việt Nam

1.1. Tăng cường thông tin, tuyên truyền nhằm phát huy tinh thần yêu nước, lòng tự hào, tự tôn dân tộc của người tiêu dùng. Qua đó, giúp người tiêu dùng hiểu, biết, đánh giá đúng về chất lượng sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ và khả năng sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam; đồng thời, phát huy tinh thần năng động, sáng tạo của đội ngũ doanh nhân, trí thức, cùng toàn thể người lao động trong đổi mới tư duy và công nghệ phục vụ sản xuất, kinh doanh; ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ, kinh nghiệm quản lý tiên tiến.

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

1.3. Tuyên truyền đến các doanh nghiệp Việt Nam nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hàng Việt Nam; thực hiện các cam kết bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; từng bước xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu cho hàng Việt Nam tại thị trường trong nước và hướng tới vươn ra thị trường khu vực và thế giới.

1.4. Xây dựng các chương trình, chuyên mục để quảng bá về sản phẩm, hàng hóa Việt Nam; phản ánh, cung cấp thông tin kịp thời, chính xác, khách quan về tình hình thực hiện Cuộc vận động của các ngành, các cấp; Tận dụng lợi thế, ưu điểm của các phương tiện truyền thông trên internet để cung cấp thông tin chính thống, tích cực quảng bá cho hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam; xây dựng nội dung tuyên truyền về Cuộc vận động trong nhà trường, các cấp học.

1.5. Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hợp tác xã, hộ kinh doanh có cơ hội quảng bá sản phẩm, hàng hóa của mình trên các phương tiện thông tin đại chúng; cập nhật và công bố thường xuyên danh mục máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu và các sản phẩm, dịch vụ công nghệ thông tin trong nước sản xuất được, các danh mục quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn quốc gia mới ban hành; thông tin chính thức về diễn biến thị trường, giá cả các mặt hàng thiết yếu, nhất là hàng hóa sản xuất trong nước trên trang thông tin điện tử để phục vụ các tổ chức, cá nhân khai thác, sử dụng.

1.6. Đa dạng hóa các hoạt động tuyên truyền cổ động về Cuộc vận động bằng các hình thức, nội dung phù hợp tại các địa 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, 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; biên soạn tài liệu tuyên truyền về Cuộc vận động và phối hợp lồng ghép vào các chương trình hành động của các Sở, ngành, địa phương,...

1.7. 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 trên môi trường trực tuyến.

1.8. Phối hợp chặt chẽ với Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức đoàn thể các cấp tổ chức thực hiện có hiệu quả Cuộc vận động; tổ chức các hoạt động phù hợp để khen thưởng, tôn vinh các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ Việt Nam có thương hiệu, có uy tín đã tích cực hưởng ứng, tham gia thực hiện Cuộc vận động.

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

2.1. Nghiên cứu và áp dụng chính sách nhằm hỗ trợ củng cố và mở rộng hệ thống phân phối, xây dựng các kênh phân phối văn minh, hiện đại đối với hàng Việt Nam; đa dạng hóa các loại hình phân phối, thiết lập hệ thống các điểm bán hàng Việt Nam bền vững, xây dựng điểm bán hàng Việt cố định gắn với điểm giới thiệu, bán sản phẩm OCOP của địa phương tại các điểm du lịch, khu vực tập trung đông dân cư, khu công nghiệp, vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa; hỗ trợ phát triển kinh tế đêm, áp dụng các biện pháp thích hợp để tăng cường liên kết trong chuỗi cung ứng hàng Việt Nam gắn với quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm.

2.2. Tăng cường đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng thương mại nhằm tạo điều kiện cho mở rộng kênh phân phối hàng Việt tại các khu vực tập trung đông dân cư, khu công nghiệp, vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa. Xây dựng lồng ghép, tích hợp phần hạ tầng thương mại vào quy hoạch tỉnh theo Luật Quy hoạch. Trên cơ sở quy hoạch hạ tầng thương mại đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt, tạo điều kiện để các doanh nghiệp trong nước đầu tư phát triển hạ tầng thương mại, hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi cho triển khai thực hiện Cuộc vận động.

2.3. Tiếp tục phối hợp với các đơn vị thuộc Bộ Công Thương thực hiện Chương trình "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam trên môi trường trực tuyến" (website: www.tuhaohangvietnam.vn); Tiếp tục nghiên cứu để 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.

2.4. 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 mại hàng Việt Nam như "Ngày hàng Việt", "Tuần hàng Việt", "Tháng hàng Việt"; định kỳ hàng năm phối hợp với Bộ Công Thương tổ chức "Tuần lễ hàng Việt".

2.5. Đẩy mạnh các hoạt động đưa hàng Việt Nam về nông thôn; tham gia các chương trình kết nối cung cầu hàng Việt Nam tại các tỉnh, thành phố trên cả nước. Tăng cường phát triển mạng lưới bán buôn bán lẻ đến vùng sâu, vùng xa, quan tâm phát triển mạng lưới chợ nông thôn, góp phần tiêu thụ nông, lâm sản và cung cấp vật tư hàng hoá phục vụ phát triển sản xuất và đời sống nhân dân địa phương.

2.6. Bố trí nguồn kinh phí đầu tư cho xây dựng hạ tầng thương mại tại các trung tâm xã ở khu vực nông thôn theo Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế- xã hội của địa phương.

3. Nhóm nhiệm vụ Nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng Việt, doanh nghiệp Việt trên địa bàn tỉnh

3.1. Tổ chức các hoạt động hỗ trợ các doanh nghiệp, nhà sản xuất trên địa bàn nâng cao năng lực cạnh tranh, năng lực sản xuất, phân phối và tiêu thụ sản

phẩm mang thương hiệu Việt; khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư chế biến sâu tạo ra các sản phẩm có chất lượng, có lợi thế của địa phương, xây dựng thương hiệu cho sản phẩm, đảm bảo điều kiện ATTP, đồng thời tăng cường công tác xúc tiến thương mại, quảng bá, giới thiệu sản phẩm, từng bước hình thành và mở rộng thị trường đầu ra cho các sản phẩm, hàng hóa.

3.2. Triển khai Kế hoạch phát triển thương mại điện tử tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2021-2025 và các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa ứng dụng mô hình công nghệ số tại thị trường trong nước.

3.3. Lồng ghép từ các chương trình, dự án để tạo sự liên kết chặt chẽ giữa các hộ nông dân với các doanh nghiệp trên cơ sở sự hỗ trợ về khoa học - kỹ thuật, tài chính phù hợp để phát triển vùng nguyên liệu ổn định, chất lượng cho sản xuất; tạo điều kiện cho các doanh nghiệp vay vốn để mở rộng quy mô sản xuất, kinh doanh, chuyển đổi ngành nghề phù hợp, tăng cường hoạt động tư vấn tiêu thụ sản phẩm, khuyến khích phát triển các làng nghề truyền thống,...;đồng thời tập huấn các kỹ năng, nghiệp vụ phù hợp cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tỉnh.

3.4. Quan tâm phân bổ kinh phí cho công tác đào tạo nghề, tập huấn nghiệp vụ cho lao động nông thôn, cán bộ tại các xã tham gia công tác quản lý theo nhu cầu, tạo nguồn nhân lực tại địa phương bền vững cho hoạt động sản xuất, kinh doanh.

(Danh mục nội dung thực hiện đề án theo Phụ lục đính kèm).

IV. NGUỒN KINH PHÍ

Ngân sách nhà nước; nguồn tài trợ, viện trợ, huy động đóng góp hợp pháp của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước theo quy định của pháp luật; lồng ghép từ các nguồn chương trình mục tiêu, chương trình mục tiêu quốc gia và các chương trình khác có liên quan.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Đề nghị Ủy ban mặt trận tổ quốc Việt Nam tỉnh Bắc Kạn *(cơ quan thương trực Ban Chỉ đạo Cuộc vận động tỉnh)*

- Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, để phát huy tinh thần yêu nước, lòng tự hào, tự tôn dân tộc của người tiêu dùng trong việc dùng hàng Việt Nam. Tuyên truyền khích lệ tinh thần năng động, sáng tạo của đội ngũ doanh nhân, trí thức, cùng toàn thể người lao động trong đổi mới tư duy và công nghệ phục vụ sản xuất, kinh doanh, ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ, kinh nghiệm quản lý tiên tiến. Đồng thời tuyên truyền đến các doanh nghiệp, người sản xuất, cơ quan, đơn vị và tổ chức chính trị - xã hội, nhận thức đúng yêu cầu của Cuộc vận động, ưu tiên mua hàng Việt Nam khi có nhu cầu mua sắm.

- Đa dạng hóa các hoạt động tuyên truyền cổ động về Cuộc vận động bằng các hình thức, nội dung phù hợp tại các địa 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.

2. Sở Công Thương

- Chủ trì, phối hợp với các Sở, ban, ngành và địa phương triển khai thực hiện các nhiệm vụ theo phụ lục kèm theo Kế hoạch này; hàng năm căn cứ nhiệm vụ được giao lập dự toán kinh phí gửi Sở Tài chính thẩm định theo quy định của luật Ngân sách nhà nước (đối với nhiệm vụ sử dụng Ngân sách tỉnh); báo cáo UBND tỉnh điều chỉnh, bổ sung các nội dung của Kế hoạch phù hợp với tình hình thực tế trên địa bàn tỉnh (nếu có).

- Chủ trì nghiên cứu đề xuất các nhiệm vụ, đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" do Ngân sách Trung ương thực hiện.

3. Sở Nông nghiệp & Phát triển nông thôn

Chủ trì triển khai các chính sách liên quan đến phát triển sản xuất trong lĩnh vực nông nghiệp để tăng cường liên kết trong chuỗi cung ứng hàng Việt gắn với quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm nhất là việc thực hiện Nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày 05/7/2018 của Chính phủ về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp; Nghị quyết số 08/2019/NQ-HĐND ngày 17/7/2019 của HĐND tỉnh Bắc Kạn về việc ban hành quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất nông nghiệp trên địa bàn tỉnh; Quyết định số 2620/QĐ-UBND ngày 27/12/2019 của UBND tỉnh về việc ban hành Hướng dẫn thực hiện Nghị quyết số 08/2019/NQ-HĐND ngày 17/7/2019 của HĐND tỉnh Bắc Kạn để hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã phát triển các sản phẩm đồng thời gắn kết các doanh nghiệp sản xuất với doanh nghiệp phân phối, tạo thuận lợi trong khâu cung ứng và tiêu thụ hàng hóa.

4. Sở Thông tin và Truyền thông

- Chủ động phối hợp với Sở Công Thương tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền, cung cấp thông tin kinh tế kịp thời, đầy đủ, chính xác cho doanh nghiệp thương mại, doanh nghiệp phân phối và các nhà bán buôn, bán lẻ; vận động doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm trong nâng cao chất lượng sản phẩm, hạ giá thành hàng hóa, dịch vụ, nâng cao sức cạnh tranh và xây dựng thương hiệu Việt cho sản phẩm hàng hoá, để người tiêu dùng biết đến nhiều hơn các lợi thế của việc tiêu dùng hàng Việt, từ đó từng bước góp phần xây dựng văn hóa tiêu dùng hàng Việt.

- Chỉ đạo Đài phát thanh truyền hình tỉnh và Báo Bắc Kạn chủ động tuyên truyền về Cuộc vận động; phối hợp với Sở Công Thương xây dựng các chuyên mục, chuyên trang trên Đài Phát thanh và Truyền hình, Báo Bắc Kạn để quảng bá về sản phẩm, hàng hoá Việt Nam và địa phương.

5. Sở Giáo dục và Đào tạo

Chỉ đạo các đơn vị trực thuộc đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền về Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"; vận động giáo viên và học sinh ưu tiên mua sắm, tiêu dùng hàng Việt Nam.

6. Sở Tài chính

Căn cứ khả năng cân đối ngân sách của tỉnh, các nguồn kinh phí chương trình mục tiêu, chương trình mục tiêu quốc gia và các chương trình khác có liên quan, tham mưu cho UBND tỉnh bố trí kinh phí cho các đơn vị, địa phương thực hiện các nhiệm vụ trong Kế hoạch.

7. Cục Quản lý thị trường tỉnh

Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, triển khai thực hiện các biện pháp đấu tranh phòng, chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả, hàng kém chất lượng nhằm bảo vệ thị trường trong nước, bảo vệ người tiêu dùng và các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh chân chính.

8. Các sở, ban, ngành, đoàn thể tỉnh và UBND các huyện, thành phố

- Theo chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của mình tổ chức thực hiện lồng ghép nội dung tuyên truyền, phổ biến và thực thi pháp luật về bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng; phổ biến nâng cao nhận thức ý nghĩa của cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", tăng cường quảng bá, giới thiệu hàng Việt Nam đến người tiêu dùng bằng nhiều hình thức một cách sâu rộng; chủ động ưu tiên mua hàng Việt Nam khi có nhu cầu mua sắm vật tư, trang thiết bị để sử dụng hoặc thực hiện các dự án, công trình bằng nguồn kinh phí ngân sách nhà nước. Hàng năm bố trí, cân đối từ nguồn kinh phí được giao của đơn vị và huy động tài trợ từ nguồn hợp pháp khác để xây dựng chương trình và triển khai thực hiện có hiệu quả kế hoạch này.

- Tạo điều kiện về thủ tục, cơ chế, chính sách, phối hợp với các cấp, các ngành để giúp cho doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm, khai thác lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, khuyến khích các doanh nghiệp chế biến sâu các sản phẩm có lợi thế đạt chất lượng cao hướng tới đạt chất lượng xuất khẩu; khuyến khích đầu tư, phát triển hạ tầng thương mại, mở rộng mạng lưới bán hàng, nhất là vùng nông thôn; phối hợp, tạo điều kiện tổ chức các phiên chợ, hội chợ hàng Việt trên địa bàn.

Trên đây là nội dung Kế hoạch thực hiện 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 Bắc Kạn. Căn cứ Kế hoạch này, các Sở, ban, ngành, đoàn thể và UBND các huyện, thành phố xây dựng kế hoạch, tổ chức triển khai thực hiện theo chức năng, nhiệm vụ được giao và báo cáo kết quả thực hiện định kỳ hàng năm về UBND tỉnh (qua Sở Công Thương) để gửi Bộ Công Thương tổng hợp, báo cáo Thủ tướng Chính phủ./.

Phụ lục

Danh mục nội dung thực hiện 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 Bắc Kạn

(Ban hành kèm theo Quyết định số 817/QĐ-UBND ngày 21 tháng 5 năm 2021 của UBND tỉnh Bắc Kạn)

TT	Nội dung thực hiện	Cơ quan thực hiện		Thời gian thực hiện
		Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	
I	**Nhóm nhiệm vụ thông tin, truyền thông**			
1	- Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, để phát huy tinh thần yêu nước, lòng tự hào, tự tôn dân tộc của người tiêu dùng trong việc dùng hàng Việt Nam. Tuyên truyền khích lệ tinh thần năng động, sáng tạo của đội ngũ doanh nhân, trí thức, cùng toàn thể người lao động trong đổi mới tư duy và công nghệ phục vụ sản xuất, kinh doanh, ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ, kinh nghiệm quản lý tiên tiến. Đồng thời tuyên truyền đến các cơ quan, đơn vị và tổ chức chính trị - xã hội, nhận thức đúng yêu cầu của Cuộc vận động, ưu tiên mua hàng Việt Nam khi có nhu cầu mua sắm bằng nguồn kinh phí thuộc ngân sách nhà nước; các doanh nghiệp, người sản xuất, kinh doanh trong nước ưu tiên sử dụng các trang thiết bị, nguyên vật liệu và dịch vụ trong nước bảo đảm chất lượng khi mua sắm vật tư, thiết bị để thực hiện các dự án, công trình. - Đa dạng hóa các hoạt động tuyên truyền cổ động về Cuộc vận động bằng các hình thức, nội dung phù hợp tại các địa 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.	Ủy ban mặt trận tổ quốc Việt Nam tỉnh Bắc Kạn	Các Sở, ban, ngành, đoàn thể tỉnh; UBND các huyện, thành phố; Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh; Báo Bắc Kạn	Hàng năm, từ năm 2021 đến năm 2025
2	Đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền về Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"; vận động giáo viên và học sinh ưu tiên mua sắm, tiêu dùng hàng Việt Nam.	Sở Giáo dục & Đào tạo	Ủy ban mặt trận tổ quốc Việt Nam tỉnh Bắc Kạn; Sở Công Thương và	Hàng năm, từ năm 2021 đến năm 2025

			đơn vị liên quan	
3	Xây dựng các chuyên mục trên các phương tiện thông tin đại chúng để tuyên truyền, quảng bá để quảng bá về sản phẩm, hàng hóa Việt Nam; phản ánh, cung cấp thông tin kịp thời, chính xác, khách quan về tình hình thực hiện Cuộc vận động của các ngành, các cấp; tận dụng lợi thế, ưu điểm của các phương tiện truyền thông trên internet để cung cấp thông tin chính thống, tích cực 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 trên môi trường trực tuyến.	Sở Công Thương	Ủy ban mặt trận tổ quốc Việt Nam tỉnh Bắc Kạn; các Sở, ban, ngành, đoàn thể tỉnh; UBND các huyện, thành phố	Hàng năm, từ năm 2021 đến năm 2025
4	Tổ chức các lớp tập huấn tuyên truyền, vận động các doanh nghiệp Việt Nam nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hàng Việt Nam; kỹ năng bán hàng, thực hiện các cam kết bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; từng bước xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu cho hàng Việt Nam không chỉ tại thị trường trong nước mà còn vươn ra thị trường khu vực và thế giới.	Sở Công Thương (Trung tâm khuyến công & Xúc tiến thương mại)		
II	**Nhóm nhiệm vụ Phát triển hệ thống phân phối hàng hoá cố định và bền vững**			
1	- Hỗ trợ xây dựng điểm bán hàng Việt cố định gắn với điểm giới thiệu, bán sản phẩm OCOP của địa phương, các điểm du lịch, khu vực tập trung đông dân cư, khu công nghiệp, vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa; hỗ trợ phát triển kinh tế đêm, áp dụng các biện pháp thích hợp để tăng cường liên kết trong chuỗi cung ứng hàng Việt Nam gắn với quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm. - Hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng Việt Nam tìm địa điểm phân phối hàng Việt cố định tại cửa hàng tạp hóa, chợ, siêu thị, trung tâm thương mại; phát triển mạng lưới bán buôn bán lẻ đến vùng sâu, vùng xa; phát triển mạng lưới chợ nông thôn, góp phần tiêu thụ nông, lâm sản và cung cấp vật tư hàng hoá phục vụ phát triển sản xuất và đời sống nhân dân.	Sở Công Thương	Văn phòng Điều phối xây dựng NTM; UBND các huyện, thành phố; các đơn vị có liên quan	Hàng năm, từ năm 2021 đến năm 2025

	- Hỗ trợ doanh nghiệp, tiểu thương xây dựng điểm bán hàng Việt Nam uy tín; triển khai gắn nhận diện "Tự hào hàng Việt Nam", "Tinh hoa hàng Việt Nam" cho điểm bán hàng Việt uy tín; hỗ trợ quảng bá, tuyên truyền mô hình về các điểm bán hàng Việt có nhận diện "Tự hào hàng Việt Nam", "Tinh hoa hàng Việt Nam". - Tổ chức các các chương trình khuyến mại hàng Việt Nam như "Ngày hàng Việt", "Tuần hàng Việt", "Tháng hàng Việt"; 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.			
2	- Hỗ trợ doanh nghiệp trong các hoạt động xúc tiến thương mại, tổ chức các hoạt động đưa hàng Việt Nam về nông thôn. Nhằm tạo cơ hội và huyến khích các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt mở rộng thị trường trong nước, giới thiệu, quảng bá sản phẩm đến tận tay người tiêu dùng ở vùng nông thôn, chợ truyền thống, vùng sâu vùng xa. Thông qua tổ chức các hoạt động kết nối tiêu thụ hàng hóa; tổ chức các phiên chợ hàng việt, hội chợ hàng Việt. - Hỗ trợ các hoạt động đưa hàng Việt Nam từ nông thôn ra thành thị; các chương trình kết nối cung cầu hàng Việt Nam tại các tỉnh, thành phố trên cả nước.	Sở Công Thương (Trung tâm khuyến công & Xúc tiến thương mại)	Cục Xúc tiến Thương mại, sở công thương các tỉnh, thành phố, UBND các huyện, thành phố, các doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất kinh doanh hàng Việt	Hàng năm, từ năm 2021 đến năm 2025
3	Triển khai các chính sách liên quan đến phát triển sản xuất trong lĩnh vực nông nghiệp để tăng cường liên kết trong chuỗi cung ứng hàng Việt gắn với quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm nhất là việc thực hiện Nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày 05/7/2018 của Chính phủ về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp; Nghị quyết số 08/2019/NQ-HĐND ngày 17/7/2019 của HĐND tỉnh Bắc Kạn về việc ban hành quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất nông nghiệp trên địa bàn tỉnh; Quyết định số 2620/QĐ-UBND ngày 27/12/2019 của UBND tỉnh về việc ban hành Hướng dẫn thực hiện Nghị quyết số	Sở Nông nghiệp và PTNT	Các đơn vị sản xuất, kinh doanh nông sản, UBND các huyện, thành phố và các đơn vị có liên quan	Hàng năm từ năm 2021 đến năm 2025

	08/2019/NQ-HĐND ngày 17/7/2019 của HĐND tỉnh Bắc Kạn để hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã phát triển các sản phẩm đồng thời gắn kết các doanh nghiệp sản xuất với doanh nghiệp phân phối, tạo thuận lợi trong khâu cung ứng và tiêu thụ hàng hóa".			
III	**Nhóm nhiệm vụ nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng Việt, doanh nghiệp Việt**			
1	Xây dựng và phát triển giải pháp tổng thể ứng dụng các mô hình công nghệ số cho doanh nghiệp Việt Nam tại thị trường trong nước: Tổ chức thực hiện tốt nội dung Kế hoạch Phát triển thương mại điện tử tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2021-2025. (Đã được UBND tỉnh phê duyệt tại Quyết định số 1811/QĐ-UBND ngày 07 tháng 10 năm 2020 về việc ban hành Kế hoạch Phát triển thương mại điện tử tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2021-2025).	Sở Công Thương	Sở thông tin truyền thông, Cục Thương mại Điện tử Bộ công thương, các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh	Hàng năm, từ năm 2021 đến năm 2025
2	Triển khai thực hiện tốt các Chương trình, đề án khuyến công Quốc gia, khuyến công địa phương; tạo điều kiện cho doanh nghiệp đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ tiếp cận các nguồn vốn để đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm, khai thác lợi thế cạnh tranh của 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.	Sở Công Thương (Trung tâm khuyến công & Xúc tiến thương mại)	UBND các huyện, thành phố; các cơ sở công nghiệp nông thôn	Hàng năm, từ năm 2021 đến năm 2025
3	Hỗ trợ phát triển vùng nguyên liệu ổn định, chất lượng cho sản xuất; hỗ trợ công tác đào tạo nghề, tập huấn nghiệp vụ cho lao động nông thôn, cán bộ tại các xã tham gia công tác quản lý theo nhu cầu, tạo nguồn nhân lực tại địa phương bền vững cho hoạt động sản xuất, kinh doanh.	Sở Nông nghiệp và PTNT	UBND các huyện, thành phố	Hàng năm, từ năm 2021 đến năm 2025