

Số: /KH-UBND

Lào Cai, ngày

tháng

năm 2021

## **KẾ HOẠCH**

### **Triển khai thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lào Cai giai đoạn 2021 - 2025**

Thực hiện Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17/3/2021 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 (sau đây gọi tắt là Đề án). UBND tỉnh Lào Cai ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Đề án trên địa bàn tỉnh như sau:

#### **I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU**

1. Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền vận động, phổ biến sâu rộng trên phạm vi toàn tỉnh để người tiêu dùng nhận thức đúng khả năng sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong nước nói chung và doanh nghiệp tỉnh Lào Cai nói riêng; nhận thức đúng về chất lượng sản phẩm, hàng hóa do các doanh nghiệp trong nước sản xuất, từ đó tạo chuyển biến về ý thức trong nhân dân, các đơn vị sản xuất kinh doanh; phát huy mạnh mẽ lòng yêu nước, ý chí tự lực tự cường, tự tôn dân tộc, xây dựng và duy trì văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam.

2. Phát triển thị trường trong nước với hàng Việt Nam trên cơ sở ứng dụng các phần mềm tiện ích, 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.

3. Phát triển thương mại tại khu vực nông thôn, miền núi gắn liền với việc thực hiện các chính sách ưu tiên về 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 tỉnh (đặc biệt là vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số).

4. Thực hiện có hiệu quả các 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 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17/3/2021.

#### **II. MỤC TIÊU**

##### **1. Mục tiêu chung**

Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động trên cơ sở huy động và sử dụng có hiệu quả nguồn lực của các chủ thể sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam thuộc các thành phần kinh tế; đồng thời phát huy vai trò của Nhà nước và các tổ chức có liên quan trong quản lý thị trường nhằm bảo vệ người tiêu dùng, nền sản xuất và phát triển lành mạnh môi trường kinh doanh hàng

Việt Nam; đồng thời, tạo điều kiện thuận lợi đưa hàng hóa thiết yếu, hàng Việt Nam có thể mạnh đến tay người tiêu dùng nhằm nâng cao sức mua, thúc đẩy sản xuất, tăng trưởng kinh tế, bảo đảm an sinh xã hội theo tinh thần chỉ đạo của Bộ Chính trị tại Thông báo Kết luận số 264-TB/TW ngày 31/7/2009 về việc tổ chức Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, Kết luận số 107-KL/TW ngày 10/4/2015 của Ban Bí thư về tiếp tục tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với việc thực hiện Cuộc vận động, Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17/9/2012 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường thực hiện Cuộc vận động.

## **2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2025**

- Giữ thị phần hàng Việt Nam có thể 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 thông (chợ, cửa hàng tạp hóa...).

- Giữ doanh thu bán lẻ của khu vực kinh tế trong nước chiếm tỷ lệ 85% tổng mức bán lẻ hàng hóa trên địa bàn tỉnh.

- Trên 90% người tiêu dùng và doanh nghiệp Việt Nam biết đến Chương trình Nhận diện hàng Việt Nam với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”, ”Tinh hoa hàng Việt Nam” và trên 70% doanh nghiệp tham gia phong trào này.

- 100% cơ quan báo, đài của tỉnh xây dựng chuyên mục “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam” và thường xuyên tuyên truyền, quảng bá Cuộc vận động.

- 100% các huyện, thị xã, thành phố trên địa bàn tỉnh triển khai nhân rộng mô hình Điểm bán hàng với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam”.

- Tổ chức và tham gia từ 3 đến 5 chương trình kết nối cung cầu cho các cơ sở sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam.

- Xây dựng và hình thành được 05 chuỗi phân phối sản xuất của doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, hộ nông dân sản xuất hàng Việt Nam tại thị trường trong nước.

## **III. GIẢI PHÁP VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

### **1. Công tác thông tin, truyền thông**

- Đẩy mạnh công tác thông tin, truyền thông để vận động người tiêu dùng trong nước biết, hiểu, đánh giá đúng về chất lượng hàng Việt Nam và các sản phẩm “Tinh hoa hàng Việt Nam”; 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; thực hiện các cam kết bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; từng bước xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu cho hàng Việt Nam; tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có cơ hội quảng bá sản phẩm, hàng hóa của mình trên các phương tiện thông tin đại chúng.

- Tuyên truyền, vận động các cơ quan, đơn vị trên địa bàn tỉnh 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 khi mua sắm vật tư, thiết bị để thực hiện các 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.

- Xây dựng chuyên mục “Tự hào hàng Việt Nam” trên báo, đài của địa phương, thường xuyên tuyên truyền, quảng bá về Cuộc vận động, về sản phẩm hàng hóa, dịch vụ tiêu biểu của Việt Nam. Đồng thời, phản ánh và cung cấp thông tin kịp thời, chính xác, khách quan về tình hình thực hiện Cuộc vận động của các đơn vị trên địa bàn tỉnh.

- Cập nhật, công bố kịp thời danh mục máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu, công nghệ trong nước sản xuất được để phục vụ tổ chức, cá nhân khai thác, sử dụng.

- Công bố thông tin về diễn biến thị trường, giá cả các mặt hàng thiết yếu, nhất là hàng hóa sản xuất trong nước trên các phương tiện thông tin đại chúng.

- 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, trụ sở các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị, xã hội trên địa bàn tỉnh.

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

- Phối hợp chặt chẽ với Ủy ban Mặt trận Tổ quốc tỉnh và các tổ chức đoàn thể tỉnh tổ chức thực hiện hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

## **2. Công tác phát triển hệ thống phân phối hàng hóa cố định và bền vững, ưu tiên đối với hàng Việt Nam**

- Nghiên cứu, đề xuất chính sách nhằm 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 các điểm bán hàng Việt Nam bền vững, đặc biệt tại các khu vực đông dân cư, khu công nghiệp, khu biên giới.

- Xây dựng 06 mô hình thí điểm về Điểm bán hàng với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam” tại 06 huyện, thành phố.

- Xây dựng Hệ thống cửa hàng giới thiệu, trưng bày, bán các sản phẩm OCOP của tỉnh Lào Cai tại 09 huyện, thị xã, thành phố.

- Triển khai Chương trình bình ổn thị trường một cách phù hợp; ưu tiên đưa hàng Việt Nam vào hệ thống các điểm bán hàng bình ổn thị trường (nếu có).

- Tiếp tục triển khai Chương trình “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên môi trường trực tuyến (website: [www.tuhaohangvietnam.vn](http://www.tuhaohangvietnam.vn)).

- 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”.

- Xây dựng mô hình liên kết sản xuất và tiêu thụ thành chuỗi cung ứng bền vững tạo thuận lợi trong khâu cung ứng và tiêu thụ hàng hóa.

- Đẩy mạnh 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 trong cả nước.

### **3. Công tác nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng Việt, doanh nghiệp Việt**

- Hàng năm, ban hành Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Lào Cai để hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất giới thiệu, quảng bá hàng hóa của tỉnh nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ và tìm kiếm đối tác hợp tác liên kết phát triển sản xuất.

- Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại thuộc Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, xúc tiến thương mại của tỉnh.

- Triển khai chương trình khuyến công quốc gia, chương trình khuyến công tỉnh Lào Cai để hỗ trợ cơ sở công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp trên địa bàn tỉnh, ứng dụng công nghệ mới, tiên tiến vào sản xuất.

- Triển khai Kế hoạch số 237/KH-UBND ngày 03/9/2020 về phát triển thương mại điện tử tỉnh Lào Cai giai đoạn 2021 - 2025 nhằm hỗ trợ quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp đáp ứng nhu cầu phát triển thương mại điện tử trong bối cảnh Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư.

- Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong tỉnh 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 của doanh nghiệp, tháo gỡ khó khăn trong hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị; nâng cao hiệu quả kết nối giữa nhà sản xuất, nhà phân phối sản phẩm tới tay người tiêu dùng.

- Tăng cường hướng dẫn các tổ chức, cá nhân trong thực hiện xác lập quyền sở hữu công nghiệp và truy xuất nguồn gốc xuất xứ sản phẩm hàng hóa của đơn vị.

### **4. Công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ người tiêu dùng**

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, phát hiện và xử lý nghiêm các hành vi kinh doanh hàng nhập lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm và những hành vi gian lận thương mại.

- Tiếp tục triển khai hiệu quả các chính sách, pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng lồng ghép với quảng bá, giới thiệu hàng Việt Nam tới tay người tiêu dùng.

### **5. Danh mục các chương trình, nhiệm vụ cụ thể**

*(có Phụ lục chi tiết đính kèm)*

#### **IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN**

1. Kinh phí thực hiện Kế hoạch được bố trí từ ngân sách nhà nước và huy động từ nguồn xã hội hóa, các nguồn hợp pháp khác từ các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước theo quy định của pháp luật; lồng ghép các chương trình mục tiêu, chương trình mục tiêu quốc gia, chương trình phát triển kinh tế - xã hội, chương trình bình ổn thị trường và các chương trình khác có liên quan.

2. Căn cứ nhiệm vụ được giao tại Kế hoạch này, hàng năm các cơ quan, đơn vị xây dựng dự toán kinh phí thực hiện các chương trình, kế hoạch triển khai thực hiện Đề án, gửi Sở Tài chính thẩm định, trình UBND tỉnh xem xét phê duyệt để triển khai thực hiện.

#### **V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

1. Trên cơ sở những nội dung, nhiệm vụ chủ yếu đã được phân công tại Phụ lục kèm theo Kế hoạch này, yêu cầu các sở, ban, ngành, UBND các huyện, thị xã, thành phố, đơn vị liên quan chủ động triển khai thực hiện; định kỳ hàng năm báo cáo UBND tỉnh về tình hình thực hiện (gửi báo cáo về Sở Công Thương để tổng hợp).

2. Giao Sở Công Thương là cơ quan đầu mối theo dõi, đôn đốc các sở, ban, ngành; UBND các huyện, thị xã, thành phố và các đơn vị có liên quan tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch này. Tổng hợp báo cáo kết quả thực hiện của các cơ quan, đơn vị liên quan báo cáo UBND tỉnh, Bộ Công Thương theo quy định.

3. 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 tổng hợp, báo cáo UBND tỉnh xem xét, giải quyết./.

#### **Nơi nhận:**

- Bộ Công Thương;
- TT. UBND tỉnh;
- Ủy ban MTTQ VN tỉnh;
- Các sở, ban, ngành : Công Thương, Tài chính, Văn hóa Thể thao và Du lịch, Khoa học và Công nghệ, Nông nghiệp & PTNT, Thông tin và Truyền thông, Liên minh HTX, Ngân hàng Nhà nước Chi nhánh LC, Cục Quản lý thị trường, Đài PTTH tỉnh, Báo Lào Cai;
- UBND các huyện, thị xã Sa Pa và thành phố Lào Cai;
- Hiệp hội DN tỉnh, Hội Doanh nhân trẻ tỉnh;
- CVP, PCVP1;
- Lưu: VT, KT2.

**KT. CHỦ TỊCH  
PHÓ CHỦ TỊCH**

**Hoàng Quốc Khánh**