

KẾ HOẠCH

Triển khai các chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2025–2027 trên địa bàn tỉnh Gia Lai

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

Thực hiện Chỉ thị số 29/CT-TTg ngày 27 tháng 8 năm 2024 của Thủ tướng Chính phủ về việc kích cầu tiêu dùng, hỗ trợ sản xuất, kinh doanh và phát triển thị trường trong nước,

Căn cứ Quyết định số 2269/QĐ-BCT ngày 08 tháng 8 năm 2025 của Bộ Công Thương về việc phê duyệt Chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2025-2027, Ủy ban nhân dân tỉnh Gia Lai ban hành Kế hoạch triển khai các chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2025–2027” trên địa bàn tỉnh Gia Lai như sau:

I. Mục tiêu

1. Mục tiêu chung

Kích cầu tiêu dùng và phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh theo hướng hiện đại và bền vững, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, lợi ích chính đáng của doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, đẩy mạnh hiệu quả các chương trình, cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, góp phần ổn định kinh tế và đảm bảo mục tiêu tăng trưởng bền vững của tỉnh.

2. Mục tiêu cụ thể

a) Năm 2025

- Tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của tỉnh đạt từ 10,5% đến 11%.

- Bảo đảm nguồn cung các mặt hàng thiết yếu đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng, không để xảy ra tình trạng thiếu hụt hàng hóa gây tăng giá bất hợp lý, giữ thị trường bình ổn, đặc biệt trong các tháng cuối năm và Tết Nguyên đán.

- Thu hút ít nhất 500.000 lượt người tiêu dùng tiếp cận các chiến dịch truyền thông, xúc tiến tiêu dùng.

- Hỗ trợ ít nhất 500 lượt doanh nghiệp tham gia chiến dịch xúc tiến, khuyến mãi.

b) Giai đoạn năm 2026-2027

- Phát triển hạ tầng thương mại hiện đại, giàu bản sắc địa phương; nâng cấp chợ truyền thống, chợ đầu mối nông sản, đầu tư trung tâm thương mại, siêu thị và cửa hàng tiện lợi tại cả đô thị và nông thôn, miền núi.

- Hình thành các mô hình phân phối, bán lẻ hiện đại có bản sắc Việt, gắn với quảng bá và tiêu thụ sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP của địa phương.

- Thúc đẩy phát triển thị trường bền vững và hệ sinh thái chuyển đổi số: Chợ thông minh, gian hàng Việt trực tuyến, logistics số hóa, ứng dụng trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu lớn trong quản lý, phân phối hàng hóa.

- Tăng cường kết nối hạ tầng thương mại liên vùng, liên quốc gia thông qua cửa khẩu Lê Thanh, cảng Quy Nhơn, sân bay Pleiku và sân bay Phù Cát, tạo hành lang thuận lợi cho giao thương và xuất nhập khẩu.

- Phân đầu đưa thị trường bán lẻ tỉnh Gia Lai trở thành trung tâm thương mại – dịch vụ hàng đầu khu vực Tây Nguyên và Nam Trung Bộ.

II. Giải pháp chủ yếu

1. Nhóm giải pháp trong năm 2025

a) Xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng

- Tổ chức các hoạt động hưởng ứng chiến dịch truyền thông đặc biệt “Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam”: Triển khai thực hiện các giải pháp đổi mới trong triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” với slogan “Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam” thể hiện niềm tự hào khi sử dụng hàng Việt, khẳng định chất lượng sản phẩm nội địa sánh ngang hàng ngoại nhập.

- Triển khai chương trình xúc tiến thương mại và kích cầu tiêu dùng, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm hàng hóa sản xuất tại địa phương như "Lễ hội mua sắm Việt Nam", Chương trình Khuyến mại tập trung quốc gia, các hoạt động xúc tiến thương mại thị trường trong nước trong khuôn khổ Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại giai đoạn 2025- 2027.

- Tổ chức hội chợ, phiên chợ hàng Việt tại các khu đô thị, khu công nghiệp, vùng nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, tạo điều kiện để sản phẩm địa phương tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng và mở rộng thị trường. Đồng thời, kết hợp các hoạt động xúc tiến thương mại với các chương trình du lịch, lễ hội, văn hóa trên địa bàn tỉnh, nhằm quảng bá sản phẩm đặc trưng của địa phương, nâng

cao nhận thức của người tiêu dùng về chất lượng và giá trị của hàng hóa sản xuất trong nước, góp phần thúc đẩy tiêu dùng nội địa bền vững.

b) Hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, phân phối và bán lẻ

- Hỗ trợ thông tin giúp doanh nghiệp sản xuất và phân phối, bán lẻ nhất là khối doanh nghiệp tư nhân tiếp cận gói tín dụng ưu đãi, chính sách thuế ưu đãi, giảm phí, lệ phí được cấp có thẩm quyền phê duyệt trên nguyên tắc không vi phạm các cam kết quốc tế, ưu tiên doanh nghiệp có tỷ lệ nội địa hóa cao, sản phẩm truy xuất nguồn gốc, đạt chuẩn công nghệ xanh, ESG, tái đầu tư, liên kết chuỗi sản xuất nội địa.

- Khuyến khích các doanh nghiệp bán lẻ mở rộng mạng lưới chuỗi bán lẻ ở khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu vùng xa, biên giới; các doanh nghiệp bán lẻ quy mô lớn phân phối sản phẩm Gia Lai, dành khu vực trưng bày hàng OCOP, sản phẩm địa phương.

c) Đảm bảo nguồn cung ổn định, tái cơ cấu nguồn cung theo hướng bền vững, bình ổn giá cả thị trường

- Thúc đẩy sản xuất hàng hoá thiết yếu tại địa phương: Hỗ trợ phát triển các ngành sản xuất chủ lực của tỉnh: nông sản (cà phê, hồ tiêu, cao su, mía đường, rau quả), chăn nuôi, thủy sản, gỗ...

- Đa dạng hóa nguồn cung, không phụ thuộc vào số ít nguồn cung cấp hay một khu vực địa lý nhất định để giảm thiểu rủi ro; Phát triển hạ tầng logistics hình thành mạng lưới cung ứng linh hoạt, tăng cường kết nối đến vùng sâu, vùng xa và khu vực biên giới; nâng cao khả năng dự đoán nhu cầu và nguồn cung để có kế hoạch sản xuất và phân phối phù hợp.

- Tái cơ cấu nguồn cung theo hướng xanh, bền vững và bình ổn giá: Ứng dụng công nghệ mới để tăng năng suất, giảm chi phí và nâng cao chất lượng, đồng thời ít gây hại cho môi trường hơn; Khuyến khích kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, ưu tiên các nguồn cung có nguồn gốc từ năng lượng tái tạo, nông nghiệp hữu cơ, hoặc các quy trình sản xuất thân thiện với môi trường.

- Xây dựng phương án dự trữ hàng hóa thiết yếu dịp Tết Nguyên đán, mùa mưa bão và thời điểm khan hiếm cục bộ; Khuyến khích các doanh nghiệp thương mại, phân phối lớn tham gia chương trình bình ổn giá của tỉnh; Giám sát giá cả, kịp thời ngăn chặn tình trạng đầu cơ, tăng giá bất hợp lý.

d) Tăng cường kết nối cung cầu nhất là tại khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng kinh tế khó khăn; Tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ người tiêu dùng

- Xây dựng và triển khai các chương trình kết nối cung cầu đối với khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng kinh tế khó khăn.

- Bảo đảm nguồn cung ổn định, thường xuyên, lâu dài; tổ chức đưa hàng Việt về khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu vùng xa và hải đảo, vùng kinh tế khó khăn bằng mô hình như: Tổ chức các phiên chợ hàng Việt; phát triển các điểm bán hàng cố định gắn với trung tâm sinh hoạt cộng đồng, nhà văn hóa xã, trạm dịch vụ đa năng do doanh nghiệp, hợp tác xã và địa phương đồng vận hành.

- Xây dựng hạ tầng số, bộ các ứng dụng số để quản lý phân phối và bán hàng vùng sâu vùng xa thông qua nền tảng bán lẻ ảo – giúp người dân tiếp cận hàng Việt có chứng nhận nguồn gốc, chất lượng và giá cả niêm yết minh bạch.

- Triển khai đồng bộ các biện pháp quản lý, kiểm tra và giám sát thị trường nhằm bảo đảm chất lượng hàng hóa, ổn định thị trường và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Trong đó, chú trọng phòng chống gian lận thương mại, ngăn chặn hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ, đảm bảo các sản phẩm lưu thông trên thị trường an toàn, đáng tin cậy.

- Tăng cường các hoạt động bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, nâng cao nhận thức cộng đồng về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng trong việc lựa chọn, sử dụng sản phẩm, góp phần xây dựng môi trường tiêu dùng văn minh, minh bạch và công bằng.

3. Nhóm giải pháp thực hiện trong giai đoạn 2026-2027

a) Hoàn thiện thể chế, tạo hành lang pháp lý minh bạch và môi trường cạnh tranh bình đẳng cho phát triển thị trường trong nước, hỗ trợ sản xuất, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

- Rà soát, hoàn thiện và triển khai các cơ chế, chính sách phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương, trọng tâm là tham mưu, đề xuất với các bộ, ngành trung ương cơ chế hỗ trợ tiêu thụ các sản phẩm chủ lực của tỉnh như cà phê, hồ tiêu, cao su, rau củ quả và các sản phẩm OCOP; chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, nhất là đồng bào dân tộc thiểu số tại khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa.

- Tổ chức rà soát, kiến nghị sửa đổi, bổ sung các quy định liên quan trực tiếp đến hoạt động thương mại trên địa bàn như: Quản lý và phát triển hệ thống chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi; dịch vụ logistics phục vụ tiêu thụ nông sản xuất khẩu; mua bán hàng hoá qua thương mại điện tử nhằm tạo điều kiện cho lưu thông hàng hóa, hỗ trợ sản xuất trên địa bàn tỉnh, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước và thúc đẩy thương mại phát triển bền vững.

b) Phát triển hạ tầng thương mại hiện đại

- Tập trung phát triển hạ tầng thương mại hiện đại, đồng bộ giữa thương mại điện tử, chợ truyền thống, siêu thị và logistics, nhằm hỗ trợ doanh nghiệp trong sản xuất, kinh doanh, thúc đẩy lưu thông hàng hóa, nâng cao chất lượng phục vụ và gia tăng năng lực cạnh tranh.

- Nâng cấp, cải tạo hệ thống chợ truyền thống, chợ đầu mối nông sản, bảo đảm an toàn vệ sinh, phòng cháy chữa cháy, đồng thời ứng dụng công nghệ số trong quản lý, gắn với mô hình bán lẻ hiện đại như siêu thị mini, cửa hàng tiện lợi.

- Triển khai ứng dụng công nghệ thông tin, thí điểm mô hình “chợ thông minh” và phát triển sàn thương mại điện tử địa phương, tạo kênh phân phối trực tuyến thuận lợi cho doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ kinh doanh, đồng thời mở rộng cơ hội tiếp cận người tiêu dùng trong tỉnh và khu vực lân cận.

b) Phát triển thị trường bền vững và hệ sinh thái chuyển đổi số

- Đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ và chuyển đổi số trong lĩnh vực thương mại, coi đây là động lực quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ kinh doanh.

- Khuyến khích doanh nghiệp áp dụng các mô hình bán lẻ thông minh, thanh toán không tiền mặt, quản lý dữ liệu khách hàng (CRM), quản lý tồn kho (WMS), truy xuất nguồn gốc bằng QR code, blockchain, RFID... để chống hàng giả, nâng cao tính minh bạch và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Tổ chức hội thảo, sự kiện xúc tiến công nghệ, khuyến khích hợp tác giữa doanh nghiệp công nghệ số với các ngành nông nghiệp, chế biến và du lịch, nhằm xây dựng các giải pháp số phù hợp, góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất, chất lượng sản phẩm và mở rộng thị trường.

III. Kinh phí thực hiện

- Nguồn kinh phí được bố trí từ nguồn ngân sách Trung ương, ngân sách địa phương phân cấp theo quy định hiện hành, nguồn huy động xã hội hóa và các nguồn vốn hợp pháp khác.

- Lồng ghép từ các 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.

- Hàng năm các sở, ban, ngành có liên quan, căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao trong Kế hoạch, đề xuất dự toán gửi Sở Tài chính thẩm định và trình cấp có thẩm quyền xem xét, phê duyệt.

IV. Tổ chức thực hiện

1. Sở Công Thương

- Hàng năm xây dựng và triển khai kế hoạch xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng gắn với các chương trình khuyến mại tập trung quốc gia và cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

- Chủ trì tổ chức hội chợ, phiên chợ hàng Việt, sự kiện kết nối cung – cầu tại các khu đô thị, khu công nghiệp, vùng nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa;

đồng thời kết hợp với các hoạt động du lịch, lễ hội văn hóa để quảng bá sản phẩm đặc trưng địa phương.

- Chỉ đạo Chi cục Quản lý thị trường tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường; lồng ghép tuyên truyền, phổ biến pháp luật về thương mại; kiên quyết đấu tranh chống gian lận thương mại, buôn bán hàng lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ; giám sát công tác an toàn vệ sinh thực phẩm, nhằm bảo vệ hàng hóa sản xuất trong nước, tạo sự cạnh tranh lành mạnh trên thị trường;

- Tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP, nông sản theo mùa vụ; đề xuất các chính sách phát triển hạ tầng thương mại hiện đại (chợ đầu mối, siêu thị, logistics).

- Hỗ trợ đào tạo, tập huấn cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh tập trung vào các nội dung nghiên cứu thị trường, mở rộng kênh phân phối, tổ chức kích cầu tiêu dùng; xây dựng thương hiệu, ứng dụng thương mại điện tử, marketing số, truy xuất nguồn gốc; đồng thời nâng cao kiến thức về tiêu chuẩn chất lượng, nhãn hiệu và quản trị để tăng sức cạnh tranh, mở rộng thị trường.

2. Sở Tài chính

- Phối hợp với Sở Công Thương và các cơ quan có liên quan triển khai cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất trong nước, khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào hạ tầng thương mại, logistics và công nghiệp chế biến.

- Bố trí, cân đối và hướng dẫn sử dụng kinh phí thực hiện chương trình theo dự toán hằng năm; kiểm tra, giám sát việc quản lý, sử dụng, quyết toán kinh phí theo đúng quy định.

- Phối hợp với Sở Công Thương và các sở, ngành có liên quan lồng ghép các mục tiêu phát triển thương mại vào kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

3. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Định hướng phát triển sản phẩm nông – lâm – thủy sản chủ lực, sản phẩm OCOP và sản phẩm đặc trưng của địa phương gắn với tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường.

- Phối hợp với Sở Công Thương, Ủy ban nhân dân cấp xã triển khai hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, kết nối hỗ trợ tiêu thụ hàng hóa nông sản trên các nền tảng thương mại điện tử.

- Tăng cường công tác quản lý, giám sát môi trường trong quá trình sản xuất, chế biến, bảo đảm phát triển bền vững và thân thiện với môi trường.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

- Hướng dẫn các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh áp dụng các quy chuẩn và tiêu chuẩn kỹ thuật về chất lượng sản phẩm, hàng hóa và việc đăng ký xác lập quyền và thực hiện các biện pháp bảo vệ quyền đối với nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại của các sản phẩm, hàng hóa xuất xứ Việt Nam.

- Khuyến khích ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong sản xuất, chế biến và phân phối sản phẩm.

- Phối hợp triển khai các giải pháp ứng dụng công nghệ cao phục vụ truy xuất nguồn gốc, bảo quản và nâng cao chất lượng nông sản.

5. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Lòng ghép quảng bá sản phẩm Việt với các hoạt động văn hóa, lễ hội, du lịch trong và ngoài tỉnh.

- Hỗ trợ quảng bá sản phẩm đặc trưng, OCOP gắn với thương hiệu du lịch của tỉnh Gia Lai.

- Khuyến khích phát triển du lịch trải nghiệm, du lịch nông nghiệp gắn với tiêu thụ sản phẩm địa phương.

6. Ngân hàng Nhà nước chi nhánh Khu vực XI

Chỉ đạo các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn tỉnh:

- Tiếp tục hướng tín dụng vào các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, lĩnh vực ưu tiên và các động lực tăng trưởng kinh tế theo chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ; ưu tiên nguồn vốn tín dụng cho các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân, hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh vay vốn để thực hiện các dự án chuyển đổi xanh, chuyển đổi số, kinh doanh theo chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng.

- Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp sản xuất và phân phối, bán lẻ, nhất là khối doanh nghiệp tư nhân tiếp cận với các gói tín dụng ưu đãi góp phần bảo đảm nguồn cung hàng hóa ổn định, lâu dài tại địa phương.

- Căn cứ các chính sách ưu đãi về nguồn vốn, lãi suất theo từng thời kỳ của từng hệ thống tổ chức tín dụng tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp thương mại tham gia dự trữ, bình ổn giá hàng thiết yếu dịp Tết, mùa mưa bão, giai đoạn khan hiếm cục bộ tiếp cận với các nguồn vốn tín dụng ưu đãi khi có nhu cầu.

7. Báo và Phát thanh - Truyền hình tỉnh Gia Lai

Tích cực tuyên truyền công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, phản ánh những vụ việc vi phạm để lên án, định hướng cho người dân nâng cao sự cảnh giác trong quá trình lựa chọn sản phẩm; bố trí thời lượng, chuyên mục

phù hợp nhằm hỗ trợ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong tỉnh quảng bá sản phẩm, hàng hóa của đơn vị trên các phương tiện thông tin đại chúng.

8. Ủy ban nhân dân cấp xã

- Theo dõi sát tình hình sản xuất, nguồn cung, giá cả các mặt hàng thiết yếu, triển khai các giải pháp thúc đẩy sản xuất, kinh doanh trên địa bàn.

- Phối hợp với Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Môi trường kết nối tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp, chế biến; đặc biệt là các sản phẩm thế mạnh của địa phương để hỗ trợ thúc đẩy sản xuất, tiêu thụ sản phẩm, kích cầu tiêu dùng.

- Phối hợp với sở, ban, ngành và các đơn vị liên quan chỉ đạo, hỗ trợ tổ chức đa dạng các hoạt động kích cầu tiêu dùng, xúc tiến thương mại, bình ổn thị trường trên địa bàn như: hội chợ, tuần hàng, các sự kiện du lịch, văn hóa, các chương trình khuyến mại... thúc đẩy nhu cầu mua sắm, tiêu dùng trong nhân dân, thu hút khách du lịch đến tham quan, chi tiêu nhằm đẩy mạnh hoạt động sản xuất, kinh doanh trên địa bàn.

- Chỉ đạo lực lượng chức năng tại địa phương phối hợp với các đơn vị liên quan tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát các sản phẩm hàng hóa lưu thông trên địa bàn, an toàn thực phẩm..., xử lý vi phạm hành chính các trường hợp vi phạm pháp luật về giá, các trường hợp đầu cơ, ép giá, găm hàng gây bất ổn thị trường.

9. Hiệp hội doanh nghiệp tỉnh, các hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh

- Chủ động nắm bắt thông tin, nhu cầu thị trường, các khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp thành viên trong sản xuất, tiêu thụ hàng hóa để kịp thời đề xuất các cơ quan chức năng có biện pháp hỗ trợ, tháo gỡ.

- Thông tin đến các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh tích cực tham gia các chương trình: Bình ổn thị trường, xúc tiến thương mại - du lịch, liên kết vùng, OCOP, đưa hàng hoá về nông thôn,...

- Chủ động tìm kiếm, hình thành các chuỗi liên kết, cung ứng sản phẩm từ sản xuất đến tiêu dùng nhằm ổn định nguồn hàng, hạ giá thành sản phẩm để khuyến khích tiêu dùng. Tăng cường đưa hàng Việt vào kinh doanh tại hệ thống để người tiêu dùng có nhiều cơ hội lựa chọn.

- Tổ chức các hoạt động bán hàng và các hoạt động kích cầu tiêu dùng trong nhân dân (thực hiện các chương trình khuyến mại, chiết khấu, giảm giá bán...), đổi mới phương thức bán hàng, áp dụng khoa học công nghệ mới, cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của người dân.

Trên đây là Kế hoạch triển khai Chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2025–2027 trên địa bàn tỉnh Gia Lai. Trong quá trình triển khai thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc các cơ quan, đơn vị có ý kiến đề xuất gửi Sở Công Thương để tổng hợp, báo cáo trình Ủy ban nhân tỉnh xem xét, chỉ đạo./. 

Nơi nhận:

- Bộ Công Thương;
- Thường trực Tỉnh ủy, HĐND tỉnh;
- Chủ tịch, các PCT UBND tỉnh;
- Các sở, ban, ngành của tỉnh;
- CVP, các PCVP UBND tỉnh;
- UBND các xã, phường;
- Lưu: VT, KTTH, XDCT, X7. 

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



Nguyễn Tuấn Anh

PHỤ LỤC

Chi tiết các nhiệm vụ triển khai chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh cuộc vận động người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2025-2027 trên địa bàn tỉnh Gia Lai

(Ban hành kèm theo Kế hoạch số .../KH-UBND ngày ... tháng ... năm 2025 của UBND tỉnh Gia Lai)

STT	Nhiệm vụ	Thời gian	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp
1	Xây dựng và triển khai kế hoạch xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng gắn với các chương trình khuyến mại tập trung quốc gia, cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.	Hàng năm	Sở Công Thương	Các sở, ngành, đơn vị liên quan
2	Tổ chức hội chợ, phiên chợ hàng Việt, sự kiện kết nối cung – cầu tại các khu đô thị, khu công nghiệp, vùng nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa; đồng thời kết hợp với các hoạt động du lịch, lễ hội văn hóa để quảng bá sản phẩm đặc trưng địa phương.	Theo kế hoạch từng năm		
3	Tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường; lồng ghép tuyên truyền, phổ biến pháp luật về thương mại; kiên quyết đấu tranh chống gian lận thương mại, buôn bán hàng lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ; giám sát công tác an toàn vệ sinh thực phẩm, nhằm bảo vệ hàng hóa sản xuất trong nước, tạo sự cạnh tranh lành mạnh trên thị trường.	Thường xuyên		
4	Tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh cơ chế, chính sách hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm OCOP, nông sản, hạ tầng thương mại (chợ đầu mối, siêu thị, logistics).	Theo kỳ/định kỳ		
5	Hỗ trợ đào tạo, tập huấn cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh tập trung vào các nội dung nghiên cứu thị trường, mở rộng kênh phân phối, tổ chức kích cầu tiêu dùng; xây dựng thương hiệu	Hàng năm		

	gắn với cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; ứng dụng thương mại điện tử, marketing số, truy xuất nguồn gốc; đồng thời nâng cao kiến thức về tiêu chuẩn chất lượng, nhãn hiệu và quản trị để tăng sức cạnh tranh, mở rộng thị trường.			
6	Tham mưu cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất trong nước, khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào hạ tầng thương mại, logistics và công nghiệp chế biến.	2025–2027	Sở Tài chính	Các sở, ngành, đơn vị liên quan
7	Bố trí, cân đối và hướng dẫn sử dụng kinh phí thực hiện chương trình theo dự toán hằng năm; kiểm tra, giám sát việc quản lý, sử dụng, quyết toán kinh phí theo đúng quy định.	Hàng năm		
8	Định hướng phát triển sản phẩm nông – lâm – thủy sản chủ lực, sản phẩm OCOP và sản phẩm đặc trưng của địa phương gắn với tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường.	Hàng năm	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Sở Công Thương, Ủy ban nhân dân cấp xã
9	Tăng cường công tác quản lý, giám sát môi trường trong quá trình sản xuất, chế biến, bảo đảm phát triển bền vững và thân thiện với môi trường.	Thường xuyên		Ủy ban nhân dân cấp xã, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh
10	Hướng dẫn các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh áp dụng các quy chuẩn và tiêu chuẩn kỹ thuật về chất lượng sản phẩm, hàng hóa và việc đăng ký xác lập quyền và thực hiện các biện pháp bảo vệ quyền đối với nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại của các sản phẩm, hàng hóa xuất xứ Việt Nam.	2025–2027	Sở Khoa học và Công nghệ	Sở Công Thương, các Hiệp hội ngành hàng
11	Khuyến khích ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong sản xuất, chế biến và phân phối sản phẩm.	2025–2027		Sở Công Thương

12	Phối hợp triển khai các giải pháp ứng dụng công nghệ cao phục vụ truy xuất nguồn gốc, bảo quản và nâng cao chất lượng nông sản.	Hàng năm		Sở Nông nghiệp và Môi trường, Sở Công Thương
13	Lồng ghép quảng bá sản phẩm Việt với các hoạt động văn hóa, lễ hội, du lịch trong và ngoài tỉnh.	Hàng năm (theo mùa vụ, lễ hội)	Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch	Sở Công Thương, Ủy ban nhân dân cấp xã, hiệp hội du lịch
14	Hỗ trợ quảng bá sản phẩm đặc trưng, OCOP gắn với thương hiệu du lịch của tỉnh Gia Lai.	2025–2027		Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Môi trường
15	Khuyến khích phát triển du lịch trải nghiệm, du lịch nông nghiệp gắn với tiêu thụ sản phẩm địa phương.	2025–2027		Ủy ban nhân dân cấp xã, Hiệp hội du lịch, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh
16	Chỉ đạo các ngân hàng thương mại trên địa bàn tỉnh dành nguồn vốn tín dụng ưu đãi cho các doanh nghiệp sản xuất, phân phối và bán lẻ hàng Việt; hỗ trợ vốn lưu động để bảo đảm nguồn cung hàng hóa ổn định, lâu dài tại địa phương; Ưu tiên tín dụng xanh, tín dụng hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ, thương mại điện tử, logistics số, thanh toán không dùng tiền mặt.	Thường xuyên	Ngân hàng nhà nước khu vực XI	Ngân hàng thương mại, Sở Công Thương, Sở Tài chính
17	Xây dựng cơ chế tín dụng ưu đãi cho doanh nghiệp thương mại tham gia dự trữ, bình ổn giá hàng thiết yếu dịp Tết, mùa mưa bão, giai đoạn khan hiếm cục bộ.			
16	Tích cực tuyên truyền công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, phản ánh những vụ việc vi phạm để lên án, định hướng cho người dân nâng cao sự cảnh giác trong quá trình lựa chọn sản phẩm; bố trí thời lượng, chuyên mục phù hợp nhằm hỗ trợ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong tỉnh quảng bá sản	Thường xuyên	Báo và Phát thanh – truyền hình tỉnh Gia Lai	Sở Công Thương

	phẩm, hàng hóa của đơn vị trên các phương tiện thông tin đại chúng.			
17	Theo dõi sát tình hình sản xuất, nguồn cung, giá cả các mặt hàng thiết yếu, triển khai các giải pháp thúc đẩy sản xuất, kinh doanh trên địa bàn.	Thường xuyên	UBND cấp xã	Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Môi trường
21	Phối hợp với sở, ban, ngành và các đơn vị liên quan chỉ đạo, hỗ trợ tổ chức đa dạng các hoạt động kích cầu tiêu dùng, xúc tiến thương mại, bình ổn thị trường trên địa bàn như: hội chợ, tuần hàng, các sự kiện du lịch, văn hóa, các chương trình khuyến mại... thúc đẩy nhu cầu mua sắm, tiêu dùng trong nhân dân, thu hút khách du lịch đến tham quan, chi tiêu nhằm đẩy mạnh hoạt động sản xuất, kinh doanh trên địa bàn.	Hàng năm		Sở Công Thương, Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch, các Hiệp hội ngành hàng
22	Chỉ đạo lực lượng chức năng tại địa phương phối hợp với các đơn vị liên quan tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát các sản phẩm hàng hóa lưu thông trên địa bàn, an toàn thực phẩm..., xử lý vi phạm hành chính các trường hợp vi phạm pháp luật về giá, các trường hợp đầu cơ, ép giá, găm hàng gây bất ổn thị trường.	Thường xuyên		Các sở, ngành liên quan
23	Chủ động nắm bắt thông tin, nhu cầu thị trường, các khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp thành viên trong sản xuất, tiêu thụ hàng hóa để kịp thời đề xuất các cơ quan chức năng có biện pháp hỗ trợ, tháo gỡ.	Thường xuyên	Hiệp hội ngành hàng	Sở Công Thương, Ủy ban nhân dân cấp xã
24	Thông tin đến các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh tích cực tham gia các chương trình: Bình ổn thị trường, xúc tiến thương mại - du lịch, liên kết vùng, OCOP, đưa hàng về nông thôn,... Triển khai các hoạt động kết nối, khai thác, có giải pháp đảm bảo nguồn cung hàng hóa phục vụ nhân dân trên địa bàn.	Hàng năm	Hiệp hội ngành hàng	Sở Công Thương, Ủy ban nhân dân cấp xã

24	Chủ động tìm kiếm, hình thành các chuỗi liên kết, cung ứng sản phẩm từ sản xuất đến tiêu dùng nhằm ổn định nguồn hàng, hạ giá thành sản phẩm để khuyến khích tiêu dùng. Tăng cường đưa hàng Việt vào kinh doanh tại hệ thống để người tiêu dùng có nhiều cơ hội lựa chọn.	2025–2027	Hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh	Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Môi trường
25	Tổ chức các hoạt động bán hàng và các hoạt động kích cầu tiêu dùng trong nhân dân (thực hiện các chương trình khuyến mại, chiết khấu, giảm giá bán...), đổi mới phương thức bán hàng, áp dụng khoa học công nghệ mới, cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của người dân.	Thường xuyên	Doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh	Sở Công Thương, các Hiệp hội ngành hàng.