

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH GIA LAI**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

KẾ HOẠCH

**Thực hiện Chiến lược phát triển thương mại trong nước giai đoạn
đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 trên địa bàn tỉnh Gia Lai**
(Kèm theo Quyết định số /QĐ-UBND ngày tháng 01 năm 2026
của Chủ tịch UBND tỉnh)

Thực hiện Quyết định số 1163/QĐ-TTg ngày 13 tháng 7 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược “Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045” (Quyết định số 1163/QĐ-TTg); Văn bản số 6737/BCT-TTTN ngày 08 tháng 9 năm 2025 của Bộ Công Thương về việc tiếp tục phối hợp triển khai thực hiện Quyết định số 1163/QĐ-TTg ngày 13 tháng 7 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược “Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”. Ủy ban nhân dân tỉnh Gia Lai ban hành Kế hoạch thực hiện Chiến lược phát triển thương mại giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Phổ biến và triển khai cụ thể hóa việc thực hiện Quyết định số 1163/QĐ-TTg đảm bảo đầy đủ yêu cầu, quan điểm, mục tiêu, định hướng, nhiệm vụ, giải pháp phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ và phù hợp với điều kiện thực tế của tỉnh Gia Lai.

- Thúc đẩy hoạt động thương mại tăng trưởng, phát triển nhanh, bền vững; xây dựng thương hiệu hàng hóa của Việt Nam, thúc đẩy phát triển lực lượng nòng cốt là các doanh nghiệp phân phối có quy mô lớn, có hệ thống phân phối hiện đại với vai trò dẫn dắt thị trường để định hướng sản xuất và tiêu dùng, góp phần thúc đẩy phát triển thị trường nội thương, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về chất lượng, an toàn vệ sinh, môi trường đáp ứng yêu cầu về phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh.

2. Yêu cầu

- Phát triển đa dạng phương thức và hình thức tổ chức kinh doanh; tổ chức và thực hiện hiệu quả các hệ thống cung ứng, phân phối các nhóm hàng hóa chủ yếu trên thị trường; tiếp tục phát triển các doanh nghiệp Việt dẫn đầu trên địa bàn tỉnh, tạo sức lan tỏa đối với các doanh nghiệp khác; phát triển thương mại theo hướng đổi mới sáng tạo và số hóa, công nghệ hóa phương thức kinh doanh; tăng

cường kết nối, tham gia chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị, các hệ sinh thái thân thiện với môi trường.

- Phát triển thương mại đóng vai trò chủ đạo trong thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh, chú trọng phát triển thị trường nông thôn, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, vùng khó khăn, đặc biệt khó khăn, ban hành cơ chế thu hút các nguồn lực xã hội, hộ kinh doanh, các doanh nghiệp để đồng bộ chung tay từng bước xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ cho các hoạt động thương mại, tạo điều kiện cho các chủ thể kinh doanh thương mại liên kết tham gia trao đổi, mua bán trên thị trường, định hướng sản xuất và tiêu dùng bền vững.

- Phối hợp chặt chẽ, đồng bộ giữa các cơ quan, đơn vị, địa phương và doanh nghiệp trong quá trình tổ chức thực hiện; tăng cường công tác quản lý, giám sát việc tổ chức thực hiện các nội dung được giao.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu phát triển thương mại giai đoạn đến năm 2030

- Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng (chưa loại trừ yếu tố giá) đạt tốc độ tăng bình quân 11% - 12%/năm; đến năm 2030:

- + Tỷ trọng tổng mức bán lẻ hàng hóa của các khu vực kinh tế trong tỉnh chiếm khoảng 85%, của khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài trên địa bàn tỉnh chiếm khoảng 15%.

- + Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trao đổi qua các cơ sở bán lẻ hiện đại (như siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng hội viên dạng nhà kho) trong tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng chiếm khoảng 38% - 42% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng.

- Về thương mại điện tử: đến năm 2030, doanh thu trao đổi qua thương mại điện tử chiếm khoảng 30% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng của tỉnh. Phân đầu 70% số doanh nghiệp nhỏ và vừa trong lĩnh vực thương mại tham gia các sàn thương mại điện tử.

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

- Tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho mọi thành phần kinh tế tham gia thị trường và cạnh tranh lành mạnh, bảo đảm cho các hoạt động thương mại vận hành phù hợp với quy luật thị trường, điều kiện phát triển kinh tế trong nước và yêu cầu của hội nhập; hỗ trợ, hướng dẫn và phát triển hệ thống phân phối xanh và các mô hình phân phối xanh bền vững.

- Hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại phát triển đồng bộ, đa dạng, kết hợp hài hòa giữa thương mại truyền thống với thương mại hiện đại, phù hợp với trình

độ phát triển của thị trường trên từng địa bàn; hạ tầng thương mại khu vực phường, xã được hiện đại hóa, áp dụng công nghệ số hóa trong quản lý, khai thác, vận hành; hạ tầng thương mại thiết yếu khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới được phát triển đầy đủ, phục vụ hiệu quả cho hoạt động kinh doanh và nhu cầu sinh hoạt cho người dân.

2. Mục tiêu phát triển thương mại giai đoạn 2031-2045

- Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng (chưa loại trừ yếu tố giá) đạt tốc độ tăng bình quân 10,0% - 10,5%/năm; đến năm 2045:

- + Tỷ trọng tổng mức bán lẻ hàng hóa của các khu vực kinh tế trong tỉnh chiếm khoảng 75%, của khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài trên địa bàn tỉnh chiếm khoảng 25%.

- + Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trao đổi qua các cơ sở bán lẻ hiện đại (như siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng hội viên dạng nhà kho) chiếm khoảng 50% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng.

- Thương mại điện tử đóng vai trò chủ đạo trong giao dịch thương mại; đến năm 2045, doanh thu trao đổi qua thương mại điện tử chiếm khoảng trên 30% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trên địa bàn tỉnh; giai đoạn 2031 – 2045, phần đầu đạt trên 70% số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại tham gia các sàn thương mại điện tử.

- Hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại được hiện đại hóa, được dán nhãn công trình thương mại xanh, bảo đảm vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm, nguồn gốc xuất xứ hàng hóa, phòng chống cháy nổ...

- Đến năm 2045, phần đầu đạt 100% kết cấu hạ tầng thương mại khu vực đô thị vận hành dựa trên áp dụng công nghệ số hóa, hạ tầng thương mại khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo đảm bảo phát triển đầy đủ theo quy hoạch, tăng cường phát triển các loại hình hiện đại như cửa hàng tiện lợi, siêu thị chuyên doanh, trung tâm thương mại, siêu thị mini...

- Kết cấu hạ tầng thương mại nông thôn, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, vùng khó khăn, đảm bảo phát triển theo quy hoạch, tăng cường phát triển hệ thống bán lẻ hiện đại như: siêu thị, cửa hàng tiện lợi, siêu thị mini...

III. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP

1. Cụ thể hóa các quy định về thể chế, chính sách, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh và quản lý hoạt động thương mại theo cam kết quốc tế

- Rà soát, cụ thể hóa các quy định của Trung ương theo hướng tạo thuận lợi cho doanh nghiệp; bổ sung cơ sở pháp lý về phát triển hạ tầng thương mại phục vụ triển khai các chính sách liên quan.

- Hoàn thiện các quy định về quản lý hàng hóa lưu thông như nhãn mác, xuất xứ, quảng cáo, thông tin thị trường; đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, cắt giảm điều kiện kinh doanh và nâng cấp dịch vụ công trực tuyến cho các chủ thể tham gia thị trường.

- Áp dụng và triển khai hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn về phân phối xanh trong các loại hình chợ, siêu thị, trung tâm thương mại; đồng thời xây dựng chính sách khuyến khích tiêu thụ sản phẩm sinh thái, sản phẩm OCOP và hàng hóa thân thiện môi trường trong hệ thống phân phối.

- Tăng cường năng lực quản lý thị trường, đáp ứng yêu cầu phòng chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả trên địa bàn tỉnh.

2. Thúc đẩy tiêu dùng nội địa, phát triển doanh nghiệp phân phối, gắn với lưu thông với sản xuất và liên kết chuỗi cung ứng

- Thực hiện các đề án, chương trình của Chính phủ về tiêu thụ nông sản, phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, phát triển thương mại miền núi, vùng sâu vùng xa.

- Triển khai hiệu quả Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa; hỗ trợ doanh nghiệp tham gia chuỗi phân phối trong nước; ứng dụng công nghệ số (QR Code, Data Matrix, RFID) trong truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

- Đổi mới hoạt động xúc tiến thương mại, lồng ghép với các chương trình kích cầu tiêu dùng và kết nối cung cầu; hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, làng nghề, hợp tác xã xây dựng thương hiệu và quảng bá đặc sản địa phương.

- Tăng cường khảo sát, đánh giá và triển khai giải pháp phát triển phân phối xanh - tiêu dùng xanh; mở rộng sự hiện diện của sản phẩm thân thiện môi trường tại hệ thống, cơ sở phân phối hiện đại (trung tâm thương mại, siêu thị...) và cơ sở phân phối truyền thống (chợ, cửa hàng tạp hóa...).

3. Phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại

- Khảo sát, đánh giá hiện trạng và điều chỉnh quy hoạch hạ tầng thương mại gắn với quy hoạch chung của tỉnh; đề xuất giải pháp thu hút đầu tư giai đoạn đến định hướng 2045.

- Hoàn thiện, bổ sung các chính sách đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng thương mại; bố trí, phân bổ nguồn lực phát triển hạ tầng thương mại theo đúng quy định; sửa đổi, bổ sung chương trình, kế hoạch về phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, bảo đảm phù hợp với yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh theo từng giai đoạn; rà soát, bổ sung và hoàn thiện hệ thống tiêu chí, tiêu chuẩn, quy chuẩn đối với các loại hình hạ tầng thương mại đồng thời hướng dẫn các địa phương trong công tác quản lý để phù hợp với nhu cầu thực tiễn.

- Khuyến khích đẩy nhanh quá trình chuyển đổi mô hình quản lý chợ và xã hội hóa đầu tư xây dựng, khai thác chợ; tập trung cải tạo, nâng cấp các chợ đô thị

tại trung tâm xã, phường hiện có và nâng cao chất lượng dịch vụ theo hướng bảo đảm an toàn thực phẩm, văn minh thương mại; lồng ghép việc triển khai Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới để nâng cấp, cải tạo hạ tầng chợ nông thôn; ưu tiên bố trí, phân bổ vốn đầu tư công phát triển các chợ truyền thống mang tính văn hóa cần bảo tồn, các chợ miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng dân tộc.

- Xây dựng hoàn thành Dự án Trung tâm Hội chợ, triển lãm Quốc tế thuộc Khu đô thị - Thương mại Bắc sông Hà Thanh để đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá, giới thiệu sản phẩm của tỉnh với các đối tác trong và ngoài nước; xây dựng Trung tâm thương mại Pleiku trở thành trung tâm giao thương của các địa phương khu vực phía Tây của tỉnh.

- Huy động sự tham gia của các doanh nghiệp xây dựng hệ thống kho tổng hợp và chuyên dụng, kho lạnh (đặc biệt là kho dự trữ, bảo quản hàng nông sản và hàng tiêu dùng thiết yếu) phục vụ bình ổn thị trường và cân đối cung cầu trong các thời điểm bất ổn về giá.

- Triển khai các chính sách phát triển và quản lý các loại hình trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tiện lợi, máy bán hàng tự động...; xây dựng điểm bán sản phẩm OCOP, điểm bán hàng Việt và đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ xúc tiến thương mại cho các hoạt động này; quy hoạch phát triển hệ thống logistics tỉnh Gia Lai đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050 theo quy hoạch đã được phê duyệt; cung cấp thông tin dự án xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp tham gia đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh.

4. Phát triển thương mại điện tử, các loại hình thương mại dựa trên nền tảng số hóa

- Triển khai các chương trình chuyển đổi số quốc gia và kế hoạch phát triển thương mại điện tử; nâng cao hiệu quả quản lý, xử lý vi phạm và giải quyết tranh chấp trong môi trường thương mại điện tử.

- Ứng dụng hiệu quả mô hình quản lý các sàn giao dịch thương mại điện tử, các website bán hàng điện tử, các hoạt động giao dịch thương mại thông qua các trang diễn đàn, mạng xã hội (Facebook, Zalo,...); thí điểm và triển khai nền tảng mã địa chỉ bưu chính gắn với bản đồ số Vpostcode, các ứng dụng giao thông mới hỗ trợ vận chuyển, giao nhận hàng hóa trong thương mại điện tử và logistics.

- Triển khai các chương trình, đề án thương mại điện tử hóa nông thôn, đào tạo kỹ năng kinh doanh thương mại điện tử cho người dân nông thôn; hỗ trợ các khoản vay cho người dân nông thôn để thực hiện thương mại điện tử; phối hợp với các nền tảng thương mại điện tử để tạo các gian hàng và hỗ trợ người dân nông thôn đưa các sản phẩm lên sàn thương mại điện tử; xây dựng nền tảng trực tuyến cho hoạt động phân phối, tập trung phát triển thị trường trực tuyến cho các sản phẩm được dán nhãn sinh thái, thân thiện với môi trường.

- Phát triển thị trường thương mại điện tử lành mạnh, có tính cạnh tranh và phát triển bền vững. Mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa thông qua ứng dụng thương mại điện tử; khuyến khích ứng dụng và hỗ trợ quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp; đẩy mạnh giao dịch thương mại điện tử khu vực biên giới và xuyên biên giới.

5. Phát triển, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

- Tổ chức các chương trình đào tạo, tập huấn về phân tích thông tin thị trường, năng lực quản lý nhà nước; khuyến khích doanh nghiệp tham gia đào tạo kỹ năng chuyên môn và quản lý trong lĩnh vực phân phối – bán lẻ.

- Bồi dưỡng kiến thức quản trị kinh doanh, an toàn thực phẩm, văn minh thương mại cho cán bộ quản lý thương mại, ban quản lý chợ, hợp tác xã và hộ kinh doanh.

6. Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, cung cấp thông tin dự báo xu hướng thị trường nhằm hỗ trợ doanh nghiệp kịp thời ứng phó với những đột biến bất lợi của thị trường

- Tăng cường công tác thông tin tuyên truyền, phổ biến pháp luật về thương mại trong nước và đánh giá tác động của các quy định, cơ chế chính sách đã ban hành; đẩy mạnh công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức trong cộng đồng doanh nghiệp và xã hội về phân phối xanh, tiêu dùng xanh và phát triển bền vững.

- Tổ chức thu thập thông tin kịp thời về hoạt động thương mại, đánh giá và dự báo xu hướng thị trường các nhóm hàng, mặt hàng (dự báo cung cầu, giá cả, xu hướng thị trường...) cho doanh nghiệp, người sản xuất cũng như người tiêu dùng.

- Cập nhật thông tin về các cơ sở sản xuất sản phẩm thân thiện môi trường cung cấp thông tin cho các cơ sở phân phối lớn, hiện đại để kết nối cơ sở sản xuất tạo kênh phân phối hàng hóa đến người tiêu dùng một cách nhanh và hiệu quả nhất thông qua hoạt động truyền thông như báo nói, báo hình, báo điện tử... và thông qua các hội nghị, hội thảo, xây dựng cảm nang...

- Tuyên truyền, vận động, triển khai các hoạt động phân phối xanh, thân thiện với môi trường, tiêu dùng bền vững, nhằm mục tiêu dần hình thành ý thức bảo vệ môi trường, tiến tới xây dựng xã hội ít chất thải, các - bon thấp, thân thiện môi trường.

7. Thúc đẩy ứng dụng khoa học và công nghệ phát triển thương mại trong nước

- Khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh thương mại đổi mới công nghệ và áp dụng công nghệ khoa học vào sản xuất, nhằm tiết kiệm chi phí, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

- Hỗ trợ cho các doanh nghiệp phân phối, hộ kinh doanh đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, phần mềm quản lý trong hoạt động kinh doanh, đặc biệt là tiếp cận và áp dụng các phần mềm, ứng dụng trong phương thức kinh doanh thương mại

điện tử trên máy tính, điện thoại di động...; từng bước đẩy mạnh ứng dụng và chuyển giao công nghệ cao vào các hoạt động kinh doanh trên thị trường; liên kết và phát triển mô hình khoa học công tư, từng bước thực hiện xã hội hóa, thị trường hóa sản phẩm khoa học và công nghệ trong lĩnh vực thương mại.

- Ứng dụng khoa học và công nghệ và thông tin hiện đại thúc đẩy phân phối xanh bền vững, hỗ trợ phát triển hoạt động sản xuất và tiêu dùng bền vững theo hướng kinh tế tuần hoàn.

- Đầu tư nguồn lực để triển khai ứng dụng công nghệ cao vào các hoạt động kiểm tra, xử lý vi phạm về buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả, hàng nhái, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ trên thị trường.

- Thúc đẩy và phát triển thị trường khoa học và công nghệ; tăng cường vai trò của các tổ chức trung gian, sàn giao dịch công nghệ, hỗ trợ thương mại hóa các kết quả nghiên cứu.

8. Đổi mới, tăng cường công tác quản lý nhà nước, nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về hoạt động thương mại thị trường trong nước

- Nâng cao năng lực thực thi hiệu quả hệ thống pháp luật, các đề án, chiến lược của Trung ương và Tỉnh liên quan đến thương mại và thị trường trong nước; nâng cao năng lực quản lý nhà nước về phát triển hệ thống phân phối xanh và bền vững.

- Đẩy mạnh chuyển đổi số trong quản lý nhà nước, xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu thương mại kết nối liên thông; khuyến khích xã hội hóa cung ứng dịch vụ công.

- Theo dõi thị trường, giá cả nhằm kiểm soát sự bất ổn cung cầu bình ổn thị trường; thực hiện hiệu quả các giải pháp bảo đảm cân đối cung cầu, nhất là đối với các mặt hàng thiết yếu; triển khai tích cực Chương trình bình ổn thị trường, đặc biệt vào các dịp lễ, tết, thời gian tiêu dùng cao điểm.

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường nhằm ngăn chặn hàng lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, gian lận thương mại, đặc biệt là hàng hóa giả chứng nhận nhãn xanh ngay từ tuyến biên giới đường bộ và đường biển; tăng cường công tác kiểm tra, giám sát, bảo đảm các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường.

9. Nâng cao ý thức, đẩy mạnh công tác bảo vệ môi trường trong các hoạt động thương mại

- Thực hiện nghiêm chỉnh Luật Bảo vệ môi trường cũng như các quy định của Nhà nước về bảo vệ môi trường trong các hoạt động thương mại trên thị trường trong tỉnh; phòng ngừa, ngăn chặn và kết hợp xử lý các hoạt động thương mại gây ô nhiễm, cải thiện môi trường và bảo tồn thiên nhiên.

- Gắn phát triển hạ tầng thương mại với tiêu chuẩn môi trường trong xử lý chất thải; tăng cường giám sát và khuyến khích đổi mới công nghệ thân thiện môi trường.

- Tăng cường quản lý, giám sát, thanh tra, kiểm tra về môi trường; nâng cao năng lực quản lý môi trường cho doanh nghiệp và tổ chức; đẩy mạnh tuyên truyền nhằm hình thành thói quen tiêu dùng và sản xuất bền vững.

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

Nguồn kinh phí thực hiện Kế hoạch này được bố trí hàng năm từ nguồn ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách hiện hành và huy động từ nguồn xã hội hóa, nguồn hợp pháp khác theo quy định của pháp luật.

Hàng năm các sở, ban, ngành có liên quan, căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao trong Kế hoạch, dự toán kinh phí triển khai gửi Sở Tài chính tổng hợp, thẩm định và đề xuất đưa vào dự toán ngân sách để thực hiện...

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công Thương

- Chủ trì, công bố kế hoạch phát triển thương mại giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045; phối hợp với các sở, ban, ngành liên quan và UBND các xã, phường thực hiện các nhiệm vụ của Kế hoạch.

- Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các cơ quan liên quan tăng cường tuyên truyền Quyết định số 1163/QĐ-TTg, ngày 13/7/2021 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Chiến lược "Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045".

- Theo dõi, đôn đốc, kiểm tra, giám sát, sơ kết, đánh giá việc thực hiện các nội dung Kế hoạch định kỳ hàng năm và 05 năm tổng hợp định kỳ báo cáo UBND tỉnh; đề xuất, kiến nghị, trình UBND tỉnh quyết định những vấn đề phát sinh, vượt thẩm quyền, bổ sung, điều chỉnh Kế hoạch phù hợp với thực tiễn.

- Phối hợp với các sở, ngành liên quan hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và đổi mới sáng tạo để nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, nâng cao thương hiệu và khả năng cạnh tranh cho hàng hóa trên thị trường; hỗ trợ doanh nghiệp bán lẻ trong công tác tìm kiếm địa điểm đầu tư, nghiên cứu thông tin thị trường, hoạt động quảng bá thương hiệu, xúc tiến thương mại và kết nối cung - cầu... để gia tăng uy tín và thương hiệu của các doanh nghiệp nội địa.

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, phát hiện, xử lý nghiêm các hành vi kinh doanh hàng 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, đặc biệt là các hành vi nhái, giả nhãn mác sản phẩm hàng hóa và trục lợi, gian dối chất lượng đối với những sản phẩm đặc trưng của tỉnh.

2. Sở Tài chính

- Hằng năm, tại thời điểm xây dựng dự toán, trên cơ sở Kế hoạch đã được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt, khả năng cân đối ngân sách và dự toán được lập theo đúng quy định của đơn vị, địa phương, Sở Tài chính kiểm tra, tổng hợp, tham mưu cấp có thẩm quyền xem xét, bố trí kinh phí để triển khai các nhiệm vụ trong Kế hoạch theo đúng quy định của Luật Ngân sách nhà nước và phân cấp quản lý ngân sách hiện hành.

- Đẩy mạnh thu hút đầu tư vào hạ tầng thương mại điện tử, chuyển đổi số, dịch vụ logistics và thanh toán điện tử tại địa phương. Đồng thời rà soát, cập nhật cơ chế, chính sách mới thu hút nguồn lực cho đầu tư, phát triển hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh.

3. Sở Khoa học và Công nghệ

- Chủ trì, phối hợp với Sở Công Thương, các sở ban, ngành, cơ quan liên quan triển khai các giải pháp về khoa học và công nghệ nhằm nâng cao hàm lượng công nghệ cao trong các sản phẩm, dịch vụ và hoạt động lưu thông phân phối trên thị trường.

- Chủ trì, phối hợp với các sở, ban ngành, cơ quan liên quan xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ hoạt động khoa học và công nghệ, đổi mới sáng tạo, nâng cao hiệu suất và chất lượng dịch vụ lưu thông, phân phối trên thị trường nội địa.

- Chủ trì, đề xuất chính sách, quy định về giao dịch điện tử và quản lý các nền tảng số.

- Phối hợp với Sở Nông nghiệp và Môi trường, các sở, ngành liên quan hướng dẫn về truy xuất nguồn gốc sản phẩm, các quy chuẩn và tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm đối với nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý...

4. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Chủ trì, phối hợp với Sở Công Thương, các sở, ban ngành liên quan, UBND các xã, phường xây dựng, hoàn thiện các cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp kinh doanh nâng cao năng lực cạnh tranh, năng lực tham gia chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị hàng nông, lâm, thủy sản; đẩy mạnh liên kết chuỗi nông, lâm, thủy sản; tạo điều kiện thuận lợi cho các hộ, hợp tác xã, doanh nghiệp sản xuất các mặt hàng nông sản trong việc hình thành liên kết sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp nhất là sản phẩm OCOP được sản xuất trên địa bàn tỉnh.

- Phối hợp với các đơn vị liên quan đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá sản phẩm nông nghiệp, tạo điều kiện để các doanh nghiệp, hộ sản xuất kinh doanh sản phẩm nông nghiệp tham gia vào các chương trình xúc tiến thương mại chuyên ngành về sản phẩm OCOP và sản phẩm đặc trưng của tỉnh.

- Chủ trì, phối hợp với các sở, ban, ngành, UBND các xã, phường lập quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất, bố trí quỹ đất phù hợp với nhu cầu phát triển các loại

hình kết cấu hạ tầng thương mại và đảm bảo công tác bảo vệ môi trường tại các dự án đầu tư phát triển hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh.

5. Sở Xây dựng

Chủ trì, phối hợp với các sở, ban, ngành liên quan và UBND các xã, phường thực hiện tuyên truyền, phổ biến và hướng dẫn áp dụng các tiêu chuẩn xây dựng đối với công trình thương mại.

6. Sở Giáo dục và Đào tạo

Chỉ đạo các cơ sở hoạt động giáo dục nghề nghiệp xây dựng kế hoạch, chương trình phối hợp giữa nhà trường và doanh nghiệp trong đào tạo nghề gắn với việc làm, tăng cường trao đổi công nghệ giữa doanh nghiệp với các cơ sở đào tạo nhằm cập nhật thông tin, kiến thức mới cho các chương trình đào tạo nghề đối với lĩnh vực thương mại trong nước.

7. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Phối hợp với Sở Công Thương và các sở, ngành, địa phương liên quan triển khai các hoạt động gắn kết phát triển thương mại với phát triển văn hóa, du lịch; đẩy mạnh quảng bá hình ảnh, sản phẩm đặc trưng, hàng hóa OCOP và dịch vụ du lịch của tỉnh thông qua các sự kiện văn hóa, lễ hội, chương trình du lịch và các hoạt động xúc tiến thương mại – du lịch trong và ngoài tỉnh.

- Tăng cường tuyên truyền, quảng bá chương trình “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam”, đồng thời lồng ghép giới thiệu sản phẩm Việt Nam có thể mạnh trong các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch của tỉnh.

8. Các sở, ngành liên quan

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn được giao có trách nhiệm triển khai thực hiện các nhiệm vụ của đề án, chương trình trong Quyết định này.

9. UBND các xã, phường

- Xây dựng và tổ chức thực hiện Kế hoạch phù hợp với quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương; bố trí ngân sách, nhân lực để thực hiện kế hoạch trong phạm vi quản lý; phân bổ và sử dụng vốn hỗ trợ đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại từ ngân sách nhà nước, bảo đảm đúng mục đích và có hiệu quả; theo dõi, kiểm tra, giám sát và báo cáo việc thực hiện Kế hoạch theo quy định.

- Bố trí quỹ đất hợp lý để xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại phù hợp với điều kiện của địa phương và trình độ phát triển của từng giai đoạn.

- Khảo sát, lựa chọn các công trình đầu tư phát triển hạ tầng thương mại đưa vào kế hoạch đầu tư cho từng giai đoạn nhằm từng bước phát triển kết cấu hạ tầng thương mại mang tính bền vững, lâu dài.

Trên đây là Kế hoạch thực hiện Chiến lược Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 (*Có Phụ lục phân công nhiệm vụ cụ thể kèm theo*). UBND tỉnh yêu cầu các sở, ngành; UBND các xã, phường và các cơ quan có liên quan phối hợp tổ chức triển khai thực hiện, định kỳ hàng năm báo cáo kết quả thực hiện gửi về Sở Công Thương trước ngày 30 tháng 11 để tổng hợp báo cáo UBND tỉnh./.