

Số: /KH-UBND

Thạch Khôi, ngày tháng 7 năm 2026

KẾ HOẠCH
Xúc tiến thương mại trên địa bàn phường Thạch Khôi
giai đoạn 2026 - 2030

Căn cứ Quyết định số 3733/QĐ-BCT ngày 24/12/2025 của Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Kế hoạch hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2026 - 2030; thực hiện Kế hoạch số 269/KH-UBND ngày 17/7/2026 của UBND thành phố Hải Phòng về xúc tiến thương mại trên địa bàn thành phố Hải Phòng giai đoạn 2026 - 2030, UBND phường Thạch Khôi ban hành Kế hoạch thực hiện như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Tổ chức đồng bộ, thiết thực các hoạt động xúc tiến thương mại phù hợp với điều kiện của phường; hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ sản xuất, kinh doanh mở rộng thị trường, phát triển thương hiệu, kết nối hệ thống phân phối và nâng cao giá trị sản phẩm.

- Tập trung quảng bá sản phẩm nông nghiệp, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn, sản phẩm đặc trưng, làng nghề và sản phẩm có tiềm năng của Thạch Khôi; gắn xúc tiến thương mại với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, du lịch trải nghiệm, văn hóa địa phương và phát triển kinh tế số.

- Tạo kênh thông tin hai chiều giữa cơ sở sản xuất, kinh doanh với cơ quan quản lý, nhà phân phối và người tiêu dùng; tận dụng tối đa chương trình xúc tiến của Bộ Công Thương, thành phố và các tổ chức hợp pháp, giảm chi phí tổ chức riêng lẻ ở cấp phường.

2. Yêu cầu

- Kết hợp trực tiếp với trực tuyến; lồng ghép xúc tiến thương mại với xúc tiến đầu tư, du lịch, chuyển đổi số, xây dựng thương hiệu, truy xuất nguồn gốc và nâng cao chất lượng sản phẩm.

II. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Nâng cao năng lực xúc tiến thương mại của phường và các chủ thể sản xuất, kinh doanh; xây dựng hình ảnh sản phẩm Thạch Khôi có chất lượng, an toàn, minh bạch nguồn gốc; củng cố thị trường trong nước, từng bước hỗ trợ chủ thể có đủ năng lực tiếp cận chuỗi cung ứng, thương mại điện tử và thị trường xuất khẩu thông qua chương trình của thành phố.

2. Mục tiêu đến năm 2030

- Các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất có sản phẩm OCOP hoặc sản phẩm đặc trưng đủ điều kiện và có nhu cầu được cập nhật vào cơ sở dữ liệu xúc tiến thương mại của phường; dữ liệu được rà soát ít nhất 01 lần/năm.

- Hằng năm tổ chức hoặc lồng ghép tối thiểu 02 hoạt động thông tin, quảng bá, kết nối cung cầu; lựa chọn, giới thiệu tối thiểu 05 lượt chủ thể tham gia hội chợ, triển lãm, tuần hàng, hội nghị kết nối hoặc chương trình xúc tiến của thành phố và đơn vị liên quan.

- Giai đoạn 2026 - 2030, hỗ trợ tối thiểu 50 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất, kinh doanh tham gia tập huấn/tư vấn về xúc tiến thương mại, thương hiệu, bao bì, nhãn hàng hóa, truy xuất nguồn gốc, kỹ năng số và thương mại điện tử.

- 100% sản phẩm được phường giới thiệu tham gia chương trình xúc tiến phải có hồ sơ pháp lý, chất lượng, nhãn hàng hóa, nguồn gốc và khả năng cung ứng cơ bản đáp ứng yêu cầu của chương trình;

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Xây dựng cơ sở dữ liệu

Cập nhật hình ảnh, video, câu chuyện sản phẩm, thông số, chứng nhận, đầu mối liên hệ và dữ liệu kết quả xúc tiến; khai thác phục vụ giới thiệu sản phẩm, kết nối cung cầu và báo cáo thành phố, bảo đảm quy định về cung cấp, sử dụng thông tin.

2. Thông tin, truyền thông và quảng bá

- Xây dựng chuyên mục, nội dung trên Cổng thông tin điện tử và kênh truyền thông hợp pháp của phường; giới thiệu sản phẩm tiêu biểu, địa chỉ mua hàng, câu chuyện làng nghề, vùng sản xuất và lịch sự kiện xúc tiến.

- Tuyên truyền Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; lồng ghép giới thiệu sản phẩm trong hội nghị, ngày hội, sự kiện văn hóa và hoạt động cộng đồng; phối hợp truyền thông món ngon, sản phẩm và điểm trải nghiệm phù hợp trên địa bàn.

3. Đào tạo, tư vấn nâng cao năng lực

- Phối hợp tổ chức hoặc cử chủ thể tham gia tập huấn về nghiên cứu thị trường, xây dựng thương hiệu, bao bì, nhãn, sở hữu trí tuệ, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn chất lượng, kỹ năng bán hàng, đàm phán và quản trị đơn hàng.

- Hướng dẫn tạo gian hàng số, nội dung số, mã QR, thanh toán không dùng tiền mặt, bán hàng đa kênh, livestream đúng pháp luật; phổ biến an toàn thông tin, nghĩa vụ thuế, bảo vệ người tiêu dùng và quy định thương mại điện tử.

4. Kết nối cung cầu và phát triển kênh phân phối

- Tổ chức, lồng ghép hội nghị gặp gỡ giữa cơ sở sản xuất với chợ, cửa hàng, siêu thị, nhà hàng, trường học, bếp ăn tập thể và doanh nghiệp; cung cấp trước hồ sơ sản phẩm, giá, năng lực cung ứng để nâng cao khả năng giao dịch.

- Hỗ trợ đăng ký tham gia hội chợ, triển lãm, tuần hàng, điểm bán hàng Việt, gian hàng OCOP và chương trình kết nối cung cầu trong, ngoài thành phố; ưu tiên gian hàng chung để giảm chi phí và tạo nhận diện địa phương.

5. Thương mại điện tử và xúc tiến trên nền tảng số

- Hỗ trợ chủ thể đủ điều kiện đăng tải, quảng bá và tiêu thụ sản phẩm trên sàn thương mại điện tử, nền tảng số và hệ thống của thành phố; chuẩn hóa ảnh, mô tả, thông tin chất lượng, vận chuyển, đổi trả và chăm sóc khách hàng.

- Khuyến khích sử dụng dữ liệu thị trường, công cụ phân tích, bản đồ số điểm bán; kết hợp hoạt động trực tiếp và trực tuyến, giảm chi phí nhưng vẫn bảo đảm kiểm chứng thông tin và chất lượng sản phẩm.

6. Hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm

- Kết nối hướng dẫn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, nhãn hiệu tập thể/chứng nhận, chỉ dẫn địa lý; cải tiến mẫu mã, bao bì, tiêu chuẩn, mã số mã vạch và truy xuất nguồn gốc theo chương trình hỗ trợ của cơ quan chuyên môn.

- Hỗ trợ chủ thể xây dựng quy trình kiểm soát chất lượng, hồ sơ giới thiệu và phương án cung ứng; không dùng kinh phí xúc tiến để bù lỗ sản xuất, trả nợ, mua tài sản không phục vụ trực tiếp nội dung được phê duyệt.

7. Lồng ghép xúc tiến thương mại với đầu tư, du lịch và phát triển địa phương

- Cung cấp thông tin về vùng sản xuất, cụm công nghiệp, cơ sở tiêu biểu và nhu cầu liên kết; phối hợp đưa điểm sản xuất đủ điều kiện vào hoạt động tham quan, trải nghiệm; kết hợp trưng bày sản phẩm với sự kiện văn hóa, du lịch.

- Vận động doanh nghiệp phân phối, logistics, ngân hàng, đơn vị công nghệ và tổ chức xúc tiến hỗ trợ kỹ thuật, kênh bán, thanh toán, vận chuyển và truyền thông trên nguyên tắc tự nguyện, minh bạch, đúng pháp luật.

8. Đổi mới quản lý, kiểm tra và đánh giá hiệu quả

- Hằng năm xây dựng danh mục hoạt động căn cứ nhu cầu thực tế, nguồn lực và lịch chương trình của thành phố; công khai tiêu chí, nội dung, quyền lợi, nghĩa vụ và mức hỗ trợ (nếu có).

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

Kinh phí thực hiện từ ngân sách nhà nước theo phân cấp và khả năng cân đối; lồng ghép các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, thành phố, chương trình OCOP, khoa học công nghệ, chuyển đổi số, phát triển doanh nghiệp và các nhiệm vụ liên quan; đóng góp tự nguyện, tài trợ, xã hội hóa và nguồn hợp pháp khác. Việc lập dự toán, lựa chọn đơn vị, thực hiện, nghiệm thu, thanh quyết toán và công khai kinh phí đúng quy định. Chủ thể tham gia thực hiện phân đối ứng theo yêu cầu từng chương trình; không huy động bắt buộc, không thu ngoài quy định.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Phòng Kinh tế

Là cơ quan đầu mối; khảo sát nhu cầu, quản lý dữ liệu, xây dựng kế hoạch hằng năm; chủ trì kết nối cung cầu, hội chợ, thương mại điện tử, theo dõi hiệu quả và tổng hợp báo cáo. Chủ động liên hệ Sở Công Thương, đơn vị xúc tiến của thành phố để đăng ký chương trình phù hợp.

2. Phòng Xây dựng, Nông nghiệp và Môi trường

Rà soát sản phẩm nông nghiệp, OCOP, làng nghề, chủ thể sản xuất; hướng dẫn chất lượng, an toàn thực phẩm, môi trường, truy xuất nguồn gốc và hồ sơ sản phẩm; phối hợp xây dựng dữ liệu truyền thông, kết nối tiêu thụ, điểm trải nghiệm và lồng ghép chương trình OCOP.

3. Văn phòng HĐND&UBND phường, Trung tâm phục vụ hành chính công phường

Phối hợp công khai Kế hoạch, lịch đăng ký và kết quả; hướng dẫn thủ tục hành chính, tiếp nhận kiến nghị; phối hợp xây dựng chuyên mục, đăng tải thông tin trên Cổng thông tin điện tử phường.

4. Phòng Văn hóa – xã hội và Trung tâm dịch vụ sự nghiệp công

Chủ trì truyền thông, quảng bá hình ảnh địa phương, sản phẩm, món ngon và hoạt động xúc tiến; lồng ghép với sự kiện văn hóa, du lịch, Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; bảo đảm nội dung chính xác, đúng quy định quảng cáo và quyền sử dụng hình ảnh.

5. Công an phường

Phối hợp bảo đảm an ninh, trật tự, an toàn giao thông, phòng cháy, chữa cháy tại sự kiện; tuyên truyền, phát hiện và xử lý hành vi lợi dụng xúc tiến thương mại, thương mại điện tử để lừa đảo, kinh doanh hàng giả, hàng cấm theo thẩm quyền.

6. Ban quản lý chợ, các tổ dân phố

Tuyên truyền, giới thiệu chủ thể có nhu cầu; phối hợp tổ chức hoạt động, kết nối điểm bán và giám sát việc thực hiện; phản ánh kịp thời khó khăn, nhu cầu thị trường và dấu hiệu vi phạm.

7. Doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và cơ sở sản xuất

Chịu trách nhiệm về tính pháp lý, chất lượng, nguồn gốc, thông tin, giá và khả năng cung ứng; thực hiện cam kết tham gia, đối ứng và báo cáo kết quả; chủ động duy trì đối tác, điểm bán và nâng cao chất lượng sau hỗ trợ.

9. Chế độ xây dựng kế hoạch và báo cáo

Trước ngày 15/10 hằng năm, các cơ quan, đơn vị và chủ thể gửi đề xuất hoạt động năm sau về Phòng Kinh tế. Phòng Kinh tế tổng hợp, thẩm định nhu cầu, tham mưu UBND phường phê duyệt danh mục phù hợp dự toán. Các đơn vị gửi báo cáo kết quả trước ngày 25/11; trường hợp phát sinh khó khăn phải báo cáo bằng văn bản, nêu rõ nguyên nhân và đề xuất giải pháp.

Trên đây là kế hoạch xúc tiến thương mại trên địa bàn phường Thạch Khê. Yêu cầu các cơ quan, đơn vị, các tổ dân phố nghiêm túc triển khai thực hiện.

Trong quá trình thực hiện nếu có khó khăn, vướng mắc, kịp thời phản ánh về UBND phường qua Phòng Kinh tế để tổng hợp, tham mưu UBND phường xem xét, chỉ đạo./.

Nơi nhận:

- Sở Công Thương;
- Thường trực Đảng ủy;
- Thường trực HĐND phường;
- Chủ tịch, các PCT UBND phường;
- Các phòng chuyên môn;
- Các tổ dân phố, ban quản lý chợ;
- Lưu: VT, KT.

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

Nguyễn Tùng Lâm