

KẾ HOẠCH

Xúc tiến thương mại tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2026 - 2030

Căn cứ Nghị định số 28/2018/NĐ-CP ngày 01/3/2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương (được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 14/2024/NĐ-CP ngày 07/02/2024 của Chính phủ);

Căn cứ Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia (được sửa đổi, bổ sung bởi Quyết định số 12/2019/QĐ-TTg ngày 26/02/2019 của Thủ tướng Chính phủ);

Căn cứ Thông tư số 11/2019/TT-BCT ngày 30/7/2019 của Bộ Công Thương về việc hướng dẫn thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại phát triển ngoại thương thuộc chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại (được sửa đổi, bổ sung bởi Thông tư số 40/2020/TT-BCT ngày 30/11/2020 của Bộ Công Thương);

Căn cứ Thông tư số 45/2025/TT-BTC ngày 18/6/2025 của Bộ Tài chính về việc hướng dẫn việc lập dự toán, phân bổ, sử dụng và thanh quyết toán kinh phí ngân sách nhà nước hỗ trợ Chương trình cấp quốc gia về Xúc tiến thương mại và Chương trình cấp quốc gia về xây dựng, phát triển thương hiệu;

Căn cứ Nghị quyết số 22/2025/NQ-HĐND ngày 09/12/2025 của Hội đồng nhân dân tỉnh Đồng Tháp về việc quy định nội dung và mức hỗ trợ kinh phí thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Đồng Tháp;

Căn cứ Quyết định số 3733/QĐ-BCT ngày 24/12/2025 của Bộ Công Thương ban hành Kế hoạch hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2026 - 2030;

Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Tháp ban hành Kế hoạch Xúc tiến thương mại tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2026 – 2030, với nội dung như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Định hướng và duy trì các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm đối tác, mở rộng cơ hội mua bán hàng hóa và dịch vụ.

- Đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng cao; khuyến khích phát triển các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh, tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn

cầu và tạo dựng thị phần xuất khẩu ổn định.

- Kết nối chặt chẽ sản xuất với tiêu thụ, nâng cao chuỗi giá trị sản phẩm; tăng cường liên kết vùng, mở rộng mạng lưới phân phối để ổn định thị trường và kích cầu tiêu dùng nội địa.

- Bảo đảm tính linh hoạt, khả năng thích ứng với biến động thị trường; duy trì ổn định sản xuất, kinh doanh, phát triển thị trường trong nước và xuất khẩu bền vững, góp phần thực hiện các mục tiêu kinh tế – xã hội của Tỉnh.

- Làm cơ sở để xây dựng Kế hoạch xúc tiến thương mại hàng năm.

2. Yêu cầu

- Hoạt động xúc tiến thương mại phải phù hợp với định hướng phát triển kinh tế – xã hội tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2026–2030; khai thác tối đa tiềm năng, lợi thế địa phương và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp; đồng thời, tăng cường quảng bá, kết nối mở rộng thị trường trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng.

- Gắn kết chặt chẽ xúc tiến thương mại với xúc tiến đầu tư và xúc tiến du lịch; hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu và sản phẩm của các làng nghề, góp phần quảng bá hình ảnh Đồng Tháp.

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số trong hoạt động xúc tiến thương mại; tổ chức thực hiện các chương trình xúc tiến theo hướng an toàn, thiết thực, tiết kiệm và hiệu quả.

II. CHỈ TIÊU

1. Hàng năm, tham gia bình quân 20 hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước trong đó có sự kiện hội chợ, triển lãm trực tuyến, sự kiện chuyển đổi số.

2. Hàng năm, hỗ trợ bình quân 40 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, kinh doanh tham gia các chương trình xúc tiến thương mại (*tính theo lượt tham gia; mỗi đơn vị tham gia một sự kiện xúc tiến được tính là một lượt*).

3. Tập huấn kỹ năng ứng dụng số cho ít nhất 500 lượt cán bộ, doanh nghiệp.

4. Duy trì 100% sản phẩm OCOP của Tỉnh kinh doanh trên môi trường trực tuyến có phát sinh giao dịch.

5. Doanh số bán lẻ thương mại điện tử tăng từ 20 - 30%/năm, chiếm 20% so với tổng mức bán lẻ hàng hóa.

6. Đăng ký Trung ương hỗ trợ ít nhất 02 Đề án thuộc Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại.

7. Tăng trưởng xuất khẩu duy trì ở mức bình quân 10%/năm trong cả giai

đoạn 2026 – 2030. Kim ngạch xuất khẩu năm 2030 đạt 14,8 tỷ USD, trong đó tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến, chế tạo đạt 90%.

III. NỘI DUNG THỰC HIỆN

1. Xúc tiến thương mại phát triển ngoại thương (thị trường xuất khẩu)

a) Tổ chức, tham gia hội chợ, triển lãm thương mại ở nước ngoài và ngoài tỉnh

Hàng năm, hỗ trợ doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh (thuộc mọi thành phần kinh tế) tham gia các hội chợ, triển lãm có quy mô lớn tại thị trường nước ngoài và các tỉnh, thành phố trọng điểm trong nước. Thông qua các sự kiện này, doanh nghiệp quảng bá sản phẩm đặc trưng, chủ lực của Đồng Tháp, tìm kiếm đối tác và mở rộng thị trường tiêu thụ.

b) Tổ chức đoàn doanh nghiệp khảo sát thị trường nước ngoài

Hàng năm, tổ chức các đoàn doanh nghiệp của Tỉnh ra nước ngoài khảo sát thị trường, tiếp xúc các tổ chức, doanh nghiệp nước ngoài để tìm kiếm cơ hội giao thương, ký kết hợp đồng xuất khẩu. Chú trọng mở rộng tiêu thụ các sản phẩm đặc trưng, có thế mạnh của Tỉnh (lúa gạo, rau củ quả, trái cây tươi, sản phẩm chế biến từ thủy sản, các sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu,...), đồng thời, khuyến khích doanh nghiệp nghiên cứu sản phẩm mới, sản phẩm có hàm lượng chế biến cao, chế biến sâu, tận dụng tốt cơ hội kết nối thị trường mà các chương trình xúc tiến thương mại mang lại.

c) Đón các đoàn doanh nghiệp nước ngoài vào Đồng Tháp giao dịch

Phối hợp mời và tổ chức tiếp các đoàn doanh nghiệp, nhà nhập khẩu nước ngoài đến Đồng Tháp để kết nối giao thương với doanh nghiệp trong tỉnh. Tạo điều kiện để giới thiệu tiềm năng, thế mạnh và các chính sách ưu đãi của Tỉnh; đồng thời, trao đổi cơ hội hợp tác đầu tư, phát triển dịch vụ logistics, tìm kiếm đối tác kinh doanh, mở rộng thị trường tiêu thụ và xuất khẩu cho sản phẩm của Tỉnh.

d) Tổ chức hoặc tham gia hội nghị, hội thảo, diễn đàn chuyên đề về xuất khẩu

Tham gia hoặc đồng tổ chức các hội nghị, tọa đàm, diễn đàn xúc tiến xuất khẩu theo ngành hàng (nông sản, thủy sản, thủ công mỹ nghệ...), các hội nghị kết nối cung cầu hàng hóa phục vụ xuất khẩu; hội thảo về phát triển dịch vụ logistics và thương mại điện tử hỗ trợ xuất khẩu. Các sự kiện này tập trung vào những thị trường truyền thống (Mỹ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, ASEAN) cũng như thị trường tiềm năng mới (Anh, Úc, Ấn Độ, Trung Đông,...), giúp doanh nghiệp nắm bắt xu hướng và yêu cầu mới để định hướng sản xuất, kinh doanh.

đ) Thuê tư vấn, chuyên gia hỗ trợ phát triển sản phẩm phục vụ xuất khẩu

Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao kỹ năng nghiên cứu thị trường và năng lực thiết kế, phát triển sản phẩm phù hợp thị hiếu từng thị trường xuất khẩu. Thuê

chuyên gia tư vấn cho doanh nghiệp về chiến lược, kế hoạch phát triển sản phẩm xuất khẩu; hỗ trợ doanh nghiệp thực hành thiết kế, cải tiến sản phẩm (bao bì, mẫu mã, tiêu chuẩn kỹ thuật...) nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường trong nước và quốc tế thời hội nhập.

e) Đào tạo, tập huấn ngắn hạn nâng cao năng lực xúc tiến xuất khẩu

Hợp tác với các trường, viện nghiên cứu, trung tâm đào tạo uy tín trong và ngoài nước để mở các khóa đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn cho cán bộ cơ quan quản lý nhà nước và cán bộ phụ trách xúc tiến thương mại tại các doanh nghiệp, hợp tác xã. Nội dung đào tạo tập trung vào nghiệp vụ xúc tiến thương mại trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt chú trọng kỹ năng thương mại điện tử và marketing số.

g) Tuyên truyền, quảng bá cho xuất khẩu

Thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại trên môi trường điện tử; xây dựng các chương trình tuyên truyền, quảng bá chuyên đề về sản phẩm đặc trưng, thế mạnh của Tỉnh trên các phương tiện thông tin đại chúng (Báo và phát thanh, truyền hình Đồng Tháp, Cổng thông tin điện tử tỉnh, website Sở Công Thương, ...).

h) Các hoạt động xúc tiến thương mại khác về ngoại thương

Tham gia và triển khai đầy đủ các nội dung, chương trình xúc tiến thương mại về ngoại thương do Bộ Công Thương và Ủy ban nhân dân tỉnh chỉ đạo trong giai đoạn 2026 – 2030 (các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, hội nghị quốc tế, sự kiện đối ngoại có lồng ghép xúc tiến thương mại,...).

2. Xúc tiến thương mại phát triển thị trường nội địa

a) Tổ chức hội chợ, triển lãm trên địa bàn tỉnh

Định kỳ tổ chức các hội chợ, triển lãm thương mại tại Đồng Tháp, ưu tiên các hội chợ chuyên đề về sản phẩm OCOP và đặc sản Đồng Tháp, hội chợ nông sản Đồng Tháp. Nâng cao chất lượng và hiệu quả tổ chức các hội chợ triển lãm thường niên; hỗ trợ các doanh nghiệp địa phương tham gia trưng bày, quảng bá sản phẩm tại các sự kiện này.

b) Tham gia hội chợ, triển lãm trong nước

Tổ chức các khu gian hàng chung của Tỉnh tại những hội chợ, triển lãm lớn trong nước. Trưng bày, giới thiệu các sản phẩm đặc trưng, sản phẩm OCOP, sản phẩm khởi nghiệp, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, các ấn phẩm quảng bá du lịch và xúc tiến đầu tư... nhằm quảng bá hình ảnh địa phương và tìm kiếm cơ hội kết nối tiêu thụ sản phẩm.

c) Tổ chức đoàn giao thương trong nước

Phối hợp lồng ghép xúc tiến thương mại với xúc tiến đầu tư và du lịch, hàng năm tổ chức đoàn doanh nghiệp của Tỉnh đi khảo sát thị trường, gặp gỡ giao thương tại các tỉnh, thành phố lớn trong nước. Tập trung xúc tiến tiêu thụ các sản phẩm đặc trưng, chủ lực, sản phẩm OCOP và sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của Tỉnh thông qua hệ thống phân phối, chợ đầu mối, siêu thị, trung tâm triển lãm... tại các địa phương này.

d) Hỗ trợ xúc tiến thương mại tại thị trường trong tỉnh

Hỗ trợ kinh phí tổ chức các sự kiện kích cầu tiêu dùng nội địa trên địa bàn tỉnh, như: Tháng khuyến mại tập trung, Tuần hàng Việt Nam, chương trình giới thiệu sản phẩm mới, phiên chợ hàng Việt... Qua đó, thúc đẩy phong trào Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam, mở rộng kênh tiêu thụ cho sản phẩm doanh nghiệp tỉnh.

đ) Hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu

Hướng dẫn và hỗ trợ doanh nghiệp thiết kế nhãn hiệu, bao bì sản phẩm; đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp, mã số mã vạch, chỉ dẫn địa lý; xây dựng bộ nhận diện thương hiệu cho sản phẩm chủ lực. Hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá thương hiệu trên các phương tiện truyền thông; đồng thời, hỗ trợ doanh nghiệp đưa sản phẩm lên các sàn giao dịch thương mại điện tử có uy tín, mở rộng kênh phân phối hiện đại.

e) Phát triển các điểm trưng bày, giới thiệu sản phẩm

Hỗ trợ xây dựng các điểm trưng bày, giới thiệu sản phẩm đặc trưng, chủ lực, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của Tỉnh tại các khu di tích, danh lam thắng cảnh, khu du lịch trên địa bàn tỉnh và tại một số tỉnh, thành phố lớn trong cả nước. Các điểm trưng bày này vừa phục vụ quảng bá, bán sản phẩm tại chỗ cho khách tham quan, vừa đóng vai trò là “cửa hàng giới thiệu sản phẩm Đồng Tháp” ở các thị trường ngoài tỉnh.

g) Đưa hàng Việt về nông thôn, miền núi, khu công nghiệp

Tiếp tục tổ chức các phiên chợ đưa hàng Việt về nông thôn, vùng sâu vùng xa, khu vực biên giới; các phiên chợ hàng Việt tại khu công nghiệp, khu đô thị... tạo điều kiện để người dân vùng xa tiếp cận hàng Việt Nam chất lượng cao, đồng thời, giúp doanh nghiệp mở rộng hệ thống phân phối về cơ sở.

h) Điều tra, khảo sát và nghiên cứu thị trường nội địa

Định kỳ tổ chức hoặc hỗ trợ thực hiện các đề án điều tra, khảo sát thị trường trong nước; biên soạn các ấn phẩm thông tin thị trường (sổ tay, cẩm nang tiêu dùng, báo cáo xu hướng thị trường...) để phổ biến kết quả khảo sát và hướng dẫn doanh nghiệp nắm bắt thị hiếu, thói quen mua sắm của người tiêu dùng nội địa tại các vùng miền khác nhau.

i) Xây dựng cơ sở dữ liệu và liên kết hạ tầng thương mại

Xây dựng cơ sở dữ liệu về cung – cầu đối với các mặt hàng trọng yếu, thiết lập hệ thống thông tin thị trường và mạng lưới phân phối. Khuyến khích doanh nghiệp đổi mới phương thức phân phối, tăng cường ứng dụng công nghệ, đặc biệt chú trọng liên kết, hợp tác với các sàn thương mại điện tử của các địa phương khác để mở rộng kênh phân phối hàng hóa. Đồng thời, bảo đảm kết nối, chia sẻ dữ liệu với Sàn thương mại điện tử tỉnh Đồng Tháp nhằm thống nhất thông tin sản phẩm và hỗ trợ lẫn nhau trong xúc tiến tiêu thụ.

k) Tuyên truyền nâng cao nhận thức người tiêu dùng

Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa, dịch vụ Việt Nam. Thực hiện thường xuyên các chương trình truyền thông trên báo in, báo điện tử, phát thanh, truyền hình và các hình thức trực tuyến khác để quảng bá sản phẩm đặc sản Đồng Tháp, vận động người tiêu dùng ủng hộ hàng Việt, ưu tiên sử dụng các đặc sản, dịch vụ du lịch địa phương.

l) Đào tạo, tập huấn về xúc tiến thương mại

Phối hợp với các trường, viện nghiên cứu, các đơn vị chuyên ngành mở các khóa đào tạo ngắn hạn, chuyên sâu về nghiệp vụ xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp trên địa bàn. Nội dung tập huấn bao gồm các kỹ năng: nghiên cứu thị trường nội địa, phát triển kênh phân phối, xây dựng nội dung marketing, kỹ năng đàm phán, kỹ năng tham gia sàn thương mại điện tử,... Qua đào tạo giúp các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất nâng cao năng lực xúc tiến, tiếp cận hiệu quả hơn với người tiêu dùng và đối tác trong nước.

m) Các hoạt động khác phát triển thị trường nội địa

Thực hiện các chương trình, hoạt động xúc tiến thương mại trong nước khác do Ủy ban nhân dân tỉnh quyết định trong từng năm.

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

Kinh phí thực hiện Kế hoạch xúc tiến thương mại giai đoạn 2026 - 2030 được huy động từ các nguồn: ngân sách nhà nước (ngân sách tỉnh và hỗ trợ từ ngân sách Trung ương) theo phân cấp hiện hành; nguồn tài trợ, viện trợ, hợp tác quốc tế của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước; nguồn vốn tự có và vốn huy động của các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân tham gia các chương trình xúc tiến thương mại; kinh phí lồng ghép với kinh phí thực hiện chương trình, kế hoạch khác có liên quan và các nguồn vốn hợp pháp khác.

(Chi tiết tại Phụ lục 2 kèm theo).

V. PHÂN CÔNG THỰC HIỆN

(Chi tiết tại Phụ lục 1 kèm theo)

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công Thương

- Chủ trì phối hợp với các cơ quan, đơn vị có liên quan và Ủy ban nhân dân các xã, phường tổ chức triển khai hiệu quả các nội dung của Kế hoạch này.

- Tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh; phối hợp với các sở, ngành có liên quan xây dựng và trình Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh hàng năm; đồng thời, rà soát, đề xuất hoàn thiện các cơ chế, chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại phù hợp thực tiễn.

- Đầu mối theo dõi, đánh giá việc thực hiện các chỉ tiêu của Kế hoạch; hướng dẫn các đơn vị liên quan thực hiện chế độ báo cáo định kỳ (06 tháng, năm); tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh kết quả thực hiện. Tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh tổ chức sơ kết giữa kỳ vào năm 2028 và tổng kết đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch vào năm 2030 (đánh giá mức độ hoàn thành chỉ tiêu đề ra, những thuận lợi, khó khăn, đề xuất điều chỉnh nếu có và định hướng kế hoạch giai đoạn tiếp theo).

2. Sở Tài chính

- Hàng năm, căn cứ khả năng ngân sách, thẩm định dự toán, tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh bố trí kinh phí thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại của Tỉnh.

- Trên cơ sở dự toán kinh phí chi tiết thực hiện Kế hoạch của Sở Công Thương lập và tổng hợp, Sở Tài chính thẩm định, tham mưu cơ quan có thẩm quyền xem xét, phê duyệt để thực hiện Kế hoạch này theo quy định.

- Chủ động phối hợp lồng ghép hoạt động xúc tiến đầu tư với xúc tiến thương mại. Phối hợp chặt chẽ với Sở Công Thương trong việc tổ chức các sự kiện có tính chất chung (đầu tư – thương mại – du lịch) để tận dụng tối đa nguồn lực và nâng cao hiệu quả xúc tiến tổng thể của Tỉnh.

3. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Phối hợp triển khai các giải pháp phát triển vùng nguyên liệu nông sản ổn định phục vụ tiêu thụ trong nước và xuất khẩu; hướng dẫn nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp áp dụng quy trình sản xuất đạt các tiêu chuẩn chất lượng, an toàn (VietGAP, GlobalGAP, hữu cơ...) nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường.

- Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và vận hành hệ thống truy xuất nguồn gốc cho các nông sản chủ lực của Tỉnh; triển khai việc cấp mã số vùng trồng, mã số cơ sở đóng gói, chứng nhận chỉ dẫn địa lý... cho sản phẩm, đảm bảo minh bạch nguồn gốc và đáp ứng quy định truy xuất của thị trường nhập khẩu.

- Hướng dẫn doanh nghiệp tuân thủ các quy định về bảo vệ môi trường trong

sản xuất, kinh doanh; khuyến khích sử dụng bao bì thân thiện môi trường, áp dụng mô hình sản xuất xanh, bền vững. Phối hợp lồng ghép các mục tiêu phát triển bền vững, giảm phát thải vào hoạt động xúc tiến thương mại nhằm nâng cao giá trị và uy tín sản phẩm của tỉnh trên thị trường.

4. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Phối hợp lồng ghép hoạt động xúc tiến thương mại với các chương trình xúc tiến du lịch và quảng bá văn hóa của Tỉnh; kết nối giới thiệu các sản phẩm đặc sản Đồng Tháp tại các sự kiện du lịch, lễ hội văn hóa lớn trong và ngoài tỉnh.

- Phối hợp các đơn vị có liên quan triển khai hỗ trợ xây dựng các điểm trưng bày, bán sản phẩm OCOP và đặc sản Đồng Tháp tại các khu, điểm du lịch trọng điểm trong tỉnh; khuyến khích hình thành các khu giới thiệu – bán sản phẩm OCOP, đặc sản địa phương trong lịch trình của tour du lịch, phục vụ nhu cầu tham quan, mua sắm của du khách.

- Phối hợp đưa các sản phẩm đặc trưng của Đồng Tháp vào sử dụng trong hệ thống dịch vụ du lịch (nhà hàng, khách sạn, quà lưu niệm...); phát triển các sản phẩm quà tặng du lịch từ đặc sản địa phương.

5. Báo và phát thanh, truyền hình Đồng Tháp

- Căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao, phối hợp với Sở Công Thương trong công tác thông tin, tuyên truyền về các hoạt động xúc tiến thương mại. Dành thời lượng phù hợp trên các kênh báo chí, phát thanh, truyền hình của Tỉnh để đưa tin, quảng bá về các sự kiện xúc tiến thương mại, hội chợ, sản phẩm đặc trưng của địa phương.

- Tuyên truyền, phổ biến và hướng dẫn doanh nghiệp tích cực hưởng ứng, tham gia các chương trình xúc tiến thương mại do Tỉnh tổ chức; kịp thời nêu gương các mô hình điển hình, doanh nghiệp tiêu biểu tham gia xúc tiến hiệu quả, qua đó tạo sức lan tỏa trong cộng đồng doanh nghiệp.

6. Ủy ban nhân dân các xã, phường

Theo chức năng, nhiệm vụ và điều kiện cụ thể của địa phương, chủ động rà soát nhu cầu xúc tiến thương mại của các doanh nghiệp, cơ sở trên địa bàn và đăng ký kế hoạch xúc tiến thương mại hàng năm của địa phương; phối hợp chặt chẽ với Sở Công Thương triển khai thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại tại địa bàn.

7. Đề nghị các hội, hiệp hội, hội quán doanh nghiệp

Phát huy vai trò cầu nối giữa doanh nghiệp với cơ quan quản lý nhà nước. Chủ động tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại của Tỉnh. Vận động hội viên tích cực hưởng ứng các chương trình xúc tiến; đồng thời, thường xuyên tập

hợp ý kiến, phản ánh của doanh nghiệp, kiến nghị với cơ quan chức năng những giải pháp nâng cao hiệu quả xúc tiến thương mại trong từng ngành hàng.

8. Đề nghị các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh

- Chủ động đăng ký tham gia các chương trình, sự kiện xúc tiến thương mại do Tỉnh, Trung ương tổ chức; chuẩn bị tốt nguồn hàng, nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã bao bì, hồ sơ chứng nhận... để sẵn sàng kết nối với đối tác tại các sự kiện xúc tiến. Đồng thời, tích cực phản hồi thông tin, đóng góp ý kiến cho cơ quan chức năng về nhu cầu xúc tiến của doanh nghiệp, những khó khăn, vướng mắc trong quá trình mở rộng thị trường.

- Tăng cường ứng dụng công nghệ số trong hoạt động kinh doanh và xúc tiến: chủ động mở gian hàng trên các sàn thương mại điện tử, khai thác mạng xã hội để quảng bá sản phẩm; đầu tư nâng cấp website, xây dựng nội dung số (hình ảnh, video giới thiệu sản phẩm) một cách chuyên nghiệp. Không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm (chất lượng, mẫu mã, chứng nhận an toàn, xanh, sạch...), sản xuất đa dạng sản phẩm, gia tăng sản phẩm chế biến, chế biến sâu, để tận dụng tốt cơ hội kết nối thị trường mà các chương trình xúc tiến thương mại mang lại.

Yêu cầu các Sở, ban, ngành tỉnh, Ủy ban nhân dân các xã, phường và các đơn vị có liên quan triển khai thực hiện tốt nội dung Kế hoạch. Trong quá trình thực hiện, nếu có phát sinh khó khăn, vướng mắc, các cơ quan, đơn vị có văn bản gửi Sở Công Thương tổng hợp, tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét, chỉ đạo. /

Nơi nhận:

- CT, các PCT UBND tỉnh;
- Các Sở, ban, ngành tỉnh;
- Liên minh HTX tỉnh;
- UBND các xã, phường;
- VPUB: CVP và các PCVP;
- Lưu: VT, P.KT (Ngân).

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


Nguyễn Thành Diệu

Phụ lục 1
PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH XÚC TIẾN
THƯƠNG MẠI TỈNH ĐỒNG THÁP GIAI ĐOẠN 2026 – 2030

(Kèm theo Kế hoạch số 80 /KH-UBND ngày 23 / 01 /2026 của Ủy ban nhân dân tỉnh)

Stt	Nội dung nhiệm vụ	Đơn vị chủ trì	Sản phẩm/kết quả dự kiến	Thời gian thực hiện
I	XÚC TIẾN THỊ TRƯỜNG NGOÀI NƯỚC			
1	Tổ chức và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hội chợ, triển lãm thương mại quốc tế (ở nước ngoài hoặc các sự kiện quốc tế tại Việt Nam) để quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường xuất khẩu.	Sở Công Thương	Gian hàng hội chợ, biên bản ghi nhớ/hợp đồng xuất khẩu	2026–2030
2	Tổ chức các đoàn doanh nghiệp của Tỉnh đi khảo sát, giao dịch tại thị trường nước ngoài nhằm tìm kiếm đối tác và cơ hội xuất khẩu mới.	Sở Công Thương	Chuyên công tác (khảo sát thị trường), hội nghị giao thương, biên bản ghi nhớ/hợp đồng	2026–2030
3	Mời và đón các đoàn doanh nghiệp, nhà nhập khẩu nước ngoài đến Đồng Tháp để kết nối giao thương, trao đổi cơ hội hợp tác đầu tư và phát triển logistics.	Sở Công Thương	Hội nghị kết nối, biên bản ghi nhớ hợp tác, hợp đồng tiêu thụ	2026–2030
4	Tổ chức hoặc tham gia các hội nghị, hội thảo, diễn đàn chuyên đề về xúc tiến xuất khẩu (theo ngành hàng, thị trường trọng điểm), kết nối cung cầu hàng xuất khẩu, và phát triển dịch vụ logistics.	Sở Công Thương	Hội nghị/diễn đàn xúc tiến (theo chuyên đề), kết nối doanh nghiệp, khuyến nghị chính sách	2026–2030

Stt	Nội dung nhiệm vụ	Đơn vị chủ trì	Sản phẩm/kết quả dự kiến	Thời gian thực hiện
5	Thuê tư vấn hoặc phối hợp chuyên gia hỗ trợ doanh nghiệp thiết kế, cải tiến mẫu mã, bao bì sản phẩm phù hợp thị trường xuất khẩu.	Sở Công Thương	Báo cáo tư vấn; sản phẩm được cải tiến (bao bì, nhãn mác)	2026–2030
II	XÚC TIẾN THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA			
1	Tổ chức các hội chợ, triển lãm thương mại định kỳ trên địa bàn tỉnh.	Sở Công Thương	Hội chợ thương mại tại địa phương (số gian hàng, khách tham quan); hợp đồng tiêu thụ sản phẩm	2026 - 2030
2	Tham gia các hội chợ, triển lãm thương mại lớn trong nước để quảng bá sản phẩm của tỉnh.	Sở Công Thương	Khu gian hàng Đồng Tháp tại hội chợ ngoài tỉnh; biên bản ghi nhớ/hợp đồng kết nối tiêu thụ	2026 - 2030
3	Tổ chức các đoàn giao thương, kết nối cung cầu tại các tỉnh/thành trong nước nhằm tiêu thụ sản phẩm đặc trưng, chủ lực, OCOP của Tỉnh.	Sở Công Thương	Hội nghị kết nối cung cầu; thỏa thuận hợp tác tiêu thụ sản phẩm giữa doanh nghiệp Đồng Tháp và đối tác	2026 - 2030
4	Hỗ trợ tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh (Tháng khuyến mãi, Tuần hàng Việt, chương trình giới thiệu sản phẩm mới, lễ hội địa	Sở Công Thương	Sự kiện xúc tiến thương mại nội địa (chương trình khuyến mãi, hội chợ hàng Việt); doanh số bán hàng,	2026 - 2030

Stt	Nội dung nhiệm vụ	Đơn vị chủ trì	Sản phẩm/kết quả dự kiến	Thời gian thực hiện
	phương lồng ghép xúc tiến thương mại).		người dân tham gia	
5	Kết nối giới thiệu các sản phẩm đặc sản Đồng Tháp tại các sự kiện du lịch, lễ hội văn hóa lớn trong và ngoài tỉnh; phối hợp các đơn vị có liên quan triển khai hỗ trợ xây dựng các điểm trưng bày, bán sản phẩm OCOP và đặc sản Đồng Tháp tại các khu, điểm du lịch trọng điểm trong tỉnh.	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các sự kiện du lịch, lễ hội có hoạt động kết nối giới thiệu sản phẩm, điểm trưng bày, giới thiệu sản phẩm	2026 -2030
6	Tổ chức các phiên chợ “Đưa hàng Việt về nông thôn”; khu, cụm công nghiệp, khu đô thị.	Sở Công Thương	Phiên chợ hàng Việt tại địa phương (số phiên, số lượt người dân mua sắm); mở rộng mạng lưới phân phối về cơ sở	2026 - 2030
7	Điều tra, khảo sát và nghiên cứu thị trường nội địa; biên soạn, phát hành các ấn phẩm thông tin thị trường phục vụ doanh nghiệp.	Sở Công Thương	Báo cáo nghiên cứu thị trường; tập san, tài liệu phổ biến thông tin thị trường, thị hiếu người tiêu dùng	2026 - 2030
8	Xây dựng cơ sở dữ liệu các mặt hàng chủ lực, thiết yếu của tỉnh và phát triển hệ thống phân phối; đặc biệt là kết nối phân phối hàng hóa qua các sàn thương mại điện tử liên vùng.	Sở Công Thương	Cơ sở dữ liệu sản phẩm và nhà phân phối; kênh phân phối mở rộng trên nền tảng số (liên kết sàn TMĐT khu vực)	2026 - 2030

Stt	Nội dung nhiệm vụ	Đơn vị chủ trì	Sản phẩm/kết quả dự kiến	Thời gian thực hiện
III	PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ			
1	Xây dựng, vận hành hiệu quả sàn thương mại điện tử của tỉnh Đồng Tháp nhằm hỗ trợ doanh nghiệp địa phương tiêu thụ sản phẩm trực tuyến.	Sở Công Thương	Số doanh nghiệp tham gia, sản phẩm niêm yết, giao dịch phát sinh	2026–2030
2	Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia các sàn thương mại điện tử lớn, uy tín trong và ngoài nước, quảng bá và phân phối sản phẩm trên môi trường trực tuyến.	Sở Công Thương	Gian hàng trực tuyến của doanh nghiệp Đồng Tháp trên các sàn; hợp đồng và đơn hàng qua kênh online	2026–2030
3	Tham gia và tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại trên nền tảng số (hội chợ, triển lãm ảo, hội nghị giao thương trực tuyến).	Sở Công Thương	Sự kiện xúc tiến thương mại trực tuyến; số lượt kết nối giao dịch	2026–2030
4	Liên kết, hợp tác với các tỉnh/thành trong việc phát triển nền tảng số xúc tiến thương mại (kết nối hệ thống sàn thương mại điện tử giữa Đồng Tháp và các địa phương khác).	Sở Công Thương	Kênh phân phối số liên tỉnh; sản phẩm của tỉnh mở rộng tiếp cận thị trường vùng	2026–2030
IV	TRUYỀN THÔNG QUẢNG BÁ			
1	Tuyên truyền, quảng bá về sản phẩm chủ lực của tỉnh và các chương trình xúc tiến thương mại trên các phương tiện truyền thông đại chúng (báo in, báo điện tử, phát	Báo và đài phát thanh, truyền hình Đồng Tháp	Chuyên mục, phóng sự, tin bài quảng bá sản phẩm Đồng Tháp; người tiêu	2026–2030 (thường xuyên)

Stt	Nội dung nhiệm vụ	Đơn vị chủ trì	Sản phẩm/kết quả dự kiến	Thời gian thực hiện
	thanh, truyền hình, mạng xã hội).		dùng nội địa nâng cao nhận thức về hàng Việt	
2	Hỗ trợ phát triển nhãn hiệu hiệu cho các sản phẩm đặc sản, sản phẩm OCOP của tỉnh (thiết kế nhãn hiệu, bao bì).	Sở Công Thương	Sản phẩm có cải tiến bao bì, nhãn hiệu và phát triển thêm thị trường mới	2026–2030
V	ĐÀO TẠO – NÂNG CAO NĂNG LỰC			
1	Tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn ngắn hạn nhằm nâng cao kỹ năng xúc tiến thương mại và phát triển thị trường cho doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh.	Sở Công Thương	Khóa tập huấn chuyên đề (trực tiếp hoặc trực tuyến)	2026 – 2030
VI	XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN VÙNG NGUYÊN LIỆU			
1	Xây dựng và phát triển các vùng nguyên liệu nông sản chủ lực đạt chứng nhận tiêu chuẩn (VietGAP, GlobalGAP, hữu cơ...) nhằm tạo nguồn cung ổn định cho thị trường trong nước và xuất khẩu.	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Vùng nguyên liệu tập trung gắn với doanh nghiệp tiêu thụ; sản lượng nông sản đạt chuẩn chất lượng, an toàn.	2026 – 2030
2	Hỗ trợ triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc cho các sản phẩm chủ lực: hướng dẫn đăng ký mã số vùng trồng và mã cơ sở đóng gói cho nông sản xuất khẩu.	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Mã số vùng trồng và cơ sở đóng gói được cấp cho các vùng sản xuất	2026 – 2030

Phụ lục 2**KINH PHÍ THỰC HIỆN HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
TỈNH ĐỒNG THÁP GIAI ĐOẠN 2026 - 2030***(Kèm theo Kế hoạch số 80 /KH-UBND ngày 23/01/2026 của UBND tỉnh)**ĐVT: Tỷ đồng*

STT	Nội dung	2026	2027	2028	2029	2030	Tổng kinh phí giai đoạn 2026 - 2030
1	Các hoạt động xúc tiến thương mại do cơ quan, tổ chức nhà nước chủ trì thực hiện	8,5	8,7	8,7	8,8	8,8	43,5
2	Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Chương trình xúc tiến thương mại	01	01	01	01	01	05,0
	Tổng	9,5	9,7	9,7	9,8	9,8	48,5