

Số: /QĐ-UBND

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2026

QUYẾT ĐỊNH
Phê duyệt Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Thái Nguyên
giai đoạn 2026 - 2030

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH THÁI NGUYÊN

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 16/6/2025;

Căn cứ Luật Thương mại ngày 14/6/2005;

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

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;

Căn cứ Nghị định số 81/2018/NĐ-CP ngày 22/5/2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại; Nghị định số 128/2024/NĐ-CP ngày 10/10/2024 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 81/2018/NĐ-CP ngày 22/5/2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại;

Căn cứ Thông tư số 11/2019/TT-BCT ngày 30/7/2019 của Bộ Công Thương 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;

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 Quyết định số 1968/QĐ-TTg ngày 22/11/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2021-2030;

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

Theo đề nghị của Giám đốc Sở Công Thương tại Tờ trình số 1072/TTr-SCT ngày 27/02/2026.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030.

Điều 2. Giao Sở Công Thương chủ trì, phối hợp với các sở, ban, ngành, địa phương, đơn vị liên quan triển khai thực hiện kế hoạch; đôn đốc, kiểm tra, tổng kết kết quả thực hiện báo cáo UBND tỉnh theo quy định.

Điều 3. Chánh Văn phòng UBND tỉnh; Giám đốc Sở Công Thương; Thủ trưởng các sở, ban, ngành thuộc tỉnh; Chủ tịch UBND các xã, phường và các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Cục XTTM, Bộ Công Thương;
- Chủ tịch và các PCT UBND tỉnh;
- Lãnh đạo VP UBND tỉnh;
- Các sở, ban, ngành thuộc tỉnh;
- UBND các xã, phường;
- Hiệp hội Doanh nghiệp tỉnh;
- Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh;
- Hội Doanh nhân trẻ tỉnh;
- Hội nữ Doanh nhân tỉnh;
- Trung tâm Thông tin tỉnh;
- Lưu: VT, CNN&XD.

Manhpn/3/26

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

Bùi Văn Lương

KẾ HOẠCH

Xúc tiến thương mại tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: /QĐ-UBND ngày / /2026
của UBND tỉnh Thái Nguyên)*

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Xây dựng Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030 nhằm huy động và sử dụng hiệu quả nguồn lực, đảm bảo sự phát triển hài hoà, bền vững; khai thác, phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế sản phẩm địa phương, hỗ trợ các thành phần kinh tế phát triển.

- Phát triển các hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên theo hướng toàn diện, đồng bộ, có tính kết nối cao, chủ động thích ứng với các xu hướng chuyển đổi số, chuyển đổi xanh và hội nhập kinh tế quốc tế; mở rộng, hiện đại hóa và chuyên nghiệp hóa mạng lưới xúc tiến thương mại, đa dạng hóa thị trường, đối tác và phương thức xúc tiến thương mại.

- Thúc đẩy tiêu thụ các sản phẩm đặc trưng, sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của tỉnh; hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã nâng cao năng lực cạnh tranh, tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị trong nước và từng bước mở rộng xuất khẩu, góp phần phát triển kinh tế - xã hội bền vững của tỉnh Thái Nguyên.

- Tăng cường kết nối liên ngành, liên vùng; gắn kết các công đoạn từ sản xuất, chế biến, phân phối đến tiêu dùng; lồng ghép hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại với xúc tiến đầu tư, du lịch, văn hóa; từng bước xây dựng, định vị và phát huy thương hiệu sản phẩm, thương hiệu địa phương.

- Phát triển thị trường trong nước gắn với thực hiện hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; ưu tiên phát triển trung tâm thương mại, tổ hợp dịch vụ tại các phường, xã trung tâm, đồng thời mở rộng thị trường thương mại khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa; góp phần kích cầu tiêu dùng nội địa, thúc đẩy lưu thông hàng hóa và bảo đảm an sinh xã hội trên địa bàn tỉnh.

- Làm căn cứ triển khai chương trình xúc tiến thương mại tại tỉnh Thái Nguyên hằng năm.

2. Yêu cầu

- Xây dựng và triển khai các nội dung hoạt động xúc tiến thương mại tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026-2030 phù hợp với đường lối, chủ trương của Đảng, quy định pháp luật của Nhà nước, kế hoạch, chương trình phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030.

- Đảm bảo có sự triển khai thống nhất, đồng bộ của các cấp, các ngành, các địa phương, sự vào cuộc tích cực của các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ chức, cá nhân trong việc thực hiện Kế hoạch này.

- Huy động, sử dụng hiệu quả và tối ưu hóa các nguồn lực cho xúc tiến thương mại từ ngân sách trung ương, ngân sách địa phương, nguồn xã hội hóa; bảo đảm kinh phí thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại phù hợp với mục tiêu, nhiệm vụ đề ra.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

Nâng cao hiệu quả và chất lượng hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh Thái Nguyên theo hướng đồng bộ, chuyên nghiệp, bền vững, ứng dụng mạnh mẽ công nghệ số và thương mại điện tử trong quảng bá, kết nối giao thương; mở rộng quy mô, phạm vi liên kết vùng, hợp tác trong nước và quốc tế; phát huy lợi thế sản phẩm đặc trưng, hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng thị trường tiêu thụ, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và hội nhập quốc tế bền vững giai đoạn 2026 - 2030.

2. Mục tiêu cụ thể

- Nâng cao giá trị, sản lượng tiêu thụ sản phẩm hàng hóa góp phần thực hiện đạt chỉ tiêu phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 -2030¹; phấn đấu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2026 - 2030 tăng bình quân 15%/năm trở lên; giá trị xuất khẩu trên địa bàn tăng bình quân 10%/năm; trong đó, xuất khẩu địa phương tăng bình quân 10%/năm; doanh số thương mại điện tử (B2C) (tính cho cả hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng trực tuyến) chiếm 20% trở lên so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của tỉnh.

- Hỗ trợ tích cực doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất nâng cao sức cạnh tranh, phát huy lợi thế thương mại, mở rộng thị trường cho các sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm truyền thống và các sản phẩm đặc trưng, thế mạnh của tỉnh như chè, miến dong, gà đồi, na, cam, quýt, hồng không hạt, chuối, mơ, các sản phẩm dược liệu, sản phẩm chế biến từ gỗ rừng trồng, sản phẩm từ gừng, nghệ...

¹ Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh Thái Nguyên lần thứ I nhiệm kỳ 2025-2030;

Đề án số 11-ĐA/TU ngày 10/12/2025 của Tỉnh ủy Thái Nguyên về Phát triển thương mại, dịch vụ tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026-2030; Kế hoạch số 2191/QĐ-UBND ngày 09/12/2025 thực hiện Quyết định số 1568/QĐ-BCT ngày 03/6/2025 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030 trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

- Tổ chức thường niên các chương trình xúc tiến thương mại cấp tỉnh và tham gia hội chợ, triển lãm, hội nghị giao thương trong và ngoài nước, đảm bảo trọng tâm, trọng điểm, có sức lan tỏa và hiệu quả thực chất.

- Khai thác và huy động tối đa nguồn lực của các thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động xúc tiến thương mại, góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất, tạo thêm việc làm cho người lao động, nâng cao thu nhập và cải thiện đời sống của nhân dân, đồng thời thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

- Nâng cao chất lượng công tác dự báo thị trường, mở rộng thị trường tiêu thụ trong nước và hướng tới xuất khẩu; thúc đẩy thương mại điện tử, bán hàng trực tuyến và ứng dụng công nghệ số trong các hoạt động xúc tiến thương mại.

- Nâng cao năng lực cho doanh nghiệp, hợp tác xã ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong quản lý sản phẩm từ khâu sản xuất đến tiêu thụ trên thị trường.

III. NỘI DUNG KẾ HOẠCH

1. Hoạt động thông tin, tuyên truyền, quảng bá

a) Tuyên truyền, quảng bá sản phẩm

- Tổ chức tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu các sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc trưng và có thế mạnh của tỉnh bằng các hình thức truyền thông đa kênh (*báo, truyền hình, mạng xã hội, pano...*), chú trọng kết nối sản phẩm với các giá trị văn hóa, lịch sử, sinh thái và ẩm thực của vùng, miền tỉnh Thái Nguyên.

- Xây dựng kế hoạch và chiến lược truyền thông theo nhóm ngành hàng, sản phẩm tiềm năng, chủ lực (*chè, miến dong, na, gà đồi, thịt lợn trà xanh, gỗ...*) để quảng bá tập trung tại các thị trường trọng điểm theo từng năm, theo chu kỳ.

- Xây dựng các video, chuyên mục, phóng sự giới thiệu tiềm năng, lợi thế, quảng bá các sản phẩm chủ lực, đặc sản bản địa, để quảng bá thông qua các hội nghị, hội thảo, hội chợ, chương trình sự kiện xúc tiến thương mại, đầu tư, du lịch.

- Cập nhật danh mục các doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ thể sản xuất sản phẩm nông sản, đặc sản, OCOP, tăng cường truyền thông đến cộng đồng thông qua các trang thông tin điện tử sở, ngành, địa phương, nền tảng ứng dụng, mạng xã hội nhằm tiếp cận người tiêu dùng cũng như tăng giá trị thương hiệu sản phẩm của tỉnh.

b) Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử, chuyển đổi số và hội nhập quốc tế

- Tổ chức các hoạt động tuyên truyền, phổ biến kiến thức, nâng cao nhận thức và niềm tin của người tiêu dùng về thương mại điện tử thông qua Ngày hội mua sắm trực tuyến Thái Nguyên (Online Friday) và các hình thức truyền thông số.

- Tổ chức các lớp tập huấn, tuyên truyền kiến thức về xúc tiến thương mại, kinh doanh thương mại điện tử, hướng dẫn đăng ký website thương mại điện tử, tham gia sàn giao dịch điện tử đến các cơ sở, doanh nghiệp và hợp tác xã; ứng dụng mã QR, truy xuất nguồn gốc điện tử vào sản phẩm nông nghiệp để nâng cao uy tín sản phẩm và tạo niềm tin đối với người tiêu dùng; hướng dẫn cơ sở, doanh nghiệp thực hiện các thủ tục pháp lý về sản xuất, kinh doanh; hướng đến sản xuất theo tiêu chuẩn tiên tiến như VietGAP, hữu cơ, HACCP (Chúng nhận phân tích mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn), mã số vùng trồng, mã cơ sở đóng gói...

- Thu thập, cập nhật và phổ biến thông tin thị trường trong nước và quốc tế; tuyên truyền các chính sách thương mại, hiệp định thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam tham gia.

- Tổng hợp thông tin về sản lượng, mùa vụ, tiêu chuẩn chất lượng của các sản phẩm chủ lực; phối hợp với các đơn vị thuộc Bộ Công Thương, các địa phương hỗ trợ kết nối tiêu thụ với hệ thống phân phối, nhà nhập khẩu trong và ngoài nước.

- c) Đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa, dịch vụ trong nước; triển khai hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, góp phần bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và phát triển thị trường nội địa bền vững.

2. Tổ chức, tham gia các hoạt động, sự kiện xúc tiến thương mại trong và ngoài nước

a) Xúc tiến thương mại thị trường trong nước

- Hằng năm, tham gia các Chương trình Xúc tiến thương mại cấp quốc gia và các hội chợ, triển lãm trong nước, ưu tiên các trung tâm kinh tế.

- Tổ chức các hội chợ, triển lãm trọng điểm trên địa bàn tỉnh như: Hội chợ Xuân Thái Nguyên, hội chợ Công Thương - OCOP, hội chợ chuyên đề; Festival nông sản, OCOP, làng nghề gắn với du lịch; hội nghị kết nối cung - cầu, chương trình kích cầu tiêu dùng, phiên chợ đưa hàng Việt về miền núi và các hội chợ kích cầu tiêu dùng thương mại khác.

- Tổ chức Tuần lễ giới thiệu sản phẩm hàng hóa tỉnh Thái Nguyên tại các tỉnh, thành phố lớn kết hợp tổ chức đoàn khảo sát thị trường, kết nối giao thương trong nước nhằm nghiên cứu nhu cầu, kênh phân phối, xu hướng tiêu dùng, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm tỉnh Thái Nguyên.

- Tổ chức, tham gia các hội nghị, hội thảo để tạo cho các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp, hợp tác xã giữa các tỉnh, các nước, các nhà phân phối có thể gặp gỡ, trao đổi, tìm hiểu các thông tin về các sản phẩm của tỉnh Thái Nguyên để kết nối, tiêu thụ và xuất khẩu.

- Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại gắn với địa phương do UBND cấp xã, phường chủ trì; lồng ghép xúc tiến thương mại với các sự kiện chính trị, văn hóa, du lịch của tỉnh; trưng bày, giới thiệu sản phẩm Thái Nguyên phục vụ các hội nghị, sự kiện lớn và nhiệm vụ chính trị của tỉnh.

- Tổ chức các hội chợ, tuần hàng và sự kiện xúc tiến thương mại thường niên nhằm phục vụ nhu cầu tiêu dùng, bình ổn thị trường và đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

- Tổ chức các chương trình kết nối sản phẩm xúc tiến thương mại gắn kết kinh tế đêm với chủ đề “Đêm xứ trà gắn kết tinh hoa”.

b) Xúc tiến thương mại ngoại thương

- Tổ chức hoặc tham gia đoàn giao dịch thương mại, xúc tiến thương mại tại nước ngoài để khảo sát thị trường, tìm kiếm đối tác, mở rộng tiêu thụ và xuất khẩu các sản phẩm nông, lâm sản, sản phẩm OCOP và sản phẩm có thể mạnh của tỉnh tại các thị trường truyền thống, tiềm năng (Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, ASEAN, Anh, Úc, Ấn độ...).

- Tổ chức đoàn doanh nghiệp, đối tác quốc tế đến khảo sát, tìm hiểu cơ hội đầu tư, sản xuất, tiêu thụ sản phẩm tại Thái Nguyên.

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia hội chợ, triển lãm nước ngoài phù hợp với ngành hàng; tổ chức khu gian hàng Thái Nguyên tại các hội chợ nước ngoài.

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã nghiên cứu, cập nhật và đáp ứng các rào cản kỹ thuật, tiêu chuẩn xanh, quy tắc xuất xứ và các quy định mới theo các Hiệp định thương mại tự do (FTA), qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.

- Tổ chức Hội nghị tham tán/tùy viên doanh nghiệp nước ngoài tại Thái Nguyên để kêu gọi thúc đẩy sản phẩm tỉnh Thái Nguyên.

3. Tiếp tục đẩy mạnh triển khai thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”

a) Hằng năm, tổ chức Phiên chợ đưa hàng Việt về miền núi, nông thôn tại các địa bàn vùng sâu, vùng xa, khu công nghiệp qua đó tăng cường hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã quảng bá, giới thiệu sản phẩm, mở rộng mạng lưới phân phối và bán hàng Việt; đồng thời, tạo điều kiện cho nhân dân được tiếp cận các sản phẩm hàng hóa, phong phú, đa dạng, chất lượng cao của Việt Nam.

b) Định kỳ hằng năm triển khai Chương trình kích cầu tiêu dùng nội địa gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới; thúc đẩy và kích cầu tiêu dùng nội địa, mở rộng thị trường trong nước, hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, người nông dân; gắn kết giữa hoạt động xúc tiến thương mại với thúc đẩy hoạt động sản xuất, cung ứng dịch vụ trên địa bàn tỉnh đảm bảo ổn định và phát triển.

c) Xây dựng “Điểm trung bày, giới thiệu sản phẩm xã, phường và thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm qua nền tảng số”, nghiên cứu nhân rộng tại các xã, phường, gắn kết giữa việc thực hiện các mục tiêu của Cuộc vận động với chương trình kích cầu tiêu dùng nội địa, bình ổn thị trường và ứng dụng công nghệ số trong xúc tiến thương mại.

4. Triển khai xây dựng Chương trình doanh nghiệp dẫn dắt ngành hàng (Leading Corporations & SMEs Pioneers)

a) Căn cứ định hướng, hướng dẫn của Bộ Công Thương, lựa chọn doanh nghiệp có năng lực làm hạt nhân dẫn dắt, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã tham gia chuỗi cung ứng và Chương trình “Vươn ra thị trường quốc tế (Go Global)”, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, giá trị gia tăng và mở rộng thị trường tiêu thụ trong nước, xuất khẩu.

b) Tập trung ưu tiên các ngành hàng, doanh nghiệp sản xuất chế biến có thế mạnh như: Trà và các sản phẩm từ chè. Thịt lợn trà xanh - Tinh hoa Thái Nguyên; Gà đồi Tân Khánh, Na La Hiên, Miến dong, Nano Curcumin nghệ...; các sản phẩm chủ lực, OCOP; hỗ trợ hoàn thiện chuỗi cung ứng đạt tiêu chuẩn, chất lượng từ nguyên liệu chất lượng, nhận diện thương hiệu, sản xuất thông minh, chuyển đổi số, phân phối và hậu cần.

5. Ứng dụng công nghệ số trong xúc tiến thương mại và phát triển thương mại điện tử

a) Phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, các đơn vị liên quan tiếp tục các hoạt động xây dựng và hỗ trợ cung cấp cơ sở dữ liệu thị trường, dữ liệu doanh nghiệp, xây dựng các kênh tương tác trực tiếp với các doanh nghiệp, hiệp hội để hỗ trợ doanh nghiệp và kết nối giao thương.

b) Thực hiện có hiệu quả Quyết định số 2191/QĐ-UBND ngày 09/12/2025 của UBND tỉnh Thái Nguyên ban hành Kế hoạch thực hiện Quyết định số 1568/QĐ-BCT ngày 03/6/2025 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030 trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

c) Triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại trên nền tảng số, trong đó có chương trình Livestream bán hàng trên các sàn thương mại điện tử, các nền tảng mạng xã hội, nhằm quảng bá, tiêu thụ sản phẩm của tỉnh.

d) Tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại quốc tế trên môi trường số, gian hàng trực tuyến và gian hàng thực tế ảo.

đ) Hỗ trợ các doanh nghiệp, HTX xây dựng và thúc đẩy hoạt động phân phối sản phẩm trên kênh quảng bá và giới thiệu sản phẩm trên mạng xã hội (Facebook, Youtube, tiktok, diễn đàn tiêu dùng,...), giới thiệu sản phẩm trên các kênh bán hàng online, sàn thương mại điện tử có uy tín trong nước và quốc tế...; đề xuất Bộ Công Thương hỗ trợ tỉnh Thái Nguyên tham gia các chương trình hợp tác của Bộ Công Thương với Google, Alibaba, Amazon,... để quảng bá, kết nối tiêu thụ sản phẩm trong nước và hướng đến xuất khẩu.

6. Tập huấn, bồi dưỡng nâng cao năng lực xúc tiến thương mại

a) Đào tạo, bồi dưỡng cho doanh nghiệp và hợp tác xã

- Hằng năm, tổ chức hội nghị tập huấn cho doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh, tập trung vào các nội dung: kỹ năng tham gia hội chợ, triển lãm; kỹ năng xúc tiến thương mại; ứng dụng công nghệ thông tin và nền tảng số trong xúc tiến thương mại; chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, kinh tế tuần hoàn; thiết kế bao bì, nhãn hiệu; xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu sản phẩm; sở hữu trí tuệ...

- Tổ chức các lớp tập huấn chuyên đề về nghiên cứu thị trường, chính sách thương mại, xuất nhập khẩu của Việt Nam và một số thị trường trọng điểm (Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU...) nhằm hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã nâng cao hiệu quả xúc tiến xuất khẩu.

- Phối hợp tổ chức các lớp tập huấn kỹ năng giao dịch trên sàn thương mại điện tử, ứng dụng chuyển đổi số trong xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng kênh phân phối và tiêu thụ sản phẩm.

b) Đào tạo, bồi dưỡng cho cán bộ, công chức, viên chức

- Hằng năm, tổ chức hội nghị tập huấn về kiến thức pháp luật thương mại, nghiệp vụ xúc tiến thương mại cho cán bộ, công chức, viên chức làm công tác quản lý nhà nước và xúc tiến thương mại.

- Phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công Thương và các đơn vị liên quan tham dự các hội nghị, hội thảo chuyên đề, khóa đào tạo nâng cao kỹ năng và nghiệp vụ xúc tiến thương mại.

- Tổ chức các chương trình khảo sát, học tập kinh nghiệm trong và ngoài tỉnh về công tác quản lý và triển khai hoạt động xúc tiến thương mại, nhằm nâng cao năng lực tham mưu, tổ chức thực hiện cho cán bộ làm công tác xúc tiến thương mại.

- Tổ chức hội nghị sơ kết, tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch xúc tiến thương mại hằng năm và theo từng giai đoạn, kịp thời rút kinh nghiệm, đề xuất điều chỉnh giải pháp phù hợp với tình hình thực tiễn.

- Tăng cường phối hợp liên ngành, liên cấp; từng bước hoàn thiện và nâng cao hiệu quả hệ thống quản lý xúc tiến thương mại, theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, đồng bộ dữ liệu và gắn với ứng dụng chuyển đổi số trong công tác quản lý nhà nước.

7. Tăng cường hạ tầng xúc tiến thương mại

a) Kết nối hạ tầng xúc tiến thương mại với hạ tầng giao thông, logistics để tạo thành mạng lưới liên vùng liền mạch.

b) Đầu tư, mua sắm trang thiết bị phục vụ công tác xúc tiến thương mại, bao gồm: máy tính, phần mềm phân tích và khai thác dữ liệu, gian hàng mẫu, hệ thống trưng bày sản phẩm, thiết bị trình chiếu và các trang thiết bị cần thiết khác, đáp ứng yêu cầu tổ chức hội chợ, triển lãm, kết nối giao thương và xúc tiến thương mại trên môi trường số.

c) Nghiên cứu xây dựng hoặc truy vấn dữ liệu thị trường (từ bộ, ngành) tạo dựng được hệ thống dữ liệu thị trường hỗ trợ doanh nghiệp ra quyết định tham gia thị trường giảm rủi ro khi tham gia thị trường mới, tiến tới nghiên cứu xây dựng một hệ sinh thái xúc tiến thương mại hiện đại, số hóa, liên thông và lấy doanh nghiệp làm trung tâm.

8. Nâng cao năng lực quản lý nhà nước về công tác xúc tiến thương mại

a) Kiện toàn bộ máy, nâng cao năng lực quản lý nhà nước về hoạt động xúc tiến thương mại. Đầu tư cơ sở vật chất, phương tiện làm việc cho việc tổ chức thực hiện công tác xúc tiến thương mại.

b) Nghiên cứu trình cơ quan có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung hoặc ban hành mới các văn bản liên quan nhằm hoàn thiện khung pháp lý, cơ chế, chính sách về hoạt động xúc tiến thương mại tại địa phương.

c) Xây dựng kế hoạch xúc tiến thương mại hàng năm; hướng dẫn, kiểm tra, giám sát việc triển khai thực hiện kế hoạch.

9. Xây dựng kế hoạch xúc tiến thương mại do các cơ quan, đơn vị, địa phương tổ chức

- Các cơ quan, đơn vị, địa phương căn cứ vào Kế hoạch này để xây dựng kế hoạch, nội dung chi tiết, phù hợp bảo đảm đồng bộ thống nhất gửi Sở Công Thương tổng hợp xem xét báo cáo UBND tỉnh *(nếu sử dụng ngân sách)*.

- Hằng năm hoặc đột xuất báo cáo hoạt động xúc tiến thương mại của đơn vị đã triển khai về Sở Công Thương tổng hợp (Báo cáo năm vào ngày 11 tháng 11 hằng năm).

(Có phụ lục các nhiệm vụ kèm theo)

V. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Kinh phí thực hiện Kế hoạch: Nguồn ngân sách Trung ương, ngân sách tỉnh, kinh phí xã hội hóa và các nguồn kinh phí hợp pháp khác theo quy định của pháp luật.

2. Hằng năm, các sở, ban, ngành, địa phương theo chức năng, nhiệm vụ căn cứ chế độ, định mức chi hiện hành xây dựng dự toán kinh phí, tổng hợp vào dự toán ngân sách hàng năm của cơ quan, đơn vị gửi Sở Tài chính để tổng hợp, trình cấp có thẩm quyền giao dự toán kinh phí thực hiện theo quy định.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công Thương

a) Chủ trì, hướng dẫn tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch xúc tiến thương mại giai đoạn 2026 - 2030; phối hợp với các sở, ngành, UBND các xã, phường và các tổ chức, cá nhân có liên quan tăng cường công tác kiểm tra, giám sát việc tổ chức thực hiện theo kế hoạch đảm bảo hiệu quả, đúng quy định.

b) Chỉ đạo các đơn vị tham gia thực hiện kế hoạch xúc tiến thương mại đảm bảo đúng nội dung, yêu cầu, tiến độ, sử dụng kinh phí tiết kiệm, hiệu quả.

c) Chủ trì tổng hợp, nghiên cứu Kế hoạch, nội dung xúc tiến thương mại của các sở, ngành, đơn vị và địa phương đảm bảo phù hợp với Kế hoạch này, báo cáo UBND tỉnh xem xét quyết định trước khi Sở Tài chính thẩm định kinh phí báo cáo UBND tỉnh.

d) Tổng hợp, báo cáo đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch hằng năm và cả giai đoạn; thực hiện chế độ báo cáo định kỳ và đột xuất theo yêu cầu của UBND tỉnh và Bộ Công Thương.

2. Sở Tài chính

Trên cơ sở đề nghị của Sở Công thương và các đơn vị, địa phương, Sở Tài chính tổng hợp, tham mưu UBND tỉnh bố trí kinh phí để thực hiện các nội dung trong kế hoạch thuộc nguồn ngân sách tỉnh phù hợp với khả năng ngân sách địa phương theo quy định của pháp luật về ngân sách Nhà nước.

3. Sở Nông nghiệp và Môi trường

a) Chủ trì, tham mưu UBND tỉnh chỉ đạo, hướng dẫn các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ gia đình áp dụng quy trình sản xuất, ứng dụng công nghệ cao vào trong sản xuất nông nghiệp để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm; cấp các loại giấy chứng nhận an toàn thực phẩm, VietGap, mã số vùng trồng và một số các quy định thuộc lĩnh vực được giao quản lý; phát triển các sản phẩm OCOP của tỉnh,... phục vụ yêu cầu tiêu thụ tại thị trường trong nước và xuất khẩu.

b) Chủ trì chỉ đạo, triển khai tổ chức xây dựng, duy trì và phát triển chuỗi nông sản, thủy sản an toàn; quản lý chất lượng sản phẩm nông sản đảm bảo tiêu chuẩn an toàn, phù hợp với các tiêu chuẩn của thị trường trong nước và xuất khẩu.

c) Phối hợp với Sở Công Thương đẩy mạnh công tác quảng bá, giới thiệu các sản phẩm nông sản an toàn, sản phẩm OCOP... tại thị trường trong và ngoài nước.

4. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Chủ trì, phối hợp với Sở Công Thương tổ chức và thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại kết hợp với xúc tiến du lịch để quảng bá về tiềm năng, thế mạnh của địa phương trong phát triển du lịch; tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư trong nước và quốc tế đến tìm hiểu, liên doanh, liên kết và hợp tác đầu tư phát triển sản xuất, kinh doanh với các doanh nghiệp Thái Nguyên.

5. Sở Khoa học và Công nghệ

Hướng dẫn và hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể đăng ký bảo hộ độc quyền nhãn hiệu hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp...; hỗ trợ xây dựng, duy trì và phát triển nhãn hiệu chứng nhận, chỉ dẫn địa lý, bảo hộ và phát triển thương hiệu, hướng dẫn đăng ký sử dụng mã số mã vạch cho sản phẩm hàng hóa để quảng bá, xúc tiến thương mại.

6. Văn Phòng UBND tỉnh (Phòng Ngoại vụ)

Tham mưu phối hợp với cơ quan đại diện, tham tán thương mại của Việt Nam ở nước ngoài, Đại sứ quán Việt Nam, Đại sứ quán các nước tại Việt Nam, các tổ chức quốc tế tăng cường thông tin thị trường, tìm kiếm cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu, tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá, kết nối thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm hàng hóa của tỉnh Thái Nguyên; Phối hợp với Sở Công Thương tổ chức Hội nghị tham tán thương mại/thương vụ trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

7. Các sở, ngành và các đơn vị liên quan

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ của ngành, địa phương, lĩnh vực phụ trách chủ động phối hợp với Sở Công Thương triển khai thực hiện Kế hoạch này đảm bảo mục tiêu, nội dung, tiến độ và đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ đã đề ra; tổ chức tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn, hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại trong và nước ngoài.

8. Ủy ban nhân dân các xã, phường

a) Căn cứ nội dung của Kế hoạch này, phối hợp với Sở Công thương, các đơn vị liên quan triển khai thực hiện Kế hoạch trong ngành, địa phương, lĩnh vực quản lý; tổ chức tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn, hỗ trợ các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân trên địa bàn tham gia Kế hoạch xúc tiến thương mại của tỉnh.

b) Căn cứ vào nội dung Kế hoạch này và các văn bản có liên quan, xây dựng kế hoạch xúc tiến thương mại giai đoạn 2026 - 2030 tại địa phương.

c) Hằng năm, xây dựng kế hoạch và dự toán kinh phí thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại tại địa phương, phối hợp với các cơ quan liên quan gửi Sở Tài chính thẩm định, trình UBND tỉnh Thái Nguyên bố trí kinh phí.

d) Chủ động xây dựng, đăng ký các chương trình, nội dung, chuyên đề về xúc tiến thương mại hằng năm gửi Sở Công Thương trước 30/6 để tổng hợp, trình UBND tỉnh phê duyệt.

đ) Tổ chức triển khai các hoạt động theo nội dung Kế hoạch, đảm bảo mục tiêu, yêu cầu, sử dụng kinh phí có hiệu quả và thanh quyết toán kinh phí thực hiện kế hoạch xúc tiến thương mại theo quy định hiện hành.

e) Phối hợp với Sở Công Thương trong việc thống nhất, đảm bảo mặt bằng, tính hiệu quả hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn

9. Các Hội, Hiệp hội Doanh nghiệp, Doanh nhân trên địa bàn tỉnh

- Chủ động tham gia các chương trình xúc tiến thương mại, hội chợ, hội thảo do tỉnh Thái Nguyên hoặc trung ương tổ chức; phối hợp với chính quyền địa phương, hiệp hội ngành hàng trong các hoạt động kết nối cung cầu, giao thương, quảng bá.

- Tăng cường liên kết xây dựng chuỗi giá trị từ sản xuất - sơ chế - chế biến - tiêu thụ, hướng đến mô hình sản xuất an toàn, hữu cơ, sinh thái, bền vững.

- Tiếp tục nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã, đảm bảo tiêu chuẩn kỹ thuật phục vụ thị trường trong nước và xuất khẩu; chú trọng đầu tư xây dựng thương hiệu, đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ, truy xuất nguồn gốc, chứng nhận chất lượng (VietGAP, ISO 22000, HACCP...); thực hiện nghiêm các quy định về chất lượng hàng hóa, an toàn thực phẩm, thương mại điện tử, nguồn gốc xuất xứ.

- Chủ động cung cấp thông tin, nhu cầu xúc tiến, đề xuất chính sách hỗ trợ đến các cơ quan chức năng liên quan.

10. Báo và Phát thanh, Truyền hình tỉnh

- Xây dựng các tin bài, phóng sự để đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá các sản phẩm hàng hóa của tỉnh Thái Nguyên trên truyền hình, Báo Thái Nguyên.

- Hàng năm, chủ động làm việc với Đài truyền hình Việt Nam và các cơ quan truyền thông đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá các sản phẩm hàng hóa của tỉnh Thái Nguyên trên các phương tiện thông tin đại chúng của Trung ương và địa phương.

- Phối hợp với Sở Công Thương xây dựng các Videoclip, Chuyên mục để quảng bá sản phẩm có tiềm năng, lợi thế của tỉnh. Xây dựng các phóng sự tuyên truyền, biểu dương các doanh nghiệp, hợp tác xã năng động, sáng tạo trong triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại.

11. Các đơn vị tổ chức, tham gia thực hiện kế hoạch xúc tiến thương mại

- Tổ chức thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại được phê duyệt tại Kế hoạch theo đúng mục tiêu, nội dung, tiến độ, sử dụng kinh phí tiết kiệm, có hiệu quả và chịu trách nhiệm về nội dung chi theo đúng chế độ tài chính hiện hành.

- Các đơn vị tổ chức chương trình xúc tiến thương mại phải gửi báo cáo kết quả thực hiện về Sở Công Thương trong thời gian 15 ngày kể từ khi kết thúc chương trình để tổng hợp chung.

- Chấp hành nghiêm chỉnh các quy định của pháp luật và các quy định liên quan đến công tác xúc tiến thương mại; đặc biệt là quy định về không trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng và hàng vi phạm sở hữu trí tuệ.

- Thông tin kịp thời về những khó khăn vướng mắc của đơn vị trong quá trình thực hiện đến cơ quan quản lý Chương trình để kịp thời xem xét giải quyết theo quy định.

12. Chế độ báo cáo

Định kỳ ngày 11 tháng 11 hằng năm và đột xuất khi có yêu cầu của UBND tỉnh, Bộ Công Thương, các sở, ngành thuộc tỉnh, UBND các xã, phường tổng hợp, đánh giá hoạt động xúc tiến thương mại của ngành, địa phương phụ trách báo cáo UBND tỉnh (qua Sở Công Thương). Giao Sở Công Thương chủ trì, đôn đốc, theo dõi việc tổ chức thực hiện Kế hoạch này và tổng hợp, báo cáo UBND tỉnh trước ngày 15 tháng 12 hằng năm theo quy định.

Các nội dung nhiệm vụ xúc tiến thương mại tỉnh hằng năm trong Kế hoạch sẽ có sự điều chỉnh, bổ sung cho phù hợp với tình hình thực tế. Trong quá trình tổ chức triển khai thực hiện, nếu có khó khăn vướng mắc, các cơ quan, đơn vị thông tin kịp thời về Sở Công Thương (Cơ quan thường trực) để tổng hợp, báo cáo UBND tỉnh xem xét, giải quyết theo quy định./.

PHỤ LỤC

Kế hoạch Xúc tiến thương mại tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030

(Kèm theo Quyết định số: _____/QĐ-UBND ngày ____ / ____ /2026 của UBND tỉnh Thái Nguyên)

TT	Nội dung thực hiện	Cơ quan chỉ đạo	Cơ quan chủ trì	Đơn vị phối hợp	Số lượng và năm thực hiện					Ghi chú
					2026	2027	2028	2029	2030	
I	Hoạt động thông tin, tuyên truyền, quảng bá sản phẩm									
1	Tuyên truyền, quảng bá sản phẩm									
1.1	Video giới thiệu sản phẩm tỉnh Thái Nguyên	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	01	01	01	01	01	Video
1.2	Tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về các sản phẩm nông sản tỉnh Thái Nguyên	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Bộ Công Thương, các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	02	02	02	02	02	Phóng sự
1.3	Duy trì trang thông tin điện tử/ bản tin ngành, các hoạt động truyền thông trên báo, đài	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	Theo nhiệm vụ cụ thể của từng năm					Website, ấn phẩm, chuyên mục, phóng sự
2	Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử, chuyển đổi số và hội nhập quốc tế									
2.1	Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử thông qua Ngày hội mua sắm trực tuyến (Online Friday)	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch; các TTTM, Siêu thị, cơ sở SXKD	01	01	01	01	01	Chương trình

TT	Nội dung thực hiện	Cơ quan chỉ đạo	Cơ quan chủ trì	Đơn vị phối hợp	Số lượng và năm thực hiện					Ghi chú
					2026	2027	2028	2029	2030	
2.2	Tuyên truyền, phổ và hướng dẫn về ứng dụng công nghệ số, thương mại điện tử	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Sở Nông nghiệp và Môi trường; Sở Khoa học và Công nghệ; UBND các xã và đơn vị có liên quan	02	02	02	02	02	Chương trình
2.3	Tuyên truyền, nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa, dịch vụ trong nước; triển khai hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”	UBND tỉnh	Sở Công Thương	UBMT Tổ quốc Việt Nam tỉnh; UBND các xã và đơn vị có liên quan	01	01	01	01	01	Chương trình
II	Tổ chức, tham gia các hoạt động, sự kiện xúc tiến thương mại trong và ngoài nước									
1	Xúc tiến thương mại thị trường trong nước									
1.1	Tổ chức tham gia các Hội chợ, triển lãm (cấp khu vực/tỉnh)	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	02	02	02	02	02	Chương trình
1.2	Tổ chức các chương trình, sự kiện xúc tiến thương mại sản phẩm nông sản, OCOP, sản phẩm tiêu biểu của tỉnh tại tỉnh Thái Nguyên (Festival, tuần hàng...)	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	06	06	06	06	06	Chương trình
1.3	Tổ chức lễ hội gắn với sản phẩm đặc trưng của tỉnh (lễ hội trà, lễ hội nông sản, ẩm thực, đồ uống...)	UBND tỉnh	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	02	02	02	02	02	Chương trình

TT	Nội dung thực hiện	Cơ quan chỉ đạo	Cơ quan chủ trì	Đơn vị phối hợp	Số lượng và năm thực hiện					Ghi chú
					2026	2027	2028	2029	2030	
1.4	Tổ chức Tuần hàng Thái Nguyên tại các tỉnh, thành phố	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	02	02	02	02	02	Tuần hàng
1.5	Tổ chức tham gia các Chương trình xúc tiến thương mại cấp quốc gia, khu vực do các Bộ, ngành Trung ương tổ chức	UBND tỉnh	Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Môi trường	Bộ Công Thương, các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	05	05	05	05	05	Hội chợ/Hội nghị
1.6	Tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm, quảng bá nông sản, kết nối tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp	UBND tỉnh	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	05	05	05	05	05	Hội chợ/Hội nghị
1.7	Tham gia chương trình xúc tiến thương mại do các tỉnh/thành phố tổ chức	UBND tỉnh	Sở Công Thương	UBND cấp xã và đơn vị liên quan	20	20	20	20	20	Chương trình
1.8	Tổ chức các chương trình kết nối sản phẩm, xúc tiến thương mại gắn kết kinh tế đêm với chủ đề “Đêm xứ trà gắn kết tinh hoa”	UBND tỉnh	Sở Công Thương, các sở ngành, UBND xã, phường đơn vị có liên quan	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	10	10	10	10	10	Chương trình

TT	Nội dung thực hiện	Cơ quan chỉ đạo	Cơ quan chủ trì	Đơn vị phối hợp	Số lượng và năm thực hiện					Ghi chú
					2026	2027	2028	2029	2030	
2	Hoạt động xúc tiến thương mại ngoại thương									
2.1	Tổ chức, tham gia Đoàn giao thương tại nước ngoài	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	01	01	01	01	01	Đoàn
2.2	Tổ chức mời tham tán, thương vụ; mời đoàn doanh nghiệp, đối tác quốc tế đến khảo sát, tìm hiểu thị trường, kết nối xuất khẩu	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	01	01	01	01	01	Đoàn
2.3	Tập huấn, cung cấp thông tin thị trường, kỹ năng, nghiệp vụ xuất, nhập khẩu	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	01	01	01	01	01	Lớp
2.4	In ấn, phát hành catalogue và các tài liệu liên quan giới thiệu, quảng bá về sản phẩm, doanh nghiệp, HTX phục vụ xuất khẩu	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	01	01	01	01	01	Cuốn
III	Triển khai thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”									
1	Tổ chức Phiên chợ đưa hàng Việt về miền núi, nông thôn tại các địa bàn vùng sâu, vùng xa, khu, cụm công nghiệp/chương trình giới thiệu hàng Việt.	UBND tỉnh	Sở Công Thương,	UBMT Tổ quốc Việt Nam tỉnh; Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	03	03	03	03	03	Phiên

TT	Nội dung thực hiện	Cơ quan chỉ đạo	Cơ quan chủ trì	Đơn vị phối hợp	Số lượng và năm thực hiện					Ghi chú
					2026	2027	2028	2029	2030	
2	Tổ chức Chương trình Kích cầu tiêu dùng nội địa gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”	UBND tỉnh	Sở Công Thương	UBMT Tổ quốc Việt Nam tỉnh; các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	03	03	03	03	03	Chương trình
IV	Triển khai xây dựng Chương trình doanh nghiệp dẫn dắt ngành hàng (Leading Corporations &SMEs Pioneers)									
1	Nghiên cứu hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã tham gia chuỗi cung ứng và Chương trình “Vươn ra thị trường quốc tế (Go Global)”	UBND tỉnh; Bộ Công Thương	Sở Công Thương	Cục Xúc tiến thương mại; Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan		01	01	01	01	Chương trình
2	Tổ chức Chương trình xúc tiến, kết nối tiêu thụ sản phẩm tiềm năng, chủ lực, lợi thế của tỉnh (Trà, Na, Gà, Miến, Bí xanh, nghệ, quýt Bắc Kạn, Thịt lợn trà xanh, ôi Linh Nham...)	UBND tỉnh	Sở Công Thương, UBND cấp xã	UBND cấp xã và đơn vị liên quan	10	10	10	10	10	Chương trình
V	Ứng dụng công nghệ số trong xúc tiến thương mại và phát triển thương mại điện tử									
1	Tổ chức Chương trình Mega livestream bán hàng trên các nền tảng thương mại điện tử	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	04	04	04	04	04	Chương trình
2	Tổ chức thực hiện hiệu quả Kế hoạch tổng thể phát triển Thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026-2030 trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đã được UBND tỉnh phê duyệt	UBND tỉnh	Sở Công Thương; Các đơn vị được giao chủ trì theo Kế hoạch	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	01	01	01	01	01	Kế hoạch

TT	Nội dung thực hiện	Cơ quan chỉ đạo	Cơ quan chủ trì	Đơn vị phối hợp	Số lượng và năm thực hiện					Ghi chú
					2026	2027	2028	2029	2030	
VI	Tập huấn, bồi dưỡng nâng cao năng lực xúc tiến thương mại									
1	Tổ chức các lớp tập huấn về kỹ năng xúc tiến thương mại	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	03	03	03	03	03	Lớp
2	Tổ chức chương trình tập huấn về chuyển đổi số, chuyển đổi xanh và tiêu chuẩn hàng hóa...	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Cục XTTM, các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	02	02	02	02	02	Lớp
VII	Tăng cường cơ sở vật chất, phát triển hạ tầng xúc tiến thương mại									
1	Hỗ trợ xây dựng “Điểm trung bày giới thiệu sản phẩm xã, phường” tại Sở Công Thương và một số địa phương	UBND tỉnh	Sở Công Thương; UBND cấp xã	Sở Tài chính; các đơn vị có liên quan	01	01	01	01	01	Điểm
2	Hỗ trợ xây dựng không gian giới thiệu - trải nghiệm sản phẩm OCOP gắn với du lịch và làng nghề tại các khu điểm, du lịch	UBND tỉnh	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Sở Tài chính; UBND cấp xã và các đơn vị có liên quan	01	01	01	01	01	Điểm
VIII	Nâng cao năng lực quản lý nhà nước về công tác xúc tiến thương mại									
1	Xây dựng quy chế phối hợp hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	01					Văn bản
2	Xây dựng quy chế Xây dựng, quản lý và thực hiện chương trình xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	01					Văn bản

TT	Nội dung thực hiện	Cơ quan chỉ đạo	Cơ quan chủ trì	Đơn vị phối hợp	Số lượng và năm thực hiện					Ghi chú
					2026	2027	2028	2029	2030	
3	Xây dựng định mức chi các nội dung hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	01					Văn bản
IX	Các hoạt động xúc tiến thương mại khác									
1	Hoạt động xúc tiến thương mại khác (<i>trưng bày, giới thiệu tại các hội nghị, hội thảo, ngày lễ...nội dung đột xuất được thực hiện theo chỉ đạo của UBND tỉnh, Bộ Công Thương và các hoạt động XTTM đối ngoại, tham gia các Hội nghị, hội thảo, tổ chức hội nghị phát sinh trên thực tế khi được UBND tỉnh giao nhiệm vụ</i>)	UBND tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, UBND cấp xã và đơn vị liên quan	05	05	05	05	05	Chương trình