

KẾ HOẠCH

Triển khai Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng của con người Việt Nam trên địa bàn tỉnh An Giang giai đoạn 2026 - 2030

Căn cứ Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ngày 20 tháng 6 năm 2023.

Căn cứ Nghị quyết số 114/NQ-CP ngày 29 tháng 4 năm 2025 của Chính phủ ban hành Kế hoạch triển khai Nghị quyết số 162/2024/QH15 của Quốc hội về Chương trình mục tiêu quốc gia về phát triển văn hóa giai đoạn 2025 - 2035.

Căn cứ Quyết định số 3399/QĐ-BVHTTDL ngày 23 tháng 9 năm 2025 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia về phát triển văn hóa giai đoạn 2025 - 2035, giai đoạn I từ năm 2025 đến năm 2030.

Căn cứ Quyết định số 1536/QĐ-BCT ngày 29 tháng 6 năm 2026 của Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam.

Căn cứ Quyết định số 450/QĐ-UBND ngày 02 tháng 02 năm 2026 của Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành Kế hoạch thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia về phát triển văn hóa giai đoạn 2025-2035, giai đoạn I từ năm 2025 đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh An Giang.

Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành Kế hoạch triển khai Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam trên địa bàn tỉnh An Giang giai đoạn 2026 - 2030 với các nội dung sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

a) Triển khai thống nhất, hiệu quả Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam trên địa bàn tỉnh; góp phần xây dựng môi trường tiêu dùng văn minh, lành mạnh, trách nhiệm; nâng cao ý thức chấp hành pháp luật, đạo đức kinh doanh và văn hóa tiêu dùng của tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp và người dân.

b) Cụ thể hóa nhiệm vụ của tỉnh trong triển khai Chương trình mục tiêu quốc gia về phát triển văn hóa giai đoạn 2025 - 2035, giai đoạn I từ năm 2025 đến năm 2030 đối với nội dung xây dựng và triển khai Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng.

c) Phát huy vai trò của các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội,

hội, hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và người tiêu dùng trong xây dựng văn hóa tiêu dùng; góp phần phát triển thị trường trong nước bền vững, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

2. Yêu cầu

a) Bảo đảm triển khai đồng bộ, thống nhất, thiết thực, hiệu quả; phù hợp với điều kiện thực tế của tỉnh và chức năng, nhiệm vụ của từng cơ quan, đơn vị, địa phương.

b) Xác định rõ nhiệm vụ, trách nhiệm của các sở, ban, ngành, Ủy ban nhân dân cấp xã và các cơ quan, đơn vị có liên quan; tăng cường phối hợp, lồng ghép với các chương trình, đề án, kế hoạch đang triển khai trên địa bàn tỉnh, bảo đảm tiết kiệm, hiệu quả, không chồng chéo, không phát sinh tổ chức mới và sử dụng hiệu quả các nguồn lực.

c) Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức; khuyến khích sự tham gia chủ động của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và người dân trong thực hiện Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng.

d) Tăng cường kiểm tra, giám sát, định kỳ sơ kết, tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện trên cơ sở các chỉ tiêu, tiêu chí đã đề ra; kịp thời biểu dương các mô hình, cách làm hiệu quả và nhân rộng trong toàn tỉnh.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

Triển khai đồng bộ, hiệu quả Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam trên địa bàn tỉnh; xây dựng môi trường tiêu dùng văn minh, lành mạnh, trách nhiệm; nâng cao ý thức chấp hành pháp luật, đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và văn hóa tiêu dùng của người dân; góp phần phát triển thị trường trong nước bền vững, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng, thực hiện mục tiêu phát triển văn hóa gắn với phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2030

a) 100% các sở, ban, ngành cấp tỉnh và Ủy ban nhân dân cấp xã tổ chức hoặc lồng ghép tuyên truyền, phổ biến Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng phù hợp với chức năng, nhiệm vụ và điều kiện thực tế.

b) 100% các chương trình tuyên truyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và các hoạt động xúc tiến thương mại do tỉnh tổ chức có lồng ghép nội dung phù hợp về văn hóa tiêu dùng.

c) Hằng năm, tổ chức hoặc lồng ghép ít nhất 02 hoạt động cấp tỉnh (hội nghị, tập huấn, diễn đàn hoặc hoạt động truyền thông) nhằm phổ biến Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng đến doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và người tiêu dùng.

d) Phân đầu ít nhất 70% doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh tham gia các chương trình, hoạt động do tỉnh tổ chức được tiếp cận thông tin, tuyên

truyền và hướng dẫn thực hiện Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng.

đ) Đến năm 2030, lựa chọn, nhân rộng các mô hình, cách làm phù hợp, hiệu quả về kinh doanh văn minh, điểm bán hàng văn hóa hoặc tiêu dùng bền vững trên địa bàn tỉnh.

e) Tổ chức sơ kết, đánh giá giữa kỳ và tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch theo tiến độ; kịp thời đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả triển khai và định hướng thực hiện trong giai đoạn tiếp theo.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Tuyên truyền, phổ biến và nâng cao nhận thức

a) Tổ chức tuyên truyền, phổ biến Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng bằng các hình thức phù hợp với từng nhóm đối tượng, góp phần nâng cao nhận thức, trách nhiệm của cán bộ, công chức, viên chức, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và người tiêu dùng.

b) Lồng ghép nội dung về văn hóa tiêu dùng trong công tác phổ biến, giáo dục pháp luật; các hoạt động hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam; Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; các chương trình phát triển thị trường trong nước, xúc tiến thương mại, khuyến công và các hoạt động, phong trào có liên quan trên địa bàn tỉnh.

c) Phát huy vai trò của các cơ quan thông tin, truyền thông, tổ chức chính trị - xã hội, hội, hiệp hội ngành hàng và các cơ quan, đơn vị trong tuyên truyền, vận động thực hiện các giá trị, chuẩn mực và quy tắc ứng xử văn hóa trong sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng; giới thiệu, lan tỏa các mô hình, cách làm hiệu quả, điển hình tiên tiến.

d) Tăng cường tuyên truyền về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng, trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh; khuyến khích hình thành thói quen tiêu dùng văn minh, có trách nhiệm, ưu tiên sản phẩm có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, bảo đảm chất lượng và phù hợp với quy định của pháp luật.

2. Triển khai thực hiện Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng

a) Tổ chức phổ biến, hướng dẫn thực hiện Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng đến các cơ quan, đơn vị, địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và các tổ chức, cá nhân có liên quan.

b) Hướng dẫn, khuyến khích doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh, chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi và các cơ sở kinh doanh thương mại thực hiện các chuẩn mực ứng xử văn minh trong hoạt động kinh doanh; nâng cao đạo đức kinh doanh, trách nhiệm với người tiêu dùng và trách nhiệm xã hội.

c) Lồng ghép việc thực hiện Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng với các chương trình, đề án, kế hoạch về phát triển thương mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, phát triển thị trường trong nước, thương mại điện tử và các chương trình, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội có liên quan.

d) Khuyến khích doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và các cơ sở

kinh doanh xây dựng, duy trì các mô hình kinh doanh văn minh, thương mại có trách nhiệm; khuyến khích các sáng kiến thúc đẩy tiêu dùng xanh, tiêu dùng bền vững và thực hiện hiệu quả Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng.

3. Ứng dụng công nghệ số và đa dạng hóa hình thức truyền thông

a) Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, nền tảng số và các phương tiện truyền thông trong tuyên truyền, phổ biến Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng; đa dạng hóa hình thức truyền thông, phù hợp với từng nhóm đối tượng.

b) Khai thác, sử dụng hiệu quả cổng thông tin điện tử, nền tảng số, mạng xã hội và các phương tiện thông tin đại chúng để truyền tải thông tin, thông điệp về văn hóa tiêu dùng; giới thiệu, lan tỏa các mô hình, cách làm hiệu quả, điển hình tiên tiến trong sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng.

c) Khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số trong cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ; truy xuất nguồn gốc, xuất xứ; tiếp nhận, giải quyết phản ánh của người tiêu dùng; phát triển thương mại điện tử và nâng cao tính minh bạch trong hoạt động kinh doanh.

4. Tăng cường phối hợp, theo dõi, kiểm tra và đánh giá

a) Tăng cường phối hợp giữa các sở, ban, ngành cấp tỉnh, Ủy ban nhân dân cấp xã, tổ chức chính trị - xã hội, hội, hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp trong triển khai thực hiện Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng.

b) Lồng ghép việc thực hiện Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng với công tác quản lý nhà nước về thương mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, phát triển thị trường trong nước và các chương trình, kế hoạch có liên quan; bảo đảm phù hợp với chức năng, nhiệm vụ và thẩm quyền của từng cơ quan, đơn vị.

c) Theo dõi, đôn đốc, kiểm tra, đánh giá tình hình thực hiện các nhiệm vụ của Kế hoạch; kịp thời tổng hợp, báo cáo những khó khăn, vướng mắc và đề xuất giải pháp phù hợp trong quá trình triển khai.

d) Tổ chức sơ kết, tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch; biểu dương, giới thiệu, nhân rộng các mô hình, cách làm hiệu quả, phù hợp; đồng thời chấn chỉnh, khắc phục những hạn chế trong quá trình thực hiện.

5. Huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực

a) Huy động, bố trí và sử dụng hiệu quả các nguồn lực hợp pháp để triển khai thực hiện Kế hoạch; ưu tiên lồng ghép với các chương trình, đề án, kế hoạch về phát triển thương mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, phát triển văn hóa, chuyển đổi số và các chương trình, nhiệm vụ có liên quan.

b) Khuyến khích sự tham gia của doanh nghiệp, hợp tác xã, hội, hiệp hội ngành hàng, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội, cơ sở giáo dục và cộng đồng trong tuyên truyền, thực hiện và lan tỏa các giá trị, chuẩn mực văn hóa trong sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng.

c) Tăng cường trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm, thông tin và cách làm hiệu quả giữa các cơ quan, đơn vị, địa phương, doanh nghiệp và các tổ chức có liên quan nhằm nâng cao hiệu quả triển khai Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con

người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng.

IV. TIẾN ĐỘ THỰC HIỆN

1. Năm 2026

a) Ban hành và tổ chức triển khai Kế hoạch thực hiện Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam trên địa bàn tỉnh.

b) Tổ chức tuyên truyền, phổ biến Khung hệ giá trị và Bộ quy tắc ứng xử đến các cơ quan, đơn vị, địa phương, tổ chức chính trị - xã hội, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và người tiêu dùng bằng hình thức phù hợp.

c) Lồng ghép nội dung thực hiện Kế hoạch với các chương trình, đề án, kế hoạch về phát triển thương mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, phát triển văn hóa, chuyển đổi số và các chương trình, nhiệm vụ có liên quan.

d) Hướng dẫn, phối hợp, theo dõi và đánh giá bước đầu việc triển khai thực hiện Kế hoạch; kịp thời tổng hợp những khó khăn, vướng mắc phát sinh đề xuất giải pháp phù hợp.

2. Giai đoạn 2027 - 2029

a) Tiếp tục triển khai các nhiệm vụ, giải pháp của Kế hoạch; lồng ghép việc thực hiện Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng với các chương trình, kế hoạch, đề án thuộc lĩnh vực, địa bàn quản lý.

b) Đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức; tăng cường ứng dụng công nghệ số, đa dạng hóa hình thức truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng.

c) Hướng dẫn, khuyến khích xây dựng, duy trì và nhân rộng các mô hình, sáng kiến, cách làm hiệu quả trong thực hiện Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng; thúc đẩy tiêu dùng văn minh, có trách nhiệm và bền vững.

d) Theo dõi, đôn đốc, đánh giá kết quả thực hiện; tổ chức sơ kết giữa kỳ, kịp thời tháo gỡ khó khăn, vướng mắc và điều chỉnh, bổ sung giải pháp phù hợp với tình hình thực tế.

3. Năm 2030

a) Tiếp tục triển khai các nhiệm vụ, giải pháp, phân đầu hoàn thành các mục tiêu, chỉ tiêu của Kế hoạch.

b) Đánh giá toàn diện kết quả thực hiện Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng giai đoạn 2026 - 2030; đánh giá kết quả đạt được, tồn tại, hạn chế, nguyên nhân và bài học kinh nghiệm.

c) Tổ chức tổng kết thực hiện Kế hoạch; biểu dương, khen thưởng các tập thể, cá nhân có thành tích tiêu biểu theo quy định; lựa chọn, giới thiệu và nhân rộng các mô hình, cách làm hiệu quả; đề xuất nhiệm vụ, giải pháp và định hướng triển khai trong giai đoạn tiếp theo.

V. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Kinh phí thực hiện Kế hoạch được bố trí từ ngân sách nhà nước theo

phân cấp ngân sách hiện hành, lồng ghép trong kinh phí thực hiện các chương trình, đề án, kế hoạch có liên quan đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt và các nguồn kinh phí hợp pháp khác theo quy định của pháp luật.

2. Các sở, ban, ngành cấp tỉnh, Ủy ban nhân dân cấp xã căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao, chủ động xây dựng dự toán kinh phí thực hiện các nhiệm vụ của Kế hoạch, tổng hợp vào dự toán ngân sách hằng năm của cơ quan, đơn vị, địa phương theo quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước và các quy định có liên quan.

3. Việc quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí thực hiện Kế hoạch bảo đảm đúng mục đích, tiết kiệm, hiệu quả và tuân thủ các quy định của pháp luật.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công Thương

a) Là cơ quan chủ trì, tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch; chủ trì, phối hợp với các sở, ban, ngành cấp tỉnh, Ủy ban nhân dân cấp xã và các cơ quan, đơn vị có liên quan hướng dẫn, đôn đốc, theo dõi việc thực hiện; chủ trì tuyên truyền, phổ biến và lồng ghép việc thực hiện Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng với các chương trình, kế hoạch thuộc lĩnh vực quản lý.

b) Chủ trì tổng hợp tình hình, kết quả thực hiện; tổ chức sơ kết, tổng kết theo tiến độ của Kế hoạch; báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh và Bộ Công Thương theo quy định.

2. Các sở, ban, ngành cấp tỉnh, Ủy ban nhân dân cấp xã và các cơ quan, đơn vị có liên quan

a) Căn cứ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn được giao và điều kiện thực tế, chủ động tổ chức thực hiện các nhiệm vụ của Kế hoạch; lồng ghép nội dung về văn hóa tiêu dùng vào các chương trình, kế hoạch, đề án thuộc lĩnh vực, địa bàn quản lý; phối hợp thực hiện các nhiệm vụ được phân công tại Phụ lục kèm theo Kế hoạch.

b) Định kỳ hoặc khi có yêu cầu, báo cáo tình hình, kết quả thực hiện về Sở Công Thương để tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh.

3. Đề nghị Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh và các tổ chức thành viên

Phối hợp tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và Nhân dân thực hiện Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng; lồng ghép với các phong trào, cuộc vận động do cơ quan, tổ chức phát động; tham gia giám sát, phản ánh, kiến nghị theo chức năng, nhiệm vụ, góp phần xây dựng văn hóa tiêu dùng văn minh, có trách nhiệm và bền vững.

4. Các doanh nghiệp, hợp tác xã, hội, hiệp hội ngành hàng và các tổ chức, cá nhân có liên quan

a) Chủ động thực hiện Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng phù hợp với

hoạt động sản xuất, kinh doanh và cung ứng dịch vụ; nâng cao đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội, bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

b) Phối hợp với các cơ quan, đơn vị trong công tác tuyên truyền, phổ biến; khuyến khích xây dựng, duy trì và nhân rộng các mô hình, cách làm hiệu quả về kinh doanh văn minh, thương mại có trách nhiệm và tiêu dùng bền vững.

VII. CHẾ ĐỘ BÁO CÁO

1. Các sở, ban, ngành cấp tỉnh, Ủy ban nhân dân cấp xã và các cơ quan, đơn vị có liên quan căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao, định kỳ báo cáo tình hình, kết quả thực hiện Kế hoạch về Sở Công Thương trước ngày 15 tháng 12 hằng năm để tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh và Bộ Công Thương theo quy định. Báo cáo sơ kết thực hiện Kế hoạch gửi về Sở Công Thương trước ngày 15 tháng 12 năm 2028; báo cáo tổng kết gửi trước ngày 15 tháng 12 năm 2030. Trường hợp có yêu cầu báo cáo đột xuất, các cơ quan, đơn vị, địa phương thực hiện theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền.

2. Nội dung báo cáo tập trung vào tình hình triển khai, kết quả thực hiện các nhiệm vụ, mục tiêu, chỉ tiêu được giao; khó khăn, vướng mắc, nguyên nhân và đề xuất, kiến nghị (nếu có).

3. Sở Công Thương theo dõi, đôn đốc, tổng hợp báo cáo của các cơ quan, đơn vị, địa phương; báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh và Bộ Công Thương theo quy định.

Ủy ban nhân dân tỉnh yêu cầu các sở, ban, ngành cấp tỉnh, Ủy ban nhân dân cấp xã và các cơ quan, đơn vị có liên quan nghiêm túc tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch này. Trong quá trình thực hiện, nếu phát sinh khó khăn, vướng mắc, các cơ quan, đơn vị, địa phương kịp thời phản ánh về Sở Công Thương để tổng hợp, báo cáo, tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét, quyết định./. *Tquel*

Nơi nhận: *Handwritten signature*

- Bộ Công Thương;
- TT.Tỉnh ủy, TT.HĐND tỉnh;
- Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh và các tổ chức thành viên;
- CT và các PCT.UBND tỉnh;
- Các sở, ban, ngành cấp tỉnh;
- Báo và Phát thanh, Truyền hình tỉnh;
- Liên minh Hợp tác xã tỉnh;
- Hiệp hội Doanh nghiệp tỉnh;
- Các doanh nghiệp nhà nước trên địa bàn tỉnh;
- Cổng thông tin điện tử tỉnh;
- UBND cấp xã;
- LĐVP, các đơn vị thuộc Văn phòng;
- Lưu: VT, hvathien “HT”.

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



Handwritten signature of Nguyễn Thanh Phong
Nguyễn Thanh Phong

Phụ lục
PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ TRIỂN KHAI KHUNG HỆ GIÁ TRỊ VĂN HÓA, HỆ GIÁ TRỊ CON NGƯỜI VIỆT NAM TRONG TIÊU DÙNG VÀ BỘ QUY TẮC ỨNG XỬ TRONG VĂN HÓA TIÊU DÙNG CỦA CON NGƯỜI VIỆT NAM TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH AN GIANG GIAI ĐOẠN 2026 - 2030

(Kèm theo Kế hoạch số 472 /KH-UBND ngày 20 tháng 8 năm 2026 của Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang)

STT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Kết quả/Sản phẩm
1	Tuyên truyền, phổ biến Khung hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam trong tiêu dùng và Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng đến cán bộ, công chức, viên chức, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và Nhân dân	Sở Công Thương	Sở Văn hóa và Thể thao; Báo và Phát thanh, Truyền hình tỉnh; Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh và các tổ chức thành viên; các sở, ban, ngành cấp tỉnh; UBND cấp xã	Thường xuyên	Hội nghị, lớp tập huấn, tài liệu, tin, bài, sản phẩm truyền thông
2	Lồng ghép tuyên truyền văn hóa tiêu dùng trong Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam (15/3), chương trình phát triển thị trường trong nước, xúc tiến thương mại, khuyến công, thương mại điện tử và các chương trình có liên quan	Sở Công Thương	Các sở, ban, ngành cấp tỉnh; UBND cấp xã; doanh nghiệp, hợp tác xã	Thường xuyên	Nội dung tuyên truyền được lồng ghép trong các chương trình, kế hoạch
3	Hướng dẫn doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh, chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi và các cơ sở kinh doanh thương mại thực	Sở Công Thương	Hiệp hội Doanh nghiệp tỉnh; Liên minh Hợp tác xã tỉnh; các sở, ban,	Thường xuyên	Hội nghị, hội thảo, tài liệu hướng dẫn; tỷ lệ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh tham gia các chương trình, hoạt động do tỉnh

STT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Kết quả/Sản phẩm
	hiện Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng; phấn đấu bảo đảm ít nhất 70% doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh tham gia các chương trình, hoạt động do tỉnh tổ chức được tiếp cận thông tin, tuyên truyền và hướng dẫn thực hiện Bộ quy tắc		ngành có liên quan		tổ chức được tiếp cận thông tin, tuyên truyền và hướng dẫn thực hiện Bộ quy tắc đạt ít nhất 70%.
4	Tuyên truyền, vận động người tiêu dùng thực hiện tiêu dùng có trách nhiệm; ưu tiên sử dụng hàng Việt Nam, sản phẩm OCOP, sản phẩm chủ lực của tỉnh, hàng hóa có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, có truy xuất nguồn gốc; khuyến khích tiêu dùng xanh, tiêu dùng bền vững; lựa chọn, giới thiệu, nhân rộng các mô hình, cách làm hiệu quả về kinh doanh văn minh, điểm bán hàng văn hóa và tiêu dùng bền vững	Sở Công Thương	Sở Văn hóa và Thể thao; Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh và các tổ chức thành viên; UBND cấp xã	Thường xuyên	Hoạt động truyền thông, tuyên truyền
5	Hàng năm tổ chức hoặc lồng ghép ít nhất 02 hoạt động cấp tỉnh (hội nghị, tập huấn, diễn đàn, hoạt động truyền thông) nhằm phổ biến, hướng dẫn thực hiện Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng	Sở Công Thương	Các sở, ban, ngành cấp tỉnh; UBND cấp xã; các tổ chức, doanh nghiệp có liên quan	Hàng năm	Hội nghị, lớp tập huấn
6	Tăng cường kiểm tra, giám sát việc chấp hành các quy định của pháp luật trong hoạt động kinh doanh, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; kịp thời	Sở Công Thương	Công an tỉnh; Sở Y tế; Sở Nông nghiệp và Môi trường; các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Kế hoạch kiểm tra, báo cáo, xử lý vi phạm

STT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Kết quả/Sản phẩm
	phát hiện, xử lý hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không rõ nguồn gốc, gian lận thương mại và các hành vi xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng				
7	Lồng ghép nội dung văn hóa tiêu dùng trong các hoạt động văn hóa, phong trào xây dựng đời sống văn hóa; xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh trong hoạt động thương mại và tiêu dùng	Sở Văn hóa và Thể thao	Sở Công Thương; các sở, ban, ngành cấp tỉnh; UBND cấp xã	Thường xuyên	Chương trình, hoạt động tuyên truyền
8	Tuyên truyền, hướng dẫn về tiêu chuẩn, chất lượng, truy xuất nguồn gốc, sở hữu trí tuệ; thúc đẩy đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số trong sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng	Sở Khoa học và Công nghệ	Sở Công Thương; các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chương trình, tài liệu, hoạt động tập huấn
9	Ứng dụng công nghệ số, nền tảng số và các phương tiện truyền thông trong tuyên truyền, phổ biến Bộ quy tắc ứng xử trong văn hóa tiêu dùng; khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số trong cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ, truy xuất nguồn gốc, tiếp nhận và giải quyết phản ánh của người tiêu dùng, phát triển thương mại điện tử	Sở Công Thương	Sở Khoa học và Công nghệ; Báo và Phát thanh, Truyền hình tỉnh; các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Hoạt động tuyên truyền, hướng dẫn; nội dung truyền thông; mô hình/giải pháp ứng dụng công nghệ số
10	Lồng ghép tuyên truyền, giáo dục về văn hóa tiêu dùng phù hợp trong các	Sở Giáo dục và Đào tạo	Sở Công Thương; các cơ sở giáo dục	Hàng năm	Hoạt động giáo dục, tuyên truyền

STT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Kết quả/Sản phẩm
	hoạt động giáo dục, góp phần hình thành nhận thức và thói quen tiêu dùng văn minh cho học sinh, sinh viên				
11	Tuyên truyền, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm OCOP, sản phẩm chủ lực, sản phẩm nông sản an toàn; khuyến khích sản xuất, tiêu dùng xanh, tiết kiệm và bền vững	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Sở Công Thương; UBND cấp xã	Thường xuyên	Mô hình, báo cáo kết quả
12	Tuyên truyền, kiểm tra việc bảo đảm an toàn thực phẩm; nâng cao nhận thức người dân trong lựa chọn, sử dụng thực phẩm an toàn	Sở Y tế	Sở Nông nghiệp và Môi trường; Chi cục Quản lý thị trường; UBND cấp xã	Thường xuyên	Kế hoạch, báo cáo kiểm tra
13	Phối hợp tham mưu bố trí kinh phí thực hiện Kế hoạch theo khả năng cân đối ngân sách và quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước	Sở Tài chính	Sở Công Thương; các cơ quan, đơn vị có liên quan	Hàng năm	Kinh phí được bố trí theo quy định
14	Đấu tranh phòng, chống sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm, hàng nhập lậu, gian lận thương mại; bảo đảm an ninh, an toàn trong hoạt động thương mại, nhất là trên môi trường số	Công an tỉnh	Chi cục Quản lý thị trường; các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Kế hoạch, kết quả xử lý
15	Tổ chức hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm, kết nối cung cầu; quảng bá sản phẩm tỉnh An Giang gắn với xây dựng văn hóa tiêu dùng và Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; lồng ghép	Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh	Sở Công Thương; các doanh nghiệp; hợp tác xã; các sở, ban, ngành có liên quan	Hàng năm	Chương trình xúc tiến thương mại

STT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Kết quả/Sản phẩm
	nội dung phù hợp về văn hóa tiêu dùng trong các hoạt động do tỉnh tổ chức				
16	Xây dựng chuyên trang, chuyên mục, tin, bài, phóng sự tuyên truyền về văn hóa tiêu dùng, quyền lợi người tiêu dùng, văn hóa kinh doanh và mô hình tiêu biểu	Báo và Phát thanh, Truyền hình tỉnh	Sở Công Thương; Sở Văn hóa và Thể thao; các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên mục, tin, bài, phóng sự
17	Tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và Nhân dân thực hiện văn hóa tiêu dùng; phát huy vai trò giám sát cộng đồng trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng	Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh và các tổ chức thành viên	Sở Công Thương; các sở, ban, ngành cấp tỉnh; UBND cấp xã	Thường xuyên	Hoạt động tuyên truyền, giám sát
18	Xây dựng kế hoạch triển khai tại địa phương; lồng ghép nội dung Kế hoạch vào chương trình phát triển kinh tế - xã hội; tổ chức tuyên truyền, kiểm tra và báo cáo kết quả thực hiện	UBND các xã, phường, đặc khu	Sở Công Thương; các cơ quan, đơn vị có liên quan	Hàng năm	Kế hoạch/lồng ghép nhiệm vụ; hoạt động tuyên truyền; báo cáo kết quả thực hiện.
19	Theo dõi, hướng dẫn, đôn đốc, tổng hợp tình hình thực hiện Kế hoạch; tham mưu sơ kết, tổng kết và báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh, Bộ Công Thương theo quy định	Sở Công Thương	Các sở, ban, ngành cấp tỉnh; UBND cấp xã; các cơ quan, đơn vị có liên quan	Định kỳ hằng năm, sơ kết 2028, tổng kết 2030	Báo cáo định kỳ, sơ kết, tổng kết