

Số: /BC-SCT

Bắc Giang, ngày tháng 11 năm 2020

BÁO CÁO

Kết quả hoạt động xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 – 2020; Phương hướng, nhiệm vụ và giải pháp chủ yếu giai đoạn 2021 - 2025

Thực hiện Quyết định số 1490/KH-UBND ngày 10/8/2015 của Chủ tịch UBND tỉnh về việc ban hành Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 – 2020. Sau 5 năm triển khai tổ chức thực hiện, Sở Công Thương báo cáo kết quả đạt được về hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2016 - 2020 và đề ra một số phương hướng, nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu về hoạt động xúc tiến thương mại tỉnh giai đoạn 2021 – 2025, cụ thể như sau:

I. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI GIAI ĐOẠN 2016 - 2020

1. Công tác chỉ đạo

Thực hiện 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 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; 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 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; Quyết định số 97/2009/QĐ-UBND ngày 30/9/2009 của UBND tỉnh Bắc Giang về việc ban hành Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang; Quyết định số 1490/QĐ-UBND ngày 10/8/2015 của Chủ tịch UBND tỉnh về việc ban hành Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang, giai đoạn 2016-2020.

Trên cơ sở đó, hàng năm Chủ tịch UBND tỉnh có quyết định phê duyệt Chương trình xúc tiến thương mại và giao Sở Công Thương chỉ đạo Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại là cơ quan chủ trì tổ chức thực hiện các chương trình. Sở Công Thương đã thường xuyên phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Vụ Thị trường trong nước, Vụ Thị trường Á Phi (Bộ Công Thương); Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản (Bộ Nông nghiệp và PTNT); các cơ quan thuộc Bộ, ngành liên quan; Sở Công Thương các tỉnh, thành phố; các Sở, ngành và các huyện, thành phố trong tỉnh đã triển khai thực hiện các đề án trong Chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh giai đoạn 2016 – 2020.

2. Kết quả hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2016 - 2020 theo Quyết định số 1490/KH-UBND

Giai đoạn 2016 – 2020, Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh đã tổ chức triển khai thực hiện được 25 đề án, với tổng số kinh phí ngân sách nhà nước tỉnh hỗ trợ là 17,7 tỷ đồng (đạt 78,7% kế hoạch kinh phí xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 - 2020), bình quân 3,54 tỷ đồng/năm, kết quả cụ thể như sau:

2.1. Công tác thông tin thương mại và tuyên truyền để tiêu thụ hàng hóa ở trong nước, nước ngoài

- Phối hợp với Đài Phát thanh - Truyền hình Bắc Giang xây dựng và phát sóng hàng tháng tạp chí “Xúc tiến công thương” (mỗi tháng 01 số). Phối hợp với Trung tâm Phát triển thương mại điện tử, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại - Bộ Công Thương triển khai quảng bá thương hiệu sản phẩm đặc sản tỉnh Bắc Giang trên cổng thông tin “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” (duy trì banner trên trang điện tử <http://www.tuhaoviet.vn>), quảng bá sàn giao dịch thương mại điện tử tỉnh Bắc Giang trên trang chủ nhịp cầu kinh doanh Á - Âu, Asemconnect.com (trang kết nối với Bộ Công thương các nước), cung cấp thông tin mặt hàng vải thiều tại một số thị trường mới (Mỹ, Úc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Thái Lan, Singgapo, Malaixia, EU...)

- Phát triển hệ thống thông tin thị trường, ứng dụng công nghệ thông tin trong việc thu thập và cung cấp thông tin chuyên sâu về thị trường trong nước và quốc tế. Mở rộng mạng lưới hợp tác, liên kết trao đổi thông tin đa chiều về hoạt động XTTM của tỉnh, hệ thống các cơ quan quản lý, các đơn vị hoạt động XTTM trong và ngoài nước với các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh.

- Thường xuyên cập nhật các thông tin, cơ hội kết nối giao thương, chính sách đầu tư phát triển sản xuất, kinh doanh của tỉnh; hỗ trợ người sản xuất, doanh nghiệp tìm kiếm đối tác, duy trì và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm; mời gọi các nhà đầu tư đến Bắc Giang; thông tin hoạt động của ngành, quảng bá các sản phẩm của tỉnh lên trang Web, san24h.vn. Đến nay, đã có gần 300 doanh nghiệp với trên 500 sản phẩm hàng hóa đã tham gia trưng bày, giới thiệu trên sàn giao dịch thương mại điện tử của tỉnh. Lượng khách hàng truy cập thông tin trên sàn giao dịch thương mại ngày càng lớn, tính đến nay đã có trên 16 triệu lượt khách hàng truy cập tìm kiếm thông tin về sản phẩm và doanh nghiệp của tỉnh.

- Hàng năm thực hiện nhiều chương trình tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến thương mại một số chuyên đề về hàng hóa, sản phẩm làng nghề đặc trưng, có thế mạnh của tỉnh trên các phương tiện thông tin đại chúng (Trên VTV1, VTV2 - Đài Truyền hình Việt Nam, Đài PT-HT Hà Nội, Truyền hình ANTV, Đài PT-TH Bắc Giang, Báo Bắc Gian,. Báo Tiền Phong, Vietnamnet, Báo Công Thương, Báo Nông nghiệp Việt Nam, Báo Lào Cai, báo Lạng Sơn...); một số sản phẩm chủ lực, đặc trưng của tỉnh đã được quảng bá, giới thiệu trên các trang mạng, báo chí nước ngoài. Xây dựng và phát hành các ấn phẩm thương mại như: Cuốn tài liệu catalo “Cẩm nang đặc sản Bắc Giang”, cuốn “ Bắc Giang - Điểm đến hấp

dẫn đầu tư” (bằng 5 thứ tiếng Việt, Anh, Trung, Nhật, Hàn), Catalog, tờ rơi... nhằm đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu những mặt hàng chủ lực, đặc trưng và tiềm năng của tỉnh (vải thiều, gà đồi, mỳ gạo Chũ, chè Bản ven, lợn sạch, rau quả, thực phẩm chế biến...) cho các đối tác trong và ngoài nước.

- Kinh phí thực hiện của nội dung này là: 3.272,0 triệu đồng.

2.2. Công tác tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm, xúc tiến thị trường trong nước và nước ngoài

- Công tác tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm trong nước và nước ngoài, hỗ trợ thâm nhập thị trường đã được quan tâm đặc biệt: Tổ chức trên 100 đoàn doanh nghiệp của tỉnh tham gia hội chợ tại các tỉnh trong nước và nước ngoài tổ chức; hỗ trợ kinh phí trên 100 gian hàng tiêu chuẩn cho hàng trăm lượt doanh nghiệp trên địa bàn tham gia trưng bày, triển lãm tại hội chợ thương mại trong nước. Tổ chức triển khai 28 gian hàng trưng bày, triển lãm sản phẩm và hàng hoá đặc trưng của tỉnh tham gia các hội chợ, triển lãm thương mại cấp quốc gia và quốc tế lớn ở trong và ngoài nước, như: Hội chợ Vietnam Expo tại Hà Nội, hội chợ thương mại quốc tế luân phiên Việt - Trung (tại Lào Cai, Việt Nam và Hà Khẩu, Trung Quốc), hội chợ thương mại quốc tế Việt - Trung tại Lạng Sơn, hội chợ đặc sản vùng miền Việt Nam tại Hà Nội, hội chợ Hùng Vương tại TP Việt Trì, hội chợ OCOP Quảng Ninh tại TP Hạ Long, hội chợ Nông sản HTX, Liên hiệp HTX và Doanh nghiệp tại TP Hà Nội... Các gian hàng trưng bày triển lãm của tỉnh Bắc Giang đã thu hút hàng vạn lượt khách hàng đến thăm quan, tìm hiểu và được Ban tổ chức các hội chợ tặng bằng khen, giấy chứng nhận là gian hàng trưng bày đẹp, sản phẩm đa dạng về chủng loại, phong phú về mẫu mã và có chất lượng...

- Kinh phí thực hiện của nội dung này là: 2.297,0 triệu đồng.

2.3. Công tác tổ chức các chương trình xúc tiến tiêu thụ vải thiều và các sản phẩm nông sản chủ lực, đặc trưng của tỉnh

- Thường xuyên phối hợp với các cơ quan chức năng của các Bộ, ngành Trung ương (Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và PTNT ...); các cơ quan chức năng của các tỉnh, thành phố (Lào Cai, Lạng Sơn, thành phố Hà Nội, TP Hồ Chí Minh...); các cơ quan chức năng chính quyền tỉnh Quảng Tây, Vân Nam (Trung Quốc); các cơ quan chức năng chính quyền Thị Bằng Tường (tỉnh Quảng Tây-Trung Quốc), huyện Hà Khẩu (tỉnh Vân Nam-Trung Quốc); các cơ quan chức năng của tỉnh Bắc Giang; các doanh nghiệp trong và ngoài nước; các cơ quan thông tấn báo chí Trung ương và địa phương tổ chức thành công Hội nghị xúc tiến tiêu thụ sản phẩm vải thiều và các sản phẩm chủ lực, đặc trưng và tiềm năng của tỉnh; quảng bá các sản phẩm văn hóa, du lịch của tỉnh tại Bắc Giang và các tỉnh: Lào Cai, Lạng Sơn, thành phố Hà Nội, TP Hồ Chí Minh (năm 2016 tại Lào Cai, Lạng Sơn, năm 2017 tại TP Hồ Chí Minh, TP Bắc Giang ...); “Diễn đàn kinh tế sản xuất, tiêu thụ vải thiều và quảng bá các sản phẩm văn hóa, du lịch, nông sản chủ lực, đặc trưng của tỉnh” năm 2017, 2018 và 2019 tại thành phố Bắc Giang và thị Bằng Tường (tỉnh Quảng Tây, Trung Quốc). Các sự kiện do tỉnh Bắc Giang tổ chức đã được Lãnh đạo Chính phủ; các Bộ, ngành Trung ương và

các tỉnh tham dự ghi nhận và đánh giá cao; các doanh nghiệp trong và ngoài nước đồng tình, tích cực tham gia ký kết hợp tác, kết nối tiêu thụ; các cơ quan thông tấn báo chí Trung ương và địa phương quan tâm tuyên truyền, quảng bá ...

- Đặc biệt, năm 2020 Sở Công Thương đã tham mưu UBND tỉnh tổ chức thành công Hội nghị trực tuyến xúc tiến tiêu thụ vải thiều. Đây là Hội nghị xúc tiến kết nối giao thương lần đầu tiên trên toàn quốc được tổ chức dưới dạng trực tuyến với 63 điểm cầu trong nước tại 63 tỉnh, thành phố và 04 điểm cầu tại Trung Quốc (tỉnh Vân Nam 02 điểm cầu, tỉnh Quảng Tây 02 điểm cầu). Sự kiện đã tạo sức hút và sự quan tâm của Lãnh đạo Chính phủ, các Bộ, ngành Trung ương, các tỉnh bạn, các doanh nghiệp trong và ngoài nước (Hội nghị có trên 2.000 đại biểu tham dự và đặc biệt có trên 500 doanh nghiệp trong và ngoài nước tham dự). Kết thúc Hội nghị đã được Lãnh đạo Chính phủ và các Bộ, ngành Trung ương, các tỉnh bạn đánh giá cao; được phía tỉnh Vân Nam, tỉnh Quảng Tây Trung Quốc gửi Công hàm bày tỏ hết sức coi trọng hoạt động này và đánh giá rất cao sự sáng tạo, linh hoạt của phía tỉnh Bắc Giang tổ chức Hội nghị trực tuyến trong bối cảnh ảnh hưởng do đại dịch covid-19 và cho rằng thành công của Hội nghị lần này có tác dụng dẫn dắt và hình mẫu để phía các tỉnh Bạn và các tỉnh Việt Nam triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối doanh nghiệp trong tương lai.

- Cùng với việc tổ chức các Hội nghị, Diễn đàn, UBND tỉnh đã chỉ đạo Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và PTNT, UBND huyện Lục Ngạn phối hợp với các Tập đoàn phân phối (Central Retail, Aeon, Lotte, Mega Market...), các Trung tâm thương mại, Siêu thị, chợ đầu mối, các doanh nghiệp trong và ngoài nước và các cơ quan truyền thông tổ chức nhiều hoạt động quảng bá, kết nối tiêu thụ vải thiều tại các tỉnh, thành phố trong nước và nước ngoài.

- Kinh phí thực hiện của nội dung này là: 10.067,0 triệu đồng.

2.4. Công tác tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực, phát triển sản phẩm địa phương

Công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực, phát triển sản phẩm được chú trọng: Đã phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại, Trung tâm Tư vấn & Đào tạo kinh tế thương mại, Trường đại học Thương mại Hà Nội (Bộ Công Thương), các Viện Nghiên cứu và các cơ quan liên quan của Bộ Công Thương tổ chức được 05 lớp đào tạo, tập huấn; Trong đó:

- Tổ chức 03 lớp đào tạo, tập huấn bồi dưỡng nâng cao kỹ năng xúc tiến thương mại, kiến thức xuất nhập khẩu, hội nhập kinh tế quốc tế; chính sách xuất nhập khẩu của thị trường xuất khẩu, nâng cao nhận thức về quản trị doanh nghiệp vừa và nhỏ, thiết kế bao bì, tem truy xuất nguồn gốc... cho trên 300 cán bộ quản lý thuộc các phòng ban, hội viên Hội nông dân các huyện và cán bộ quản lý các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh. Qua đó đã đáp ứng được một phần nhu cầu về kiến thức xúc tiến thương mại, hội nhập kinh tế quốc tế cho doanh nghiệp và cán bộ quản lý trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế.

- Tổ chức 02 lớp đào tạo, bồi dưỡng phát triển sản phẩm địa phương (phong trào mỗi xã phường một sản phẩm đặc sản), giúp các thành phần kinh tế

hoàn thiện quy trình sản xuất, phát triển chuỗi giá trị các sản phẩm đặc sản địa phương theo hướng thương mại hóa, nhằm kích thích sản xuất, nâng cao thu nhập, tạo ra nhiều công ăn việc làm, góp phần xoá đói giảm nghèo, thúc đẩy và phát triển kinh tế - xã hội vùng nông thôn, xây dựng nông thôn mới...

- Kinh phí thực hiện của nội dung này là: 230,0 triệu đồng.

2.5. Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại khác (khảo sát thị trường, quảng bá sản phẩm, trao đổi nghiệp vụ xúc tiến thương mại) ở trong và ngoài nước

- Hàng năm tổ chức các đoàn công tác cho cán bộ và doanh nghiệp tham gia các hoạt động trao đổi nghiệp vụ, kết nối giao thương và tìm kiếm đối tác, thị trường tại các tỉnh, thành phố có tiềm năng, lợi thế tiêu thụ sản phẩm của tỉnh; tháo gỡ khó khăn, mở rộng hoạt động phân phối... (như tại các thành phố: Hà Nội, Hải Phòng, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng; các tỉnh: Quảng Ninh, Lào Cai, Lạng Sơn ...).

- Thường xuyên tổ chức quảng bá, giới thiệu các sản phẩm đặc sản, chủ lực, đặc trưng và tiềm năng của tỉnh; các tiềm năng, lợi thế của tỉnh với các đối tác, khách hàng trong và ngoài nước đến giao dịch và làm việc với Sở Công Thương...

- Kinh phí thực hiện của nội dung này là : 1.817,0 triệu đồng.

3. Đánh giá chung

3.1. Ưu điểm

- Kế hoạch xúc tiến thương mại của tỉnh giai đoạn 2016-2020 có nhiều điểm mới, thực hiện các đề án có trọng điểm, tập trung vào thị trường có thể mạnh xuất khẩu, ưu tiên phát triển thương hiệu cho hàng hóa, sản phẩm chủ lực theo từng năm. Kế hoạch đã được định hướng mang tính trung hạn, tạo điều kiện cho đơn vị chủ trì và doanh nghiệp chủ động trong việc xây dựng kế hoạch và triển khai chương trình xúc tiến thương mại cho cả giai đoạn 2016-2020; giúp các cơ quan quản lý Nhà nước đánh giá đúng và làm tốt công tác hướng dẫn, chỉ đạo, định hướng phát triển sản xuất, kinh doanh cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, các cơ sở sản xuất kinh doanh và người dân.

- Chương trình xúc tiến thương mại hàng năm thường xuyên có sự đổi mới, sáng tạo về nội dung và phương thức triển khai: Tổ chức hội nghị, diễn đàn kết hợp trưng bày triển lãm giới thiệu, quảng bá sản phẩm; xúc tiến thương mại kết hợp xúc tiến đầu tư và xúc tiến quảng bá sản phẩm văn hóa, du lịch của địa phương; cách thức triển khai hoạt động xúc tiến thương mại kết hợp truyền thống và trực tuyến, phù hợp với xu thế và điều kiện thực tế, giúp thuận lợi trong tiêu thụ sản phẩm trong nước và xuất khẩu được ổn định.

- Mục tiêu của Kế hoạch xúc tiến thương mại giai đoạn 2016-2020 đã góp phần nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh của cộng đồng doanh nghiệp; Hỗ trợ phát triển hạ tầng thương mại; Ứng phó kịp thời, hiệu quả với những phản ứng, biến đổi của thị trường xuất nhập khẩu. Kế hoạch xúc tiến thương mại giai đoạn cũng quy định một số biện pháp phát triển ngoại thương, trong đó, quy định rất rõ về nội dung, nguồn kinh phí, nguyên tắc hỗ trợ và mức hỗ trợ... đối với các

đề án Xúc tiến thương mại của tỉnh; Hàng năm có hàng trăm doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh được trực tiếp tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, sử dụng các thông tin thị trường hoặc hưởng lợi từ các hoạt động do Chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh đem lại. Qua đó đã góp phần tăng cường nhận thức về thị trường, hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh để chủ động hội nhập kinh tế quốc tế. Giúp các doanh nghiệp của tỉnh từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh, thị trường tiêu thụ ngày càng ổn định và được mở rộng.

- Đã hỗ trợ tích cực cho các làng nghề truyền thống của tỉnh (như làng nghề mỳ Thủ Dương, làng nghề mỳ Châu Sơn, làng nghề bánh đa Kế, làng nghề bánh đa nem Thổ Hà, rượu Làng Vân...), các sản phẩm nông sản chủ lực, đặc trưng của địa phương (như Vải thiều, gà đồi Yên Thế, Mỳ gạo Chũ, Cam bưởi Lục Ngạn, rau quả thực phẩm) trong việc giữ vững thị trường tiêu thụ truyền thống, mở rộng thêm nhiều thị trường mới, tháo gỡ kịp thời khó khăn vướng mắc cho người sản xuất. Góp phần thuận lợi và ổn định cho quá trình lưu thông hàng hóa. Mạng lưới thương mại của tỉnh qua đó không ngừng được mở rộng. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ kinh doanh trên địa bàn tỉnh tăng nhanh hàng năm; năm 2016 đạt 19.561 tỷ đồng, đến năm 2020 tăng gấp 1,62 lần và ước đạt 31.768 tỷ đồng. Tổng mức tăng trưởng bình quân cả giai đoạn đạt khoảng 13%.

- Xuất khẩu của tỉnh đã có sự dịch chuyển theo chiều hướng tích cực, hàng hoá xuất khẩu của tỉnh ngày càng đa dạng, phong phú, tỷ trọng nhóm ngành hàng công nghiệp có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao đang có xu hướng tăng dần. Sản xuất nông sản xuất khẩu mang lại giá trị kinh tế cao, khu vực công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, thương mại - dịch vụ, du lịch, ngành nghề nông thôn cũng thu nhiều có nhiều chuyên biến tích cực. Kết quả xuất khẩu liên tục tăng trưởng với tốc độ cao, mức tăng trưởng bình quân giai đoạn 2016 - 2020 ước đạt 31%/năm, cao hơn mức tăng trưởng bình quân chung cả nước.

Qua đánh giá kết quả đạt được cho thấy kinh phí thực hiện Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 - 2020 đạt khoảng 78,7%. Tuy nhiên, cơ bản các chỉ tiêu, nội dung chương trình xúc tiến thương mại đều đạt và vượt chỉ tiêu so với mục tiêu của Kế hoạch Xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 - 2020.

3.2. Tồn tại, hạn chế và nguyên nhân

3.2.1. Tồn tại, hạn chế

Mặc dù đã đạt được những kết quả tích cực, song thực tế, vẫn còn không ít khó khăn, tồn tại ảnh hưởng đến hiệu quả xúc tiến thương mại. Cụ thể như:

- Công tác xúc tiến thương mại hiện chủ yếu tập trung đối với hàng nông sản, chưa xúc tiến tiêu thụ các sản phẩm công nghiệp của tỉnh. Nội dung hỗ trợ hoạt động xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp chưa đa dạng; trong giai đoạn chưa tổ chức được hội trợ triển lãm cấp tỉnh hoặc cấp khu vực tại tỉnh Bắc Giang; chưa tổ chức được nhiều gian hàng trưng bày, triển lãm hàng hoá của tỉnh tại một số thị trường tiềm năng.

- Hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh chủ yếu tập trung tại thị trường trong nước và thị trường truyền thống Trung Quốc, chưa tổ chức được các hoạt động xúc tiến tại các nước, khu vực mà Việt Nam là đối tác thương mại và đã ký các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương; hoạt động Xúc tiến thương mại chủ yếu tập trung vào thị trường để bán những hàng hóa sẵn có, chưa gắn liền với hoạt động nghiên cứu, phát triển sản phẩm, hàng hóa phù hợp đáp ứng nhu cầu đa dạng hóa thị trường. Chưa tạo ra những sản phẩm độc đáo riêng có của địa phương.

3.2.2. Nguyên nhân

- Nguyên nhân khách quan

+ Điều kiện ngân sách tỉnh còn hạn chế, bố trí kinh phí cho hoạt động xúc tiến thương mại còn ít, chưa tổ chức được các hoạt động xúc tiến tại các thị trường ngoài nước tiềm năng; hạ tầng phục vụ cho hoạt động xúc tiến thương mại còn thiếu, chưa có Trung tâm hội chợ triển lãm của tỉnh, địa điểm chuyên dụng để tổ chức hội chợ triển lãm và hoạt động quảng bá địa phương.

+ Doanh nghiệp sản xuất chủ yếu có quy mô nhỏ, tiềm lực còn hạn chế, chưa dành nguồn kinh phí và sự quan tâm cần thiết đến hoạt động xúc tiến thương mại; thiếu sức cạnh tranh, khả năng tiếp cận và ký kết hợp tác quốc tế còn hạn chế; liên kết giữa doanh nghiệp, nhà khoa học chưa được doanh nghiệp quan tâm; trên địa bàn thiếu nhà máy, dây chuyền chế biến hiện đại, hàng hóa nông nghiệp tiêu thụ dưới dạng thô vẫn chiếm tỷ trọng chủ yếu, sản phẩm chưa đa dạng và chưa đáp ứng được các điều kiện, tiêu chuẩn xuất khẩu tại các thị trường khó tính;

- Nguyên nhân chủ quan

+ Trình độ, kỹ năng, kinh nghiệm đội ngũ cán bộ làm công tác xúc tiến thương mại còn hạn chế, thiếu chuyên gia giỏi và chưa được đào tạo chuyên sâu.

+ Công tác phân tích và dự báo thị trường còn gặp nhiều khó khăn; công tác liên kết, phối hợp với các tổ chức xúc tiến thương mại trong nước và quốc tế chưa được thực hiện bài bản, chưa chủ động; công tác tuyên truyền chủ trương, chính sách về hoạt động xúc tiến thương mại còn chưa được quan tâm thỏa đáng...

II. PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TỈNH BẮC GIANG TRONG THỜI GIAN TỚI

Thời gian tới, doanh nghiệp sẽ có cơ hội để khai thác hiệu quả hơn các lợi ích từ các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương, hiệp định đối tác toàn diện (EVFTA, FTA, CPTPP...) mang lại, thúc đẩy xuất khẩu sang các thị trường đối tác khu vực và quốc tế. Đồng thời, thông qua hoạt động xúc tiến thương mại, doanh nghiệp cũng có cơ hội từng bước phát triển thương hiệu, cải tiến chất lượng sản phẩm theo hướng tăng tỷ trọng sản phẩm qua chế biến và kết tinh hàm lượng công nghệ cao, phát triển sản phẩm mới, tiến tới nâng cao giá trị gia tăng trong từng sản phẩm và xuất khẩu thuận lợi theo hướng bền vững.

Do đó, để tiếp tục đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh trong thời gian tới, Sở Công Thương đề ra một số phương hướng, nhiệm vụ và giải pháp, cụ thể như sau:

1. Một số định hướng hoạt động xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2021 - 2025

- Triển khai, tổ chức thực hiện có hiệu quả Nghị định số 28/2018/NĐ-CP Quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương; Nghị định số 81/2018/NĐ-CP Quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại; các Quyết định của Thủ tướng Chính phủ về Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia; Kế thừa có chọn lọc thành tựu, kết quả của hoạt động xúc tiến thương mại trong giai đoạn trước; Bám sát các quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, Nghị quyết của Tỉnh ủy về Chiến lược phát triển nông nghiệp tỉnh Bắc Giang đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035, Đề án của UBND tỉnh về đổi mới mô hình Phát triển kinh tế tỉnh Bắc Giang đến năm 2030;

- Tập trung nguồn lực, kinh phí cho hoạt động xúc tiến thương mại, đảm bảo triển khai các chương trình hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu ra thị trường trong và ngoài nước với nhiều hình thức mới đa dạng, có trọng tâm, trọng điểm, thiết thực và hiệu quả như: Tham gia hội chợ triển lãm chuyên ngành, tổ chức đoàn giao dịch thương mại, khảo sát thị trường... giúp duy trì giá trị xuất khẩu tại các thị trường truyền thống (Trung Quốc). Đồng thời, quan tâm nghiên cứu, khảo sát và tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại tại các thị trường xuất khẩu mới, tiềm năng..., trong đó hướng tới các thị trường mà Việt Nam đã là thành viên hoặc chuẩn bị làm thành viên ký kết hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương, hiệp định đối tác toàn diện (EVFTA, CPTPP, các FTA...) nơi các sản phẩm của Việt Nam sẽ có nhiều cơ hội xuất khẩu trong tương lai.

- Tăng cường phối hợp với các đơn vị liên quan của Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và PTNT... tổ chức các chương trình đào tạo, tập huấn, tư vấn cho các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh các cơ chế chính sách mới về hoạt động xúc tiến thương mại; chính sách, điều kiện, tiêu chuẩn xuất nhập khẩu hàng hóa của các thị trường; kỹ năng tổ chức xúc tiến thương mại, nâng cao tính chuyên nghiệp, cũng như năng lực xây dựng đề án, tổ chức thực hiện và tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh, quốc gia; xây dựng thương hiệu, chuẩn hóa bao bì, nhãn mác, truy xuất nguồn gốc....

- Tiếp tục theo dõi, đánh giá thực trạng sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, các cơ sở sản xuất kinh doanh của tỉnh từ đó tham mưu đề xuất UBND tỉnh kịp thời ban hành các văn bản chỉ đạo, định hướng khắc phục khó khăn, vướng mắc liên quan đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh.

- Tiếp tục tăng cường công tác kiểm tra, giám sát và đánh giá tình hình thực hiện các đề án được phê duyệt, nắm bắt thông tin nhiều chiều để xử lý kịp thời, nâng cao hiệu quả sử dụng ngân sách nhà nước, đồng thời làm cơ sở cho việc xây dựng Chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh trong những năm tiếp theo.

2. Nhiệm vụ và giải pháp

1. Tăng cường công tác quản lý nhà nước về hoạt động xúc tiến thương mại; tiếp tục hoàn thiện, sửa đổi, bổ sung các văn bản quy phạm pháp luật, các cơ chế, chính sách hiện hành và định hướng hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh phù hợp với các quy định hiện hành và yêu cầu thực tiễn hiện nay.

2. Bố trí nguồn vốn từ ngân sách tỉnh, đề xuất hỗ trợ từ nguồn kinh phí xúc tiến thương mại quốc gia, lồng ghép với các đề án, chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh. Đồng thời, huy động các nguồn lực và nguồn tài chính hợp pháp của các tổ chức, cá nhân tham gia vào hoạt động xúc tiến thương mại;

3. Tiếp tục đổi mới, sáng tạo trong hoạt động xúc tiến thương mại; kết hợp giữa hình thức xúc tiến truyền thống và trực tuyến; tăng cường ứng dụng công nghệ trong hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến thương mại điện tử phù hợp với xu thế hội nhập kinh tế quốc tế, phù hợp với thực tế và những biến đổi trong điều kiện hiện nay.

4. Quan tâm phối hợp chặt chẽ giữa các cấp, ngành và tổ chức có liên quan trong việc xây dựng kế hoạch, triển khai tổ chức thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại đảm bảo đồng bộ và đạt hiệu quả cao.

5. Thường xuyên tuyên truyền để các doanh nghiệp quan tâm đổi mới tư duy, dành nguồn lực thích đáng cho hoạt động xúc tiến thương mại; nâng cao chất lượng, mẫu mã, bao bì và đa dạng hóa sản phẩm theo hướng tăng hàm lượng ứng dụng khoa học công nghệ, kết hợp xây dựng chiến lược phát triển thị trường có trọng tâm, trọng điểm; nâng cao năng lực cạnh tranh, năng lực doanh nghiệp và liên kết chặt chẽ giữa các doanh nghiệp với tổ chức xúc tiến thương mại.

6. Thường xuyên cập nhật thông tin, nâng cao chất lượng thông tin xúc tiến thương mại và công tác dự báo thị trường, cập nhật những thay đổi trong chính sách xuất nhập khẩu các thị trường để hỗ trợ cung cấp thông tin cho doanh nghiệp và phục vụ xây dựng chương trình xúc tiến thương mại phù hợp; đẩy mạnh hoạt động thu thập, trao đổi, mua bán thông tin xúc tiến thương mại và tăng cường liên kết giữa cơ quan xúc tiến thương mại Trung ương và địa phương, các hiệp hội, doanh nghiệp để làm cơ sở dữ liệu phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại.

7. Quan tâm đầu tư, hoàn thiện hạ tầng kỹ thuật; quy hoạch, lựa chọn vị trí phù hợp xây dựng Trung tâm tổ chức sự kiện của tỉnh (tổ chức các hoạt động trưng bày, triển lãm thành tựu kinh tế, xã hội của tỉnh; hội chợ triển lãm; các hoạt động xúc tiến thương mại, văn hóa và du lịch và xúc tiến đầu tư của tỉnh); tăng cường cơ sở vật chất, trang thiết bị, công nghệ thông tin phục vụ công tác thông tin xúc tiến thương mại và hướng tới tính chuyên nghiệp trong hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh.

8. Hàng năm, tổ chức tổng kết, đánh giá rút kinh nghiệm về hoạt động xúc tiến thương mại; khuyến khích, động viên, khen thưởng kịp thời cho các cá nhân, tập thể có nhiều thành tích trong hoạt động xúc tiến thương mại.

3. Đề xuất, kiến nghị

1. Sau 5 năm thực hiện Quyết định số 1490/QĐ-UBND của Chủ tịch UBND tỉnh phê duyệt Kế hoạch xúc tiến thương mại giai đoạn 2016-2020, hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh Bắc Giang đã đạt những thành tích đáng ghi nhận, được Chính phủ, các Bộ, ngành trung ương, các tỉnh bạn, các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất kinh doanh đánh giá cao; khẳng định là chủ trương đúng đắn của tỉnh. Trên cơ sở các kết quả thực hiện đã nêu trên, Sở Công Thương chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành có liên quan, UBND các huyện, thành phố nghiên cứu xây dựng Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2021 - 2025, đề nghị Chủ tịch UBND tỉnh xem xét, phê duyệt.

2. Đề nghị UBND các huyện, thành phố quan tâm, tạo điều kiện bố trí kinh phí từ ngân sách cho hoạt động xúc tiến thương mại các sản phẩm, hàng hóa của địa phương. Đồng thời, tăng cường công tác tuyên truyền các chủ trương, chính sách của Trung ương và của tỉnh về hoạt động xúc tiến thương mại, để các doanh nghiệp thấy được vai trò, tầm quan trọng và quan tâm, tích cực tham gia vào các hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2021 - 2025./.

Nơi nhận:

- Bộ Công Thương (b/c);
- UBND tỉnh (b/c);
- Giám đốc, các PGĐ Sở;
- VP Sở, các phòng QLTM, KH-TC-TH;
- Lưu: VT, TTKC&XTTM.

GIÁM ĐỐC

Trần Quang Tấn