

Số: **545**/QĐ-UBND

Bắc Kạn, ngày **26** tháng **4** năm 2021

QUYẾT ĐỊNH
Về việc phê duyệt Kế hoạch Xúc tiến thương mại
tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2021 - 2025

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH BẮC KẠN

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương năm 2015; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật tổ chức chính quyền địa phương năm 2019;

Căn cứ Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15 tháng 11 năm 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;

Căn cứ Nghị định số 28/2018/NĐ-CP ngày 01 tháng 3 năm 2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương;

Căn cứ Quyết định số 12/2019/QĐ-TTg ngày 26 tháng 02 năm 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 tháng 11 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ;

Căn cứ Thông tư số 11/2019/TT-BCT ngày 30 tháng 7 năm 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 171/2014/TT-BTC ngày 14 tháng 11 năm 2014 của Bộ Tài chính hướng dẫn cơ chế tài chính hỗ trợ từ ngân sách nhà nước để thực hiện Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia;

Căn cứ Quyết định số 18/2015/QĐ-UBND ngày 06 tháng 10 năm 2015 của Ủy ban nhân dân tỉnh Bắc Kạn về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Kạn;

Theo đề nghị của Sở Công Thương tại Tờ trình số 140/TTr-SCT ngày 31 tháng 3 năm 2021.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch Xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2021-2025.

Điều 2. Chánh Văn phòng UBND tỉnh; Giám đốc Sở Công Thương, Thủ trưởng các sở, ban, ngành, đoàn thể tỉnh; Chủ tịch UBND các huyện, thành phố và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

Gửi bản giấy:

- Như Điều 2 (T/hiện);
- Bộ Công Thương;
- Cục Xúc tiến thương mại;
- Hiệp Hội doanh nghiệp;
- Hội Doanh trẻ tỉnh;

Gửi bản điện tử:

- CT, PCT UBND tỉnh;
- LĐVP;
- Liên minh HTX tỉnh;
- Cục Quản lý thị trường tỉnh;
- Lưu: VT, Hương;

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



Đỗ Thị Minh Hoa

KẾ HOẠCH

Xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2021-2025
(Ban hành kèm theo Quyết định số **545/QĐ-UBND** ngày **26 tháng 4** năm 2021
của Ủy ban nhân dân tỉnh Bắc Kạn)

Phần thứ nhất

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

I. KẾT QUẢ THỰC HIỆN

1. Công tác lãnh đạo, chỉ đạo

Thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XI nhiệm kỳ 2015-2020, tỉnh Bắc Kạn đã chỉ đạo các sở, ngành tham mưu xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại hàng năm, tập trung thực hiện chương trình trọng tâm về phát triển sản xuất hàng hóa, tổ chức lại sản xuất theo chuỗi giá trị, tăng cường xúc tiến thương mại, hỗ trợ thông tin, dự báo, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm đồng thời chỉ đạo các sở, ngành lồng ghép các chương trình, kế hoạch, nguồn vốn như chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, đề án OCOP... để tăng cường hỗ trợ các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế tập thể phát triển sản xuất hàng hóa, tăng cường liên kết sản xuất, đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm, trọng tâm là các sản phẩm nông sản, sản phẩm có tiềm năng, chủ lực của tỉnh đồng thời chủ trì tổ chức các hội nghị giữa các sở, ngành, địa phương và chủ thể sản xuất kinh doanh để từng bước tháo gỡ khó khăn, tạo mọi điều kiện thuận lợi cho sản xuất kinh doanh.

Căn cứ các văn bản hướng dẫn của các Bộ, ngành liên quan, tỉnh Bắc Kạn đã ban hành Nghị quyết số 04-NQ/TU ngày 26/4/2016 của Tỉnh ủy Bắc Kạn về phát triển nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hóa, tạo ra sản phẩm có thương hiệu, sức cạnh tranh trên thị trường giai đoạn 2016-2020; Nghị quyết số 08/2017/NQ-HĐND ngày 11/4/2017 của HĐND tỉnh Bắc Kạn về việc ban hành Quy định chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất hàng hóa tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2017-2020 (hiện nay là Nghị quyết số 08/2019/NQ-HĐND ngày 17/7/2019 của HĐND tỉnh Bắc Kạn); Quyết định số 18/2015/QĐ-UBND ngày 06/10/2015 của UBND tỉnh Bắc Kạn về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình Xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Kạn; Quyết định số 1245/QĐ-UBND ngày 25/8/2017 của UBND tỉnh Bắc Kạn về việc ban hành Kế hoạch Xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2018-2020...

2. Kết quả thực hiện

2.1. Hoạt động thông tin, tuyên truyền và quảng bá

a) Thực hiện 05 đề án “Tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa và dịch vụ Việt Nam đến người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn và

trong nước”¹ qua các hoạt động truyền thông trên Báo Bắc Kạn, Đài PT-TH tỉnh Bắc Kạn, Đài Truyền hình Việt Nam (VTV 1)...; Xây dựng video clip giới thiệu các sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu và sản phẩm nông sản của tỉnh, cung cấp các thông tin về sản phẩm, về doanh nghiệp, hợp tác xã; Thiết kế, in ấn tờ rơi, ấn phẩm tuyên truyền về các sản phẩm nông sản tiêu biểu tỉnh Bắc Kạn phục vụ tại các hội nghị tổng kết, hội nghị kết nối cung cầu, các sự kiện xúc tiến thương mại trong và ngoài tỉnh² ngoài ra, khi có các sự kiện đều phối hợp với các cơ truyền thông xây dựng các tin, bài, phóng sự để đưa tin, thông tin, tuyên truyền về các hoạt động của sự kiện;

b) Thực hiện Đề án “Mỗi xã, phường một sản phẩm” (OCOP) tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2018-2020, công tác quảng bá, tiếp thị sản phẩm OCOP được triển khai với nhiều hình thức đa dạng, phong phú³.

2.2. Tổ chức, tham gia các hoạt động, sự kiện xúc tiến thương mại thị trường trong nước

a) Tổ chức và hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tỉnh tham gia 23 hội chợ triển lãm trong nước ngoài ra, tỉnh đã tổ chức sự kiện giới thiệu sản phẩm nông sản OCOP tỉnh Bắc Kạn gắn với các hoạt động quảng bá du lịch như Ngày hội văn hóa, Thể thao và Du lịch các dân tộc tỉnh Bắc Kạn năm 2019 tại Ba Bể; Tổ chức đoàn tham gia xúc tiến thương mại tại Cần Thơ...;

b) Tổ chức 19 phiên chợ đưa hàng Việt về miền núi tại các huyện trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn góp phần thực hiện có hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” do Bộ Chính trị phát động;

c) Tổ chức 03 sự kiện giới thiệu, quảng bá sản phẩm tiêu biểu của tỉnh Bắc Kạn tại thành phố Hà Nội và sự kiện Ngày hội nông sản OCOP tỉnh Bắc Kạn năm 2020⁴;

d) Tổ chức 02 Hội nghị kết nối cung cầu hàng hóa tỉnh Bắc Kạn⁵ nhằm giới thiệu tiềm năng các sản phẩm hàng hoá tỉnh Bắc Kạn, nhu cầu kết nối các sản phẩm

¹ Thực hiện 04 đề án các năm: 2016, 2017, 2018, 2020) và 01 Đề án thuộc chương trình XTMM quốc gia vào năm 2020. Tổng kinh phí thực hiện: 244,7 triệu đồng;

² Năm 2019, phát hành 3.000 tờ rơi quảng bá, tuyên truyền về một số sản phẩm nông sản tiêu biểu của tỉnh; Năm 2020 xây dựng ấn phẩm tuyên truyền (quyển catalogue) về sản phẩm nông sản Bắc Kạn;

³ Trong kỳ có hơn 50 tin, bài, phóng sự được cơ quan, báo chí đăng tải về các sản phẩm OCOP. Xây dựng 10 video clip tuyên truyền, giới thiệu sản phẩm OCOP tiêu biểu của các huyện, thành phố; Tuyên truyền, hỗ trợ 37 doanh nghiệp, HTX trên địa bàn tỉnh xây dựng website giới thiệu về hoạt động sản xuất, quảng bá sản phẩm của đơn vị; Phối hợp với truyền hình nông nghiệp sạch-VTV1 tuyên truyền, quảng bá về các sản phẩm nông sản-OCOP của tỉnh; Phối hợp với VTC 16, Đài PT-TH tỉnh Bắc Kạn thực hiện 15 phóng sự tuyên truyền về các sản phẩm OCOP...

⁴ Năm 2018: Tuần lễ giới thiệu sản phẩm cam, quýt và các đặc sản tỉnh Bắc Kạn quy mô 10 gian hàng với sự tham gia của 12 chủ thể, 105 sản phẩm; Năm 2019: Tuần lễ giới thiệu hồng không hạt và sản phẩm nông sản sạch tỉnh Bắc Kạn tại Siêu thị Big C Thăng Long, Hà Nội với quy mô 16 gian hàng, 42 đơn vị thuộc tỉnh tham gia gian hàng; Năm 2020: Tuần lễ giới thiệu Bí xanh thơm, Gạo Japonica và các sản phẩm nông sản sạch tỉnh Bắc Kạn năm 2020 tại Siêu thị VinMart Trung Hòa và Siêu thị VinMart time city với quy mô 11 gian hàng; Tổ chức Ngày Hội nông sản OCOP tại thành phố Bắc Kạn với quy mô 26 gian hàng theo Nghị quyết số 08/2017/NQ-HĐND ngày 11/4/2017. Tổng kinh phí thực hiện là 713 triệu đồng.

⁵ Năm 2017: Hội nghị kết nối cung cầu, quảng bá tiêu thụ sản phẩm nông sản tỉnh Bắc Kạn; Năm 2020: Hội nghị kết nối cung cầu hàng hóa tỉnh Bắc Kạn, tại Hội nghị đã có 14 doanh nghiệp, HTX, cơ sở sản xuất tham gia ký kết 09 biên bản ghi nhớ hợp tác kinh doanh (năm 2017) và 10 doanh nghiệp, HTX tham gia ký kết 05 biên bản ghi nhớ hợp tác kinh doanh (năm 2020). Tổng kinh phí thực hiện là 463,5 triệu đồng;

hàng hóa cũng như định hướng phát triển sản phẩm, hàng hoá tỉnh Bắc Kạn trong những năm tới;

đ) Hàng năm tổ chức tham gia, vận động và hướng dẫn các doanh nghiệp, hợp tác xã tham dự các hội nghị kết nối cung cầu, hội thảo ngành hàng, diễn đàn, hội chợ triển lãm trong nước để quảng bá, giới thiệu, xúc tiến tiêu thụ sản phẩm: Hội nghị Giao thương kết nối cung-cầu hàng hóa giữa thành phố Hà Nội và các tỉnh, thành phố năm 2018, năm 2019....

2.4. Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động xúc tiến thương mại và phát triển thương mại điện tử

a) Thực hiện Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia, tỉnh Bắc Kạn đã hỗ trợ 07 đơn vị xây dựng website bán hàng, tiếp thị sản phẩm và giao dịch mua bán trên phạm vi rộng hơn, hiệu quả hơn với chi phí tiết kiệm hơn; hỗ trợ 06 đơn vị tham gia đề án xây dựng phần mềm quản lý dữ liệu khách hàng nhằm nâng cao khả năng ứng dụng thương mại điện tử và quản lý online đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh; Xây dựng 01 website thông tin giao dịch điện tử ngành Công Thương để giới thiệu, quảng bá và hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh quảng bá, chào bán đối với sản phẩm của tỉnh;

b) Trên cơ sở hỗ trợ của dự án “Trao quyền kinh tế cho phụ nữ dân tộc thiểu số phát triển kinh tế thông qua áp dụng công nghệ 4.0 do Chương trình Phát triển Liên hiệp quốc (UNDP) tài trợ đã hỗ trợ 45 hợp tác xã/doanh nghiệp/tổ nhóm được tập huấn kỹ thuật về kỹ năng tham gia các sàn thương mại điện tử....Kết quả có 56 sản phẩm được đăng bán trên sàn giao dịch điện tử Shopee, Lazada....; 09 sản phẩm được ký kết tiêu thụ sản phẩm với Trung tâm thương mại Big C- Hà Nội, năng lực hiểu biết của các tổ chức về thương mại điện tử từng bước được nâng lên hơn so với trước đây.

2.5. Các hoạt động xúc tiến thương mại khác

a) Tổ chức 06 lớp đào tạo, tập huấn ngắn hạn về kỹ năng kinh doanh, tổ chức mạng lưới bán lẻ cho 323 học viên là lãnh đạo, cán bộ quản lý ở các doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn qua đó nâng cao năng lực về quản trị, về tài chính, về phát triển sản phẩm, về kỹ năng phân phối, xúc tiến thương mại⁶;

b) Hàng năm, đã tổ chức các đoàn khảo sát nhằm tìm kiếm thị trường, liên kết với các đối tác để thiết lập các đại lý, kênh phân phối tiêu thụ sản phẩm nông sản Bắc Kạn; mời gọi các nhà phân phối, tiêu thụ sản phẩm nông sản ngoài tỉnh đến để thăm quan, nhận biết các sản phẩm nông sản có thế mạnh của tỉnh Bắc Kạn với mục đích kết nối các đơn vị, doanh nghiệp tham gia tiêu thụ sản phẩm nông sản của địa phương;

c) Thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam, giai đoạn 2016-2017, Bộ Công

⁶ Năm 2017: 02 lớp tại huyện Chợ Đồn và huyện Ba Bể; Năm 2018: 03 lớp tại huyện Bạch Thông, huyện Na Rì và huyện Chợ Mới. Tổng kinh phí thực hiện 165,1 triệu đồng.

Thương đã hỗ trợ tỉnh Bắc Kạn triển khai thực hiện xây dựng 03 Điểm bán hàng Việt với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam trên địa bàn tỉnh”;

Năm 2019, được sự hỗ trợ của Bộ Công Thương, tỉnh Bắc Kạn đã xây dựng điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP tại thành phố Bắc Kạn với quy mô cấp tỉnh. Thực hiện Nghị quyết số 08/2019/NQ-HĐND của HĐND tỉnh đã hỗ trợ xây dựng 02 điểm trưng bày, quảng bá, giới thiệu sản phẩm nông sản tỉnh Bắc Kạn, lồng ghép với bán và giới thiệu sản phẩm OCOP. Ngoài ra tại các địa phương trong tỉnh Bắc Kạn đã hình thành một số điểm trưng bày giới thiệu và bán sản phẩm nông sản và sản phẩm OCOP (các huyện Ba Bể, Bạch Thông, Chợ Đồn, Na Rì) qua đó góp phần quảng bá, giới thiệu đến người tiêu dùng các sản phẩm nông sản chất lượng cao, có tiềm năng, thế mạnh của địa phương, kết hợp với phát triển các tuyến, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh đồng thời nâng cao ý thức trách nhiệm trong sản xuất hàng hóa của các đơn vị.

II. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN

1. Kết quả đạt được

a) Hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh đã bám sát nội dung, định hướng chỉ đạo của Tỉnh ủy, HĐND tỉnh; có sự phối hợp và triển khai đồng bộ các giải pháp giữa các sở, ngành, địa phương; tranh thủ được sự chỉ đạo, giúp đỡ của Bộ Công Thương, Bộ NN&PTNT và các tỉnh thành phố trong nước; các cơ quan thông tấn, báo trí trong và ngoài tỉnh để thực hiện các sự kiện xúc tiến, quảng bá, đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm hàng hóa tỉnh Bắc Kạn qua đó khẳng định chủ trương, định hướng chỉ đạo đúng đắn của tỉnh, nâng cao giá trị sản phẩm hàng hóa tỉnh, tạo thu nhập ổn định cho người dân, góp phần phát triển kinh tế của địa phương;

b) Hoạt động xúc tiến thương mại đã góp phần tăng cường hợp tác, thúc đẩy phát triển kinh tế, đầu tư, du lịch, dịch vụ cho tỉnh Bắc Kạn, tạo động lực cho phát triển mở rộng sản xuất, nâng cao chất lượng, cải tiến mẫu mã bao bì sản phẩm, đồng thời tạo điều kiện hết sức thuận lợi cho doanh nghiệp tỉnh Bắc Kạn trao đổi kinh nghiệm, kết nối và phát triển thị trường, mở rộng liên doanh, liên kết, tìm kiếm đối tác, thị trường tiêu thụ sản phẩm và hợp tác đầu tư, góp phần vào việc phát triển các sản phẩm nông, lâm sản theo hướng hiện đại và bền vững;

c) Một số sản phẩm nông sản như: Miến dong, Gạo Khẩu Nua Lếch Ngân Sơn, Gạo Bao thai, tinh bột nghệ, Nano Curcumin nghệ, bí xanh thơm, mơ chế biến... đã trở thành hàng hóa và tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, có chỗ đứng trên thị trường, tham gia vào hệ thống bán lẻ hiện đại ở một số thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh,...bước đầu có sản phẩm miến dong của Hợp tác xã Tài Hoan xuất khẩu sản phẩm ra nước ngoài (Cộng hòa Séc). Chất lượng hàng hóa, bao bì mẫu mã từng bước được cải thiện, nâng cao, từng bước phù hợp với yêu cầu của thị trường.

2. Tồn tại, hạn chế

a) Hoạt động xúc tiến thương mại chưa được đa dạng hóa; cách thức tiếp cận thị trường qua môi trường thương mại điện tử và các nền tảng công nghệ số còn hạn chế; chưa tổ chức được nhiều hoạt động xúc tiến thương mại mở rộng ra

khu vực miền Trung, miền Nam; chưa tổ chức hoạt động xúc tiến thương mại tại nước ngoài. Công tác xúc tiến thương mại gắn với du lịch còn hạn chế;

b) Chất lượng một số sản phẩm hàng hóa chưa đáp ứng yêu cầu của thị trường; nhiều sản phẩm chưa đăng ký thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm nên gặp nhiều khó khăn cho công tác tiếp thị, quảng bá sản phẩm. Sản phẩm nông, lâm sản chủ yếu của địa phương chưa đáp ứng yêu cầu của thị trường phân phối hiện đại và xuất khẩu....

3. Nguyên nhân tồn tại hạn chế

a) Tình hình kinh tế - xã hội của tỉnh trong giai đoạn vừa qua còn nhiều khó khăn, thách thức: các ngành kinh tế gặp nhiều khó khăn, nhiều cơ sở sản xuất của tỉnh hoạt động thiếu ổn định; tình hình thời tiết, dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp đã ảnh hưởng trực tiếp đến tăng trưởng kinh tế, đời sống nhân dân. Nguồn lực dành cho các hoạt động xúc tiến thương mại nhìn chung còn khó khăn, do đó hạn chế trong việc tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại với quy mô lớn ra ngoài tỉnh;

b) Quy mô sản xuất nhóm sản phẩm tiêu thủ công nghiệp, nông sản của địa phương còn nhỏ do vậy việc đáp ứng các đơn hàng lớn còn khó khăn; Việc đầu tư cho nông nghiệp tỷ suất lợi nhuận còn thấp, còn phụ thuộc nhiều vào thiên nhiên (thời tiết, khí hậu....) nên cũng khó khăn cho phát triển sản phẩm hàng hóa. Việc tổ chức liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ sản phẩm mặc dù đã được quan tâm tuy nhiên vẫn còn chưa đạt mục tiêu đề ra, chưa tương xứng với tiềm năng thế mạnh của tỉnh;

c) Doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất của tỉnh có quy mô nhỏ, khó khăn về nguồn vốn, sản xuất vẫn chủ yếu canh tác theo tập quán truyền thống, chưa chú trọng việc cấp các loại chứng nhận như vietgap, sản xuất hữu cơ; một số sản phẩm có mẫu mã bao bì sản phẩm chưa đẹp, chưa kết nối thâm nhập vào các hệ thống kênh phân phối hiện đại; năng lực quản trị sản xuất, kinh doanh, việc định hướng trong đầu tư sản xuất cũng như xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm, tham gia các sàn thương mại điện tử....của các đơn vị còn gặp nhiều khó khăn.

Phần thứ hai

KẾ HOẠCH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI GIAI ĐOẠN 2021-2025

I. MỤC TIÊU, YÊU CẦU

1. Mục tiêu

a) Nâng cao giá trị các sản phẩm hàng hóa, góp phần đạt chỉ tiêu phát triển kinh tế xã hội tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2021-2025, phấn đấu mục tiêu tốc độ tăng trưởng tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ và doanh thu dịch vụ bình quân đạt 11,5%/năm; xuất, nhập khẩu tăng trưởng bình quân 10%/năm;

b) Định hướng trung hạn trong việc triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại với việc kết hợp nhiều hình thức nhằm góp phần đổi mới, nâng cao

chất lượng, hiệu quả hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh, hỗ trợ tích cực các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất nâng cao sức cạnh tranh, nâng cao lợi thế thương mại và mở rộng thị trường tiêu thụ các sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm làng nghề truyền thống và các sản phẩm đặc trưng, có thế mạnh của tỉnh như cam, quýt, hồng không hạt, miến dong, chè, chuối, mơ, các sản phẩm dược liệu, sản phẩm chế biến từ gỗ rừng trồng, sản phẩm từ gừng, nghệ...

c) Khai thác, huy động tối đa nguồn lực của các thành phần kinh tế vào thực hiện công tác xúc tiến thương mại góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất, tạo thêm nhiều việc làm cho người lao động và nhân dân trong tỉnh, góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, không ngừng nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống của nhân dân.

2. Yêu cầu

a) 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 Bắc Kạn giai đoạn 2021-2025. Đảm bảo có sự triển khai 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;

b) Nội dung Kế hoạch phải cụ thể, chi tiết, thiết thực, phù hợp với tình hình thực tế. Tổ chức thực hiện nghiêm túc, có chất lượng, hiệu quả, đảm bảo phát huy tối đa nguồn lực, năng lực hiện có của các doanh nghiệp, hợp tác xã, các cơ sở công nghiệp nông thôn; đảm bảo sự lồng ghép hiệu quả với các chương trình, kế hoạch của tỉnh có liên quan đã được ban hành. Đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu hàng hóa theo hướng thúc đẩy xuất khẩu những mặt hàng tạo giá trị gia tăng, tự chủ động được về nguyên vật liệu và ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động xúc tiến thương mại thông qua môi trường thương mại điện tử và các nền tảng kinh tế số;

c) Phân bổ nguồn lực địa phương hỗ trợ công tác xúc tiến thương mại của tỉnh có trọng tâm, trọng điểm, tập trung vào các hoạt động hỗ trợ tiêu thụ các mặt hàng chủ lực của tỉnh, các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh, có khả năng thâm nhập và tạo thị trường ổn định như sản phẩm OCOP đạt 3 sao trở lên, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu các cấp; chú trọng hỗ trợ các sản phẩm chủ lực có thế mạnh của tỉnh duy trì, mở rộng mạng lưới phân phối, từng bước mở rộng thị trường tiêu thụ trong nước và hướng đến xuất khẩu. Ứng dụng công nghệ 4.0 trong phát triển thương hiệu, tiếp thị, phân phối sản phẩm hàng hóa tỉnh Bắc Kạn;

d) Kết hợp với nguồn lực hỗ trợ của Trung ương và các nguồn lực xã hội để thực hiện có hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại, tạo động lực cho phát triển ngoại thương của tỉnh.

II. NỘI DUNG

1. Tăng cường hoạt động thông tin, tuyên truyền, quảng bá

Tăng cường tuyên truyền quảng bá các sản phẩm hàng hóa của địa phương một cách có hiệu quả, đồng thời tuyên truyền phổ biến các chính sách pháp luật của nhà nước trong lĩnh vực thương mại bằng các hình thức đa dạng, phong phú.

Mở rộng mạng lưới hợp tác, liên kết trao đổi thông tin đa chiều giữa tỉnh Bắc Kạn với hệ thống cơ quan quản lý, các đơn vị hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài tỉnh, với các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, xuất nhập khẩu. Một số hoạt động cụ thể thực hiện hàng năm:

a) Xây dựng các chuyên mục, phóng sự, tin bài, các video clip giới thiệu về tiềm năng, lợi thế, về quy trình sản xuất, chất lượng, sản phẩm hàng hóa, các doanh nghiệp, hợp tác xã của tỉnh Bắc Kạn để trình chiếu, quảng bá tại các Hội nghị, các sự kiện xúc tiến thương mại trong nước và nước ngoài, trên các phương tiện thông tin đại chúng, trên trang thông tin điện tử của tỉnh, của Bộ, ngành Trung ương, trên các tuyến du lịch, các điểm dừng chân, danh lam thắng cảnh; trên các sàn thương mại điện tử có uy tín và phát trên Truyền hình Trung ương và địa phương trong đó nghiên cứu xây dựng các chiến lược truyền thông tập trung quảng bá sâu rộng cho từng nhóm 3-5 sản phẩm có thế mạnh, tiềm năng vào các thị trường trọng điểm theo chu kỳ 2-3 năm;

b) Xây dựng và phát hành ấn phẩm, tờ rơi, tập gấp tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá về các sản phẩm bản địa, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm làng nghề và các sản phẩm có thế mạnh của tỉnh Bắc Kạn;

c) Tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa và dịch vụ trên địa bàn tỉnh và trong nước thông qua các hoạt động truyền thông trên báo giấy, báo điện tử, truyền thanh, truyền hình, ấn phẩm và các hình thức phổ biến thông tin khác;

d) Thu thập và cập nhật kịp thời các thông tin liên quan đến tình hình thương mại trong nước và nước ngoài đồng thời tuyên truyền phổ biến các chính sách pháp luật của nhà nước trong lĩnh vực xúc tiến thương mại, các Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EVFTA), các FTA đã có hiệu lực và các hiệp định thương mại khác mà Việt Nam tham gia ký kết bằng các hình thức đa dạng, phong phú như qua các hội nghị, hội thảo, trên website ngành Công Thương...;

đ) Thường xuyên tổng hợp cung cấp các thông tin về sản phẩm, số lượng, tiêu chuẩn chất lượng, mùa vụ các sản phẩm của tỉnh Bắc Kạn để đề nghị các đơn vị thuộc Bộ Công Thương và các cơ quan trung ương, các sở Công Thương các tỉnh, thành phố hỗ trợ kết nối với các doanh nghiệp, nhà phân phối, hệ thống siêu thị trong nước và nước ngoài tìm hiểu, kết nối tiêu thụ sản phẩm.

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

a) Hàng năm tổ chức 01 sự kiện xúc tiến thương mại quy mô lớn ngoài tỉnh (Tuần lễ giới thiệu sản phẩm hàng hóa ngoài tỉnh...) để trưng bày, giới thiệu, quảng bá về tiềm năng, lợi thế, về các sản phẩm hàng hóa của tỉnh Bắc Kạn để các doanh nghiệp, hợp tác xã, các hiệp hội nghiên cứu, tìm hiểu và ký kết các hợp đồng tiêu thụ và từng bước hướng xuất khẩu;

b) Tổ chức tham dự 08-10 Hội chợ triển lãm tại các tỉnh, thành phố trong cả nước hàng năm, đặc biệt là các Hội chợ tổ chức tại các trung tâm kinh tế lớn như

Hà Nội, Quảng Ninh, Đà Nẵng... nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh và các thương nhân thuộc mọi thành phần kinh tế trong tỉnh trung bày, giới thiệu, quảng bá sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm làng nghề, sản phẩm bản địa và các sản phẩm có thể mạnh của tỉnh qua đó tăng cường giao lưu, hợp tác, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm;

c) Trong giai đoạn 2021-2025, tổ chức 02 hội chợ cấp vùng, cấp khu vực nhằm kích cầu tiêu dùng, thúc đẩy người tiêu dùng hiểu biết và tin dùng sản phẩm hàng hóa tỉnh Bắc Kạn. Nâng cao công tác kiểm tra, giám sát chất lượng tổ chức hội chợ triển lãm thường niên của các đơn vị tổ chức hội chợ tại các huyện, thành phố;

d) Tổ chức 01-02 Hội nghị kết nối cung cầu hàng hóa trên địa bàn tỉnh và các tỉnh, thành trong khu vực nhằm liên kết các doanh nghiệp, hợp tác xã, các nhà phân phối, các nhà bán lẻ có uy tín, năng lực đến tỉnh Bắc Kạn để thực hiện kết nối giao thương với các doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh. Tham gia, hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã tham dự các Hội nghị kết nối giao thương do Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và các tỉnh, thành phố tổ chức nhằm tìm kiếm cơ hội kết nối, đối tác hợp tác sản xuất kinh doanh, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa của tỉnh;

đ) Tổ chức các hoạt động xúc tiến tổng hợp (thương mại kết hợp với đầu tư, du lịch, nông nghiệp như xúc tiến thương mại gắn với các lễ hội, các sự kiện văn hóa, du lịch của tỉnh và quốc gia, hội nghị xúc tiến thương mại gắn với tham quan các vùng nguyên liệu, mô hình sản xuất theo tiêu chuẩn, Hội chợ OCOP, Ngày hội nông sản gắn với hội chợ thương mại...) nhằm đẩy mạnh quảng bá, giới thiệu về tiềm năng, lợi thế, con người và các sản phẩm có thể mạnh của tỉnh;

e) Tổ chức 02-03 phiên chợ đưa hàng Việt về miền núi tại các huyện trong tỉnh;

f) Nghiên cứu tổ chức tham gia 01-02 Hội chợ triển lãm tại nước ngoài... đối với một số ngành hàng có thể mạnh của tỉnh tại các thị trường trọng điểm.

3. Tổ chức Đoàn khảo sát thị trường mới, giao dịch thương mại

a) Tổ chức 01-02 đoàn/năm để điều tra, khảo sát, nghiên cứu thị trường trong nước nhằm tìm kiếm, nắm bắt và kết nối được nhu cầu, thị hiếu, các tiêu chuẩn hàng hóa và mời đại diện các Trung tâm thương mại, hệ thống siêu thị, chợ đầu mối các tỉnh, các thành phố trên cả nước lên nghiên cứu, tìm hiểu để đưa vào hệ thống tiêu thụ các sản phẩm như: cam, quýt, hồng không hạt, miến dong, chè, chuối, mơ, miến dong, các sản phẩm dược liệu...trong đó quan tâm đến các mặt hàng nông sản có tính thời vụ;

b) Tổ chức 01-02 đoàn doanh nghiệp nước ngoài vào tỉnh giao dịch mua hàng;

c) Tổ chức, tham gia 01-02 đoàn giao dịch thương mại, xúc tiến thương mại tại nước ngoài nhằm khảo sát thị trường, tìm kiếm đối tác, tạo cơ hội giao thương, tiêu thụ sản phẩm nông, lâm sản, sản phẩm có thể mạnh của tỉnh; giới thiệu tiềm năng, lợi thế và thu hút đầu tư của tỉnh và tham dự kết nối giao thương tại thị trường Trung Quốc, Nhật Bản, Séc, Mỹ....

4. Tập huấn, bồi dưỡng nâng cao năng lực và kỹ năng kinh doanh

a) Hàng năm tổ chức 01-02 Hội nghị tập huấn cho cán bộ liên quan các cơ quan và các doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh nhằm phổ biến, tuyên truyền các Hiệp định đôi tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EVFTA) và các hiệp định thương mại khác mà Việt Nam tham gia ký kết;

b) Tổ chức 01 Hội nghị tập huấn/năm về kiến thức văn bản pháp luật thương mại, nghiệp vụ xúc tiến thương mại cho cán bộ, công chức, viên chức và các kỹ năng bán lẻ hàng hóa, khởi sự doanh nghiệp, xây dựng thương hiệu, tiếp cận và phát triển thị trường, nâng cao năng lực quản trị, thiết kế, phát triển sản phẩm, thương mại điện tử, sở hữu trí tuệ...cho các doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh;

c) Phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương và đề xuất tham gia chương trình xúc tiến thương mại quốc gia hàng năm: hỗ trợ cho cán bộ chuyên trách trong lĩnh vực xúc tiến thương mại, các doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia các cuộc hội thảo, hội nghị chuyên đề, các khóa đào tạo nâng cao kỹ năng, nghiệp vụ về xúc tiến thương mại.

5. Hỗ trợ phát triển thương hiệu và tiêu thụ sản phẩm

a) Hướng dẫn, hỗ trợ và khuyến khích các doanh nghiệp, hợp tác xã đăng ký nhãn hàng hóa, xây dựng thương hiệu, chứng nhận chất lượng, truy xuất nguồn gốc, xuất xứ hàng hóa theo quy định của pháp luật, quan tâm, bố trí kinh phí để đầu tư thiết kế, đổi mới nhãn mác bao bì cho từng loại sản phẩm để góp phần tăng sức cạnh tranh, nâng cao giá trị sản phẩm;

b) Hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã xây dựng, duy trì, bảo vệ thương hiệu sản phẩm; từng bước ứng dụng công nghệ thông tin hỗ trợ xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu về sản phẩm, ngành hàng, thị trường; hỗ trợ kiểm soát chất lượng, an toàn thực phẩm, xây dựng hệ thống truy suất trực tuyến nguồn gốc sản phẩm, đặc biệt là sản phẩm nông sản từ đầu vào đến khâu lưu thông, phân phối nông sản;

c) Hỗ trợ xây dựng 03 trung tâm, điểm bán hàng và giới thiệu sản phẩm nông nghiệp, sản phẩm OCOP, công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm làng nghề;

d) Hỗ trợ xây dựng và triển khai sàn thương mại giao dịch điện tử cho các tổ chức kinh tế tập thể...;

đ) Xây dựng Quy chế quản lý điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP tỉnh Bắc Kạn.

e) Xây dựng các biển quảng cáo ngoài trời, tấm lớn trên trục đường quốc lộ, điểm giao thông giao cắt, khu du lịch...để quảng bá, giới thiệu, truyền thông thương hiệu sản phẩm tiềm năng, chủ lực của tỉnh.

6. Tăng cường cơ sở vật chất, phát triển hạ tầng phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại

Xây dựng và duy trì Điểm giới thiệu, quảng bá và tiêu thụ sản phẩm tỉnh Bắc Kạn, kết hợp giới thiệu các thành tựu phát triển kinh tế - xã hội, các dự án

mời gọi đầu tư, các hình ảnh, sản phẩm đặc trưng của Bắc Kạn. Mua sắm, trang bị dụng cụ, thiết bị cần thiết phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại, nâng cao tính chuyên nghiệp trong hoạt động xúc tiến thương mại.

7. Các nội dung, hoạt động xúc tiến thương mại hỗ trợ

a) Giải pháp ứng phó trong bối cảnh dịch Covid-19

Đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá thương hiệu thông qua môi trường thương mại điện tử và các nền tảng công nghệ số:

- Tăng cường triển khai các hình thức xúc tiến thương mại áp dụng các công cụ trực tuyến để duy trì thị trường, quan hệ với các đối tác, hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã nhanh chóng tìm kiếm bạn hàng; thúc đẩy giao dịch hàng hóa qua môi trường thương mại điện tử, chú trọng công tác quảng bá sản phẩm qua nền tảng số, phương tiện điện tử; tham gia các khóa đào tạo xúc tiến thương mại trực tuyến do Bộ Công Thương tổ chức;

- Phối hợp Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Bộ Công Thương hỗ trợ đưa các sản phẩm của doanh nghiệp sản xuất tiêu biểu của tỉnh Bắc Kạn và triển khai các chương trình đào tạo, chương trình truyền thông, hỗ trợ tài chính...cho doanh nghiệp của tỉnh để đẩy mạnh phân phối sản phẩm, hàng hóa của doanh nghiệp trên “Gian hàng Việt trực tuyến”;

- Thường xuyên rà soát tình hình triển khai hoạt động xúc tiến thương mại, cập nhật nhu cầu hỗ trợ của các doanh nghiệp, hợp tác xã, ngành hàng để kịp thời điều chỉnh kế hoạch, tham mưu phương án ứng phó phù hợp với điều kiện thị trường. Đồng thời thường xuyên rà soát nguồn kinh phí chương trình Xúc tiến thương mại trong bối cảnh dịch COVID-19 nhằm kịp thời điều chỉnh kinh phí từ đề án không thực hiện để bổ sung các đề án mới phù hợp trong điều kiện giãn cách xã hội cũng như có thể triển khai ngay sau dịch.

b) Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động xúc tiến thương mại

Phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại và 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 xuất khẩu, xây dựng các kênh tương tác trực tiếp với các doanh nghiệp, hiệp hội để hỗ trợ doanh nghiệp và kết nối giao thương.

c) Ứng dụng và phát triển thương mại điện tử

- Thực hiện có hiệu quả Quyết định số 1811/QĐ-UBND ngày 07 tháng 10 năm 2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Bắc Kạn Ban hành Kế hoạch Phát triển thương mại điện tử tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2021-2025;

- Tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn, hướng dẫn, hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã triển khai đầu tư, khai thác và sử dụng có hiệu quả các Website thương mại điện tử, thiết lập gian hàng và bán hàng thông qua các trang thương mại điện tử đã được Bộ Công Thương, tỉnh, các doanh nghiệp, hợp tác xã đã đầu tư trong các năm vừa qua để quảng bá, kết nối tiêu thụ sản phẩm;

- Hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã xây dựng và thúc đẩy hoạt động phân phối sản phẩm trên kênh quảng bá và giới thiệu sản phẩm trên trang mạng xã hội (Facebook, Youtube, 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 như sàn thương mại điện tử Postmart.vn của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam, sàn Voso (Viettel post)...; đề xuất Bộ Công Thương hỗ trợ tỉnh Bắc Kạn tham gia các chương trình hợp tác giữa Bộ Công Thương với Google, Alibaba, Amazon.....để quảng bá, kết nối tiêu thụ sản phẩm trong nước và hướng đến xuất khẩu;

- Tổ chức, tham gia các Hội nghị, Hội thảo trực tuyến qua các phần mềm: Zoom, Tencen.....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 Bắc Kạn để kết nối, tiêu thụ và xuất khẩu.

III. DỰ KIẾN NGUỒN KINH PHÍ

1..Kinh phí thực hiện Kế hoạch từ nguồn kinh phí xúc tiến thương mại quốc gia hỗ trợ; ngân sách địa phương theo phân cấp; nguồn đối ứng của các tổ chức, cá nhân và các nguồn vốn hợp pháp khác.

2. Tổng kinh phí từ nguồn ngân sách nhà nước thực hiện kế hoạch là: 20.905 triệu đồng (*Bằng chữ: Hai mươi tỷ, chín trăm linh năm triệu đồng*).

Trong đó:

- Hỗ trợ từ ngân sách địa phương: 11.570 triệu đồng;

- Hỗ trợ từ ngân sách Trung ương: 9.335 triệu đồng.

3. Hàng năm Sở Công Thương chủ trì phối hợp với các đơn vị có liên quan xây dựng các đề án, nhiệm vụ, dự toán kinh phí trình Bộ Công Thương (đối với nguồn xúc tiến thương mại quốc gia) hoặc gửi Sở Tài chính thẩm định dự toán (đối với nguồn xúc tiến thương mại địa phương).

(Chi tiết tại phụ lục đính kèm)

IV. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Rà soát, xây dựng, sửa đổi và bổ sung hệ thống văn bản pháp luật của tỉnh quy định về hoạt động xúc tiến thương mại cho phù hợp với các văn bản quy phạm pháp luật hiện hành;

2. Phát huy hiệu quả bộ máy hoạt động của đơn vị chủ trì thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại; xây dựng quy chế phối hợp thực hiện nhiệm vụ xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch tỉnh Bắc Kạn; tiếp tục thực hiện tốt trong công tác cải cách thủ tục hành chính liên quan đến hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh;

3. Tiếp tục thực hiện tái cơ cấu nông nghiệp theo hướng phát triển sản xuất, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm, hàng hóa gắn với bảo quản, chế biến và tiêu thụ theo chuỗi giá trị trên cơ sở phát huy lợi thế sản phẩm và lợi thế từng địa phương. Đẩy mạnh áp dụng khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ cao nhằm

tăng năng suất, chất lượng, giảm giá thành và thích ứng với biến đổi khí hậu, giảm tổn thất sau thu hoạch;

4. Triển khai có hiệu quả Đề án “Mỗi xã, phường một sản phẩm giai đoạn 2021-2025” và các kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2021-2025;

5. Quan tâm phát triển hệ thống lưu thông, phân phối sản phẩm như hạ tầng thương mại, hạ tầng công nghiệp để lập danh mục các dự án kêu gọi đầu tư; đồng thời làm tốt công tác dự báo giá cả thị trường, công tác quản lý thị trường;

6. Đẩy mạnh tuyên truyền quảng bá các sản phẩm hàng hóa của địa phương một cách có hiệu quả, đồng thời tuyên truyền phổ biến các chính sách pháp luật của nhà nước trong lĩnh vực thương mại bằng các hình thức đa dạng, phong phú. Mở rộng mạng lưới hợp tác, liên kết trao đổi thông tin đa chiều giữa tỉnh Bắc Kạn với hệ thống cơ quan quản lý, các đơn vị hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài tỉnh, với các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, xuất nhập khẩu;

7. Nâng cao hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại thị trường trong nước, tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại định hướng xuất khẩu; đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá thương hiệu thông qua môi trường thương mại điện tử và các nền tảng công nghệ số;

8. Xây dựng chính sách hỗ trợ, khuyến khích thiết thực nhằm xây dựng được mối liên kết chặt chẽ giữa bốn nhà "nhà sản xuất - nhà doanh nghiệp - nhà nước - nhà khoa học" trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp, tạo sự gắn kết chặt chẽ trong chuỗi giá trị từ nghiên cứu - ứng dụng - sản xuất - phân phối tới tiêu dùng.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công Thương

a) Chủ trì, phối hợp với các sở, ngành, đơn vị liên quan tổ chức triển khai thực hiện các nội dung Kế hoạch đảm bảo thiết thực, hiệu quả, đúng mục đích;

b) Chủ trì, phối hợp với các sở, ngành, UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan tham mưu UBND tỉnh phê duyệt nhiệm vụ, kế hoạch theo từng năm; điều phối, giám sát, kiểm tra hoạt động triển khai, kết quả thực hiện của từng nhiệm vụ;

c) Thường xuyên theo dõi, rà soát cơ chế, chính sách, tham mưu cho UBND tỉnh sửa đổi, bổ sung, ban hành đảm bảo phù hợp điều kiện thực tế từng giai đoạn.

d) Hàng năm chỉ đạo Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại thuộc Sở xây dựng các đề án xúc tiến thương mại trình Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương tổng hợp, thẩm định và tổ chức triển khai khi được phê duyệt;

đ) Tổng hợp, báo cáo đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch từng 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;

e) Chủ trì, phối hợp với Sở Nội vụ lựa chọn, đề xuất các tập thể, cá nhân có thành tích xuất sắc trong công tác xúc tiến thương mại giai đoạn 2021-2025, báo cáo UBND tỉnh khen thưởng theo quy định.

2. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

a) Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức thực hiện tốt Đề án “Cơ cấu lại ngành nông nghiệp tỉnh Bắc Kạn theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững giai đoạn 2020-2025, tầm nhìn đến năm 2035” gắn với phát triển hàng hóa, đổi mới các hình thức tổ chức sản xuất theo chuỗi giá trị, quan tâm phát triển diện tích sản xuất theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap, hữu cơ....;

b) Thường xuyên rà soát, cập nhật, cung cấp thông tin về sản phẩm như sản lượng, mùa vụ, tiêu chuẩn.....phục vụ công tác xúc tiến và các hoạt động tuyên truyền, giới thiệu sản phẩm. Tăng cường hướng dẫn, kiểm tra kiểm soát và thực hiện chứng nhận chất lượng, an toàn thực phẩm trong lĩnh vực nông nghiệp;

c) Phối hợp với Sở Công Thương trong việc xây dựng và tổ chức triển khai các hoạt động, sự kiện xúc tiến thương mại giai đoạn 2021-2025 có liên quan.

3. Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Văn hóa thể thao và Du lịch: Phối hợp với Sở Công Thương và các đơn vị liên quan thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp của kế hoạch, lồng ghép hoạt động xúc tiến đầu tư, du lịch với các hoạt động xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2021-2025.

4. Sở Tài Chính: Hàng năm, căn cứ khả năng ngân sách tham mưu cho UBND tỉnh bố trí kinh phí thực hiện Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2021-2025 theo đúng quy định.

5. Sở Khoa học và công nghệ

a) Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức thực hiện có hiệu quả Quyết định số 1633/QĐ-UBND ngày 09/9/2020 của UBND tỉnh về việc ban hành Kế hoạch thực hiện Quyết định số 100/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt “Đề án triển khai, áp dụng và quản lý hệ thống truy xuất nguồn gốc” trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn;

b) Chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan hỗ trợ, hướng dẫn các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở công nghiệp nông thôn áp dụng khoa học công nghệ để nâng cao năng suất, tiêu chuẩn chất lượng, 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. Sở Thông tin và Truyền thông, Đài PT-TH tỉnh, Báo Bắc Kạn

a) Phối hợp với Sở Công Thương trong công tác tuyên truyền, quảng bá về các sản phẩm hàng hóa tỉnh Bắc Kạn trên các phương tiện thông tin đại chúng trung ương và địa phương;

b) Thường xuyên cập nhật, đăng thông tin tuyên truyền, giới thiệu các sản phẩm và các sự kiện xúc tiến, quảng bá của tỉnh trên Báo Bắc Kạn và Đài PT-TH tỉnh.

7. Cục Quản lý thị trường: Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường. Chủ động phối hợp với lực lượng chức năng trong kiểm tra, xử lý nghiêm theo quy định của pháp luật đối với các tổ chức, cá nhân có hành vi kinh doanh hàng hóa nhập lậu; sản xuất buôn bán hàng giả, hàng cấm, hàng hóa không rõ

nguồn gốc xuất xứ; hàng hóa vi phạm quyền sở hữu trí tuệ; hành vi vi phạm pháp luật về giá, an toàn thực phẩm và gian lận thương mại và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

8. Văn phòng Điều phối xây dựng nông thôn mới

a) Chủ trì, phối hợp với Sở Công Thương và các đơn vị có liên quan tổ chức thực hiện có hiệu quả Đề án “Mỗi xã, phường một sản phẩm giai đoạn 2021-2025” theo Quyết định số 386/QĐ-UBND ngày 19/3/2021 của UBND tỉnh Bắc Kạn;

b) Phối hợp với Sở Công Thương trong việc xây dựng và tổ chức triển khai các hoạt động, sự kiện xúc tiến thương mại giai đoạn 2021-2025.

9. Liên minh Hợp tác xã tỉnh, Hiệp hội Doanh nghiệp tỉnh

a) Phối hợp với Sở Công Thương trong việc xây dựng và tổ chức triển khai các hoạt động, sự kiện xúc tiến thương mại trong khu vực kinh tế tập thể, hợp tác xã, doanh nghiệp giai đoạn 2021-2025;

b) Chủ động phối hợp với các Sở, ban, ngành trong tỉnh tổ chức tốt công tác liên kết thị trường, giới thiệu, quảng bá sản phẩm. Tổng hợp ý kiến của các doanh nghiệp, hợp tác xã, đề xuất cơ chế chính sách nhằm tháo gỡ khó khăn, vướng mắc đồng thời thường xuyên tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn, giúp đỡ các doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại trong nước và nước ngoài.

10. Các sở, ban ngành, các tổ chức đoàn thể, chính trị - xã hội liên quan

a) Căn cứ Kế hoạch này, chủ động phối hợp với các các sở, ngành liên quan triển khai thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp có liên quan;

b) Tổ chức tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn, giúp đỡ các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại trong kế hoạch này.

11. UBND các huyện, thành phố

a) Chủ trì, phối hợp với các sở, ban, ngành trong hoạt động sản xuất, chế biến các sản phẩm nông nghiệp hàng hóa trên địa bàn tỉnh. Thường xuyên rà soát, cung cấp thông tin về tình hình sản xuất, kinh doanh (sản lượng, giá cả, tình hình tiêu thụ) và nhu cầu kết nối, tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn về Sở Công Thương để phục vụ công tác xúc tiến thương mại;

b) Phối hợp với Sở Công Thương xây dựng và tổ chức triển khai thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2021-2025 đảm bảo thiết thực, hiệu quả;

c) Hàng năm chủ động cân đối bố trí nguồn kinh phí để thực hiện Kế hoạch Xúc tiến thương mại giai đoạn 2021-2025.

12. Các Doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh

a) Không ngừng nâng cao năng lực sản xuất, phát triển sản phẩm, khả năng cung ứng theo nhu cầu thị trường. Đối với lĩnh vực nông, lâm sản các doanh

nghiệp, hợp tác xã cần quan tâm xây dựng, phát triển vùng nguyên liệu có chứng chỉ, hệ thống sản xuất và quy trình quản lý chất lượng đảm bảo;

b) Dành nguồn lực kinh phí hợp lý cùng với nhà nước nghiên cứu thị trường, đầu tư chi phí marketing và tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại có hiệu quả; quan tâm đến chất lượng nguồn nhân lực và kỹ năng quản lý; thường xuyên cải tiến mẫu mã, bao bì, đa dạng sản phẩm, chú trọng tiêu chuẩn chất lượng, thương hiệu sản phẩm, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng. Đẩy mạnh ứng dụng và phát triển thương mại điện tử;

c) Tích cực, chủ động phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan tổ chức triển khai thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại hàng năm đảm bảo hiệu quả, đạt được các mục tiêu đề ra.

Trường hợp các văn bản được căn cứ tại Quyết định này có sửa đổi, bổ sung, thay thế thì thực hiện theo văn bản sửa đổi, bổ sung, thay thế đó. Trong quá trình tổ chức thực hiện nếu có vướng mắc, đề nghị các tổ chức, cá nhân phản ánh về Ủy ban nhân dân tỉnh (qua Sở Công Thương) để xem xét, sửa đổi, bổ sung cho phù hợp.

PHỤ LỤC

BIỂU PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ VÀ DỰ TRÙ KINH PHÍ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TỈNH BẮC KẠN GIAI ĐOẠN 2021-2025
(Ban hành kèm theo Quyết định số 595/QĐ-UBND ngày 26 tháng 4 năm 2021 của UBND tỉnh Bắc Kạn)

Đơn vị tính: Triệu đồng

| TT | Nội dung | Phân công nhiệm vụ | | Dự kiến kinh phí thực hiện | | | | | | | | | | | |
|-----------|--|--------------------|---|----------------------------|---------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | Đơn vị chủ trì | Đơn vị phối hợp | Giai đoạn 2021-2025 | | 2021 | | 2022 | | 2023 | | 2024 | | 2025 | |
| | | | | NSTW | NSDP | NSTW | NSDP | NSTW | NSDP | NSTW | NSDP | NSTW | NSDP | NSTW | NSDP |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | |
| | Tổng cộng | | | 9.335 | 11.570 | 895 | 1.360 | 845 | 1.710 | 845 | 3.010 | 1.245 | 1.850 | 2.045 | 3.620 |
| I | Hoạt động thông tin, tuyên truyền, quảng bá | | | 475 | 960 | 95 | 80 | 95 | 260 | 95 | 160 | 95 | 280 | 95 | 180 |
| 1 | Biên tập, phát hành ấn phẩm, tờ rơi, tập gấp quảng bá, giới thiệu về các sản phẩm bản địa, sản phẩm OCOP, sản phẩm CNNT tiêu biểu và các sản phẩm có thể mạnh của tỉnh (dịch sang Tiếng Anh) | Sở Công Thương | Các sở: KH&ĐT, TC, NN&PTNT; Liên minh HTX tỉnh; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị có liên quan | - | 200 | | | | 100 | | | | 100 | | |
| 2 | Duy trì, nâng cấp website Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại | | Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số; Sở Tài chính và các đơn vị có liên quan | - | 360 | | | | 80 | | 80 | | 100 | | 100 |
| 3 | Tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng hàng hóa trên địa bàn tỉnh và trong nước | | Cục XTTM- Bộ Công Thương; Các sở: NN&PTNT, TT&TT và các đơn vị có liên quan | 475 | 400 | 95 | 80 | 95 | 80 | 95 | 80 | 95 | 80 | 95 | 80 |
| II | Tổ chức, tham gia các hoạt động, sự kiện XTTM trong và ngoài nước | | | 4.600 | 6.930 | 800 | 580 | 750 | 1.150 | 750 | 1.650 | 750 | 1.350 | 1.550 | 2.200 |
| 1 | Tổ chức sự kiện xúc tiến thương quy mô lớn ngoài tỉnh (Tuần lễ, tuần hàng quảng bá, giới thiệu hoàng hóa ngoài tỉnh.....) | Sở Công Thương | Các sở: NN&PTNT, VH&DL; Liên minh HTX tỉnh; UBND các huyện, thành phố; các DN, HTX và các đơn vị có liên quan | - | 2.680 | | 380 | | 500 | | 500 | | 600 | | 700 |
| 2 | Tổ chức gian hàng của tỉnh tham gia Hội chợ, triển lãm trong nước (08-10 Hội chợ/năm) | | Sở NN&PTNT, Liên minh HTX tỉnh; các DN, HTX, cơ sở sản xuất, kinh doanh và các đơn vị có liên quan | 1.200 | 800 | | | 300 | 150 | 300 | 150 | 300 | 200 | 300 | 300 |
| 3 | Tổ chức Hội chợ cấp vùng trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn | | Cục Xúc tiến thương mại- Bộ Công Thương; sở NN&PTNT; Cục QLTT tỉnh và các đơn vị có liên quan | 1.600 | 400 | 800 | 200 | | | | | | | 800 | 200 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|--|----------------|---|------------|--------------|----------|------------|----------|------------|----------|--------------|------------|------------|------------|--------------|
| 4 | Tổ chức Hội nghị kết nối cung cầu hàng hóa trong và ngoài tỉnh | Sở Công Thương | Các sở: KH&ĐT, NN&PTNT, TT&TT; UBND các huyện, thành phố; các DN, HTX và các đơn vị có liên quan | - | 400 | | | | | 200 | | | 200 | | |
| 5 | Tổ chức tham gia Hội nghị, Hội thảo ngoài tỉnh (05 lần/năm) | | Sở NN&PTNT; Liên minh HTX tỉnh; các DN, HTX và các đơn vị có liên quan | - | 400 | | | 100 | | 100 | | 100 | | 100 | |
| 6 | Tổ chức các phiên chợ đưa hàng Việt về miền núi tại các địa phương trong tỉnh (03 phiên/năm) | | Cục XTTM- Bộ Công Thương, Các sở: VH&DL, TT&TT, UBND các huyện, thành phố và các đơn vị có liên quan | 1.800 | - | | 450 | | 450 | | 450 | | 450 | | |
| 7 | Tổ chức gian hàng của tỉnh tham gia Hội chợ, triển lãm được tổ chức tại nước ngoài | | Sở NN&PTNT; Liên minh HTX tỉnh; UBND các huyện, thành phố; các DN, HTX và các đơn vị có liên quan | - | 500 | | | | | 250 | | | | 250 | |
| 8 | Tham gia các hoạt động XTTM cấp vùng, cấp khu vực do Bộ Công Thương tổ chức | | Các sở: NN&PTNT; Liên minh HTX tỉnh và các đơn vị có liên quan | - | 550 | | | 100 | | 150 | | 150 | | 150 | |
| 9 | Tổ chức hoạt động xúc tiến thương mại tổng hợp gắn với xúc tiến đầu tư, nông nghiệp và du lịch.... | | Các sở: KH&ĐT, VH&DL NN&PTNT; Liên minh HTX tỉnh; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị có liên quan | | 1.200 | | | 300 | | 300 | | 300 | | 300 | |
| III | Tổ chức Đoàn khảo sát thị trường mới, giao dịch thương mại | | | 800 | 3.100 | - | 700 | - | 100 | - | 1.100 | 400 | 100 | 400 | 1.100 |
| 1 | Tổ chức đoàn khảo sát thị trường trong nước (01-02 đoàn/năm) | Sở Công Thương | Các sở NN&PTNT, KH&ĐT, TC; Liên minh HTX tỉnh; UBND các huyện, thành phố; các DN, HTX và các đơn vị có liên quan | - | 400 | | | | 100 | | 100 | | 100 | | 100 |
| 2 | Tổ chức 01-02 đoàn doanh nghiệp nước ngoài vào tỉnh giao dịch mua hàng. | | Cục XTTM- Bộ Công Thương, Các sở: KH&ĐT, NN&PTNT, TC và các đơn vị có liên quan | 800 | - | | | | | | | 400 | | 400 | |
| 3 | Tổ chức đoàn giao dịch thương mại tại nước ngoài | | Cục XTTM- Bộ Công Thương; Các sở: KH&ĐT, NN&PTNT; các DN, HTX và các đơn vị có liên quan | - | 2.700 | | 700 | | | | 1.000 | | | | 1.000 |
| IV | Tập huấn, bồi dưỡng nâng cao năng lực và kỹ năng kinh doanh | | | | 260 | | | | 50 | | 50 | | 70 | | 70 |
| 1 | Tổ chức và tham gia các Hội nghị, Hội thảo, khóa tập huấn cho cán bộ liên quan các cơ quan và doanh nghiệp, hợp tác xã | Sở Công Thương | Các sở: KH&ĐT, NN&PTNT, Văn phòng ĐPXDNTM; Liên minh HTX tỉnh, UBND các huyện, thành phố và các đơn vị có liên quan | | 260 | | 20 | | 50 | | 50 | | 70 | | 70 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|----------------|--|------------|----------|----------|------------|------------|--------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
| V | Hỗ trợ phát triển thương hiệu và tiêu thụ sản phẩm | | 3.460 | - | - | - | 640 | - | 2.040 | - | 640 | - | 140 | - |
| 1 | Hỗ trợ xây dựng trung tâm, điểm bán hàng và giới thiệu sản phẩm làng nghề | Sở Công Thương | Các sở: KH&ĐT, NN&PTNT; Liên minh HTX tỉnh; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị có liên quan | 1.500 | | | 500 | | 500 | | 500 | | | |
| 2 | Hỗ trợ xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu, chứng nhận chất lượng, truy xuất nguồn gốc, xuất sứ hàng hóa | | Các sở: KH&ĐT, NN&PTNT, KH&CN; các DN, HTX và các đơn vị có liên quan | 560 | | | 140 | | 140 | | 140 | | 140 | |
| 3 | Hỗ trợ xây dựng và triển khai sản thương mại giao dịch điện tử cho các tổ chức kinh tế tập thể.... | | Các sở: KH&ĐT, NN&PTNT; Liên minh HTX tỉnh và các đơn vị có liên quan | 1.400 | | | | | 1.400 | | | | | |
| VI | Tăng cường cơ sở vật chất, phát triển hạ tầng phục vụ hoạt động XTTM | | | 100 | | | | 100 | | | | | | |
| | Mua sắm trang thiết bị dụng cụ, thiết bị cần thiết phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại (máy tính xách tay, giá kệ trưng bày sản phẩm....) | Sở Công Thương | Các sở: TC, KH&ĐT và các đơn vị có liên quan | | 100 | | | 100 | | | | | | |
| VII | Nâng cao năng lực quản lý | | | 220 | | | | 50 | | 50 | | 50 | | 70 |
| | Tổ chức khảo sát, học tập kinh nghiệm XTTM và Hội nghị tổng kết đánh giá Kế hoạch hàng năm và giai đoạn | Sở Công Thương | Các sở: NN&PTNT; Liên minh HTX tỉnh; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị có liên quan | | 220 | | | 50 | | 50 | | 50 | | 70 |