

BÁO CÁO

Tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, giai đoạn 2009 - 2024.

Thực hiện Công văn số 120/MTTQ -BTT ngày 17/10/2024 của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh Lâm Đồng về việc báo cáo tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, giai đoạn 2009 - 2024, Trung tâm xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Lâm Đồng báo cáo tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, giai đoạn 2009 - 2024 với nội dung cụ thể như sau:

I. Kết quả 15 năm thực hiện cuộc vận động trên địa bàn (2009 - 2024).

1. Công tác thông tin

- Hàng năm tổ chức khảo sát, cập nhật thông tin sản xuất kinh doanh từ các doanh nghiệp và các phòng kinh tế hạ tầng của 12 huyện, thành phố trên địa bàn tỉnh, qua đó đã kịp thời bổ sung kho dữ liệu thông tin đáp ứng yêu cầu hoạt động quảng bá, xúc tiến của Trung tâm và làm cơ sở để phát hành các ấn phẩm; rà soát thông tin các doanh nghiệp đang hoạt động và sản xuất chế biến các sản phẩm của địa phương. Tiến hành gửi phiếu khảo sát thu thập thông tin đến các doanh nghiệp thương mại trên toàn tỉnh Lâm Đồng và tổng hợp thông tin nhu cầu hỗ trợ xúc tiến thương mại của doanh nghiệp.

- Từ năm 2009 đến 2024, thông báo trên <https://dalat-info.gov.vn> đến các doanh nghiệp hơn 1.000 lượt chương trình hội nghị, hội thảo, hội chợ,...trong và ngoài nước. Ngoài ra Trung tâm đã phối kết hợp với Trung tâm xúc tiến các tỉnh, thành trong cả nước, website của một số Bộ, ngành Trung ương và các sở, ngành, địa phương trong tỉnh để tổ chức liên kết cung cấp thông tin phục vụ công tác xúc tiến thương mại; các thông tin luôn được cập nhật một cách kịp thời, chính xác đảm bảo không gây nhầm lẫn cho người truy cập.

2. Tổ chức hội nghị, hội thảo kết nối giao thương

Từ năm 2009 đến 2024 đã tổ chức hơn 45 hội nghị, hội thảo về xúc tiến thương mại và kết nối giao thương giữa các doanh nghiệp, hợp tác xã, đơn vị sản xuất, chế biến trong tỉnh với các doanh nghiệp, nhà phân phối, hệ thống các siêu thị, chợ đầu mối.... trong cả nước; qua đó đã giúp các doanh nghiệp, hợp tác xã, đơn vị sản xuất, chế biến của tỉnh ký kết liên kết phân phối và tiêu thụ các sản phẩm nông sản Lâm Đồng được trên 800 hợp đồng, biên bản ghi nhớ với các đối tác là các nhà phân phối, hệ thống các siêu thị, chợ đầu mối trong cả

nước, đặc biệt là các thành phố lớn như: Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Vũng Tàu, Bình Dương, Quảng Nam...

Bên cạnh đó Trung tâm phối hợp với Cục Xúc tiến Thương mại và Sở Công Thương tổ chức các lớp tập huấn kỹ năng xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp Lâm Đồng.

3. Tổ chức và tham gia các hội chợ triển lãm trong và ngoài nước

Từ năm 2009 đến 2024, Trung tâm đã tổ chức 15 Phiên chợ đưa hàng Việt về nông thôn, miền núi tại địa bàn xã, vùng sâu, vùng xa của tỉnh bằng việc tổ chức các phiên chợ hàng Việt về với bà con nông dân với các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ bảo đảm chất lượng, nguồn gốc rõ ràng, an toàn thực phẩm tại các Thành phố Đà Lạt, Bảo Lộc, các huyện: Đạ Tẻh, Đức Trọng, Đơn Dương, Di Linh, Cát Tiên, Lạc Dương...

Tổ chức 20 hội chợ, triển lãm, trên địa bàn tỉnh gồm thành phố Đà Lạt, Bảo Lộc, các huyện: Đức Trọng, Đơn Dương, ...; tổ chức Đoàn các doanh nghiệp, hợp tác xã của tỉnh tham gia 110 hội chợ thương mại do các Bộ, ngành và các tỉnh, thành trong cả nước tổ chức như: Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đắk Lắk, Nghệ An...; và 15 kỳ hội chợ tại các nước: Campuchia, Trung Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Hàn Quốc và Nga.

Kết quả sau các đợt tổ chức, tham gia, đều có từ 3 - 4 hợp đồng, biên bản ghi nhớ hợp tác kinh doanh tiêu thụ sản phẩm, được ký kết giữa doanh nghiệp Lâm Đồng và các nhà phân phối của các địa phương nơi diễn ra sự kiện.

4. Tổ chức các đoàn của tỉnh đi khảo sát thị trường trong và ngoài nước

Nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã thương mại trong tỉnh nắm bắt tình hình thị trường trong nước, cũng như tham quan, học tập các mô hình sản xuất nông nghiệp công nghệ cao của các nước trong khu vực và trên thế giới; các thông tin về chính sách xuất, nhập khẩu và những yêu cầu về chất lượng sản phẩm hàng hóa khi tham gia xuất khẩu, tỉnh Lâm Đồng đã phối hợp với Cục Xúc tiến Thương mại - Bộ Công Thương và Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tổ chức 18 đoàn gồm Lãnh đạo UBND tỉnh, các sở, ngành và các doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất, kinh doanh hàng nông sản của tỉnh đến các tỉnh, thành phố trên cả nước và các nước như: Thái Lan, Singapore, Nhật Bản, Trung Quốc, Lào, Malaysia, Hàn Quốc, và Nga....

5. Tổ chức đón các đoàn từ các tỉnh, thành phố trong cả nước và nước ngoài đến khảo sát, tìm kiếm đối tác hợp tác sản xuất, kinh doanh

Với mục tiêu hỗ trợ doanh nghiệp và người dân giới thiệu về quy trình sản xuất, chế biến các sản phẩm nông sản; đặc biệt là quy trình sản xuất nông nghiệp theo tiêu chuẩn VietGAP, Global GAP... qua đó giới thiệu đến các nhà phân phối, đơn vị xuất, nhập khẩu và người tiêu dùng về chất lượng các sản phẩm phục vụ cho công tác xúc tiến thương mại trên địa bàn; trong 15 năm qua, Lâm Đồng đã đón, tiếp trên 50 đoàn là các nhà phân phối, hệ thống các siêu thị, du khách đến tham quan.

Bên cạnh đó thường xuyên thực hiện các chương trình liên kết hợp tác xúc tiến thương mại giữa Lâm Đồng và Thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh phía Nam.

6. Công tác hỗ trợ doanh nghiệp trong xúc tiến thương mại

- Trung tâm thường xuyên lập các thủ tục đăng ký tham gia các đoàn khảo sát thị trường, các kỳ hội chợ triển lãm, hội nghị, hội thảo và ngoài nước...

II. Đánh giá chung.

1. Ưu điểm

- Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, các Bộ, ngành Trung ương đã ban hành nhiều giải pháp tháo gỡ khó khăn cho sản xuất kinh doanh, hỗ trợ thị trường. Sự quan tâm chỉ đạo kịp thời của Bộ Công Thương, Tỉnh ủy và UBND tỉnh; sự phối hợp có hiệu quả của các cơ quan ban ngành, các địa phương trong tỉnh; sự chủ động và năng động của các doanh nghiệp Lâm Đồng trong những năm qua.

- Trong công tác tuyên truyền, vận động, xây dựng Chương trình nông thôn mới trong các năm qua luôn được sự quan tâm chỉ đạo của Tỉnh ủy, UBND tỉnh, sự nỗ lực của cả hệ thống chính trị với phương châm “Mưa dầm thấm lâu”, luôn có sự sáng tạo, đổi mới hình thức tuyên truyền, vận động phù hợp với từng đối tượng, từng lúc, từng nơi, từng thời điểm.

- Các doanh nghiệp đã nắm bắt được được xu hướng phát triển hàng hóa, đặc biệt là xu hướng thương mại toàn cầu, qua đó tận dụng nhiều hơn các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương mà Việt Nam đã ký kết để thâm nhập thị trường xuất khẩu truyền thống và mở rộng thêm những thị trường xuất khẩu có nhiều ưu đãi dành cho hàng hóa của Việt Nam nói chung và tỉnh Lâm Đồng nói riêng.

2. Hạn chế

- Các sản phẩm của Lâm Đồng phần lớn là các sản phẩm nông nghiệp, quy trình sản xuất còn manh mún, nhỏ lẻ, chất lượng chưa đồng đều; do đó chưa đáp ứng được nhu cầu xuất khẩu sang một số thị trường khó tính.

- Công tác quảng bá xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp về các sản phẩm chủ lực của Lâm Đồng còn nhiều hạn chế; các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh chưa thực sự quan tâm phát triển thương hiệu nông sản thế mạnh của tỉnh, các doanh nghiệp chưa có sản phẩm chế biến sâu.

- Nguồn kinh phí bố trí phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh, các địa phương và doanh nghiệp trong thời gian qua còn hạn hẹp đã ảnh hưởng không ít đến hoạt động xúc tiến thương mại; đặc biệt là công tác xúc tiến ra nước ngoài.

3. Nguyên nhân của hạn chế

- Các đơn vị sản xuất kinh doanh trên địa bàn Lâm Đồng chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, chiến lược phát triển thị trường, mở rộng mạng lưới kinh doanh, kinh nghiệm tuyên truyền quảng bá có nhiều khó khăn cả về năng lực tài chính cũng như nghiệp vụ chuyên môn.

- Một số doanh nghiệp và một số địa phương chưa thật sự quan tâm và chưa nhận thức rõ vai trò của công tác Xúc tiến thương mại. Do đó việc tham gia hưởng ứng các hoạt động Xúc tiến thương mại còn hạn chế.

- Đa số doanh nghiệp sản xuất nông sản và chế biến trên địa bàn hoạt động theo mô hình nhỏ, lẻ, không có tính liên kết và hợp tác trong sản xuất và bảo quản sau thu hoạch. Dẫn đến việc sản xuất không có kế hoạch và gây khó khăn trong việc ký kết các hợp đồng tiêu thụ lớn, nên khi có các hợp đồng lớn thì không đáp ứng được.

- Do điều kiện khách quan về khí hậu, thời tiết, mặt bằng nên việc tổ chức hội chợ trong tỉnh gặp nhiều khó khăn. Bên cạnh đó thời gian tổ chức sự kiện lớn của tỉnh trùng với các sự kiện lớn của các tỉnh, thành khác nên việc tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại như Hội chợ, hội nghị, hội thảo, ... trên địa bàn tỉnh với số lượng doanh nghiệp các tỉnh tham gia chưa nhiều, dẫn đến kết quả chưa đạt cao.

III. Phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm thực hiện cuộc vận động thời gian tới .

1. Thông tin tuyên truyền

- Hằng năm, thực hiện thu thập thông tin liên quan đến các sản phẩm đặc trưng của tỉnh, các chương trình xúc tiến thương mại do các đơn vị trong và ngoài nước tổ chức và đăng tải trên website của Trung tâm, các trang thông tin điện tử, nhóm zalo; cũng như gửi trực tiếp đến các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh cá thể... phục vụ tuyên truyền quảng bá và hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã.

- Tuyên truyền, nâng cao nhận thức trong cộng đồng về hàng hóa và dịch vụ trong tỉnh đến người tiêu dùng trong nước thông qua các hoạt động truyền thông trên báo giấy, báo điện tử, truyền thanh, truyền hình, ấn phẩm, video clip và trên website của Trung tâm, các trang thông tin điện tử, nhóm zalo.

- Tổ chức kết nối thông tin giữa các doanh nghiệp sản xuất, chế biến trong tỉnh và các nhà phân phối; đơn vị xuất, nhập khẩu phục vụ hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã liên kết sản xuất, tiêu thụ sản phẩm.

- Xây dựng, in ấn phẩm về Tiềm năng thế mạnh thương mại Lâm Đồng song ngữ: Việt - Anh và phát hành miễn phí đến các nhà đầu tư, doanh nghiệp, trung tâm thương mại và đăng tải trên website của Trung tâm, các trang thông tin điện tử, nhóm zalo, ... phục vụ quảng bá, giới thiệu sản phẩm của tỉnh.

- Xây dựng, in ấn và phát hành miễn phí ấn phẩm Danh bạ doanh nghiệp thương mại Lâm Đồng bằng tiếng Việt và tiếng Anh đến các nhà đầu tư, đơn vị xuất nhập khẩu, nhà phân phối, doanh nghiệp, trung tâm thương mại, phục vụ hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh cá thể, các hiệp hội trong tỉnh kết nối tiêu thụ sản phẩm.

- Đăng tải thông tin kịp thời trên website của Trung tâm các văn bản mời tham gia các hội chợ, hội nghị, hội thảo, triển lãm... để doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh cá thể trong tỉnh chủ động liên hệ đăng ký

tham gia, thông qua Trung tâm để được đơn vị tổ chức hỗ trợ kinh phí thuê mặt bằng tham gia.

2. Tham gia hội chợ, triển lãm

- Hằng năm, tổ chức từ 06-07 đoàn tham gia hội chợ trong nước để đẩy mạnh quảng bá các sản phẩm có thể mạnh, đặc trưng của tỉnh, các sản phẩm, dịch vụ của các đơn vị khởi nghiệp, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, các tài liệu quảng bá du lịch, tài liệu kêu gọi đầu tư... tại các hội chợ triển lãm lớn, có tính chất khu vực và tham gia hội chợ nước ngoài. Hỗ trợ các sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, các sản phẩm đặc trưng, chủ lực của tỉnh tham gia các Chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước.

- Tổ chức đoàn tham gia hội chợ ngoài nước do các bộ ngành hoặc các địa phương tổ chức.

3. Xúc tiến thương mại điện tử

- Tổ chức tham gia và mời gọi, hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại điện tử (hội nghị, hội thảo trực tuyến và hỗ trợ doanh nghiệp chi phí tham gia) và kết nối giao thương trực tuyến do các Bộ, ngành và các địa phương tổ chức.

- Tổ chức thực hiện xây dựng video clip về quy trình sản xuất sản phẩm, quy mô, chất lượng, khả năng cung cấp,... của một số doanh nghiệp, hợp tác xã đăng tải trên website và mạng xã hội; tăng cường chuyển đổi số trong hoạt động xúc tiến thương mại.

- Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động xúc tiến thương mại; nâng cao năng lực ứng dụng thương mại điện tử cho doanh nghiệp và người dân.

- Phát triển các kênh xúc tiến thương mại điện tử đa dạng, hiệu quả.

- Tăng cường hợp tác quốc tế trong lĩnh vực xúc tiến thương mại điện tử.

4. Kết nối giao thương, tiêu thụ hàng hoá

- Tổ chức tham gia các hội nghị kết nối giao thương trong và ngoài tỉnh nhằm tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp trong việc giới thiệu các sản phẩm chủ lực của tỉnh đến các nhà phân phối, hệ thống siêu thị, các doanh nghiệp ngoài tỉnh. Tham gia các hội nghị kết nối giao thương, cung cầu hàng hóa của các tỉnh khu vực trong và ngoài nước.

- Tổ chức đoàn tham gia chương trình kết nối giao thương do các bộ ngành hoặc thành phố Hồ Chí Minh tổ chức.

5. Tổ chức Chương trình đưa hàng Việt về nông thôn

Hằng năm, tổ chức 01 - 02 Phiên chợ đưa hàng Việt về miền núi tại các huyện với quy mô 24 gian hàng của 12-15 doanh nghiệp/phiên nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã quảng bá, giới thiệu sản phẩm; mở rộng mạng lưới phân phối và bán hàng Việt tại các huyện; đồng thời giúp người dân tiếp cận hàng Việt Nam và hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” do Bộ Chính trị phát động. Tạo cơ hội cho các doanh nghiệp,

hợp tác xã mở rộng mạng lưới phân phối tại thị trường nông thôn, xây dựng niềm tin vào sản phẩm nội địa của người tiêu dùng, góp phần vào sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh.

6. Hỗ trợ tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại thị trường trong tỉnh

Hỗ trợ chi phí tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại thị trường trong tỉnh như: Tổ chức chương trình tri ân người tiêu dùng, tháng khuyến mãi, tuần hàng Việt Nam, chương trình giới thiệu sản phẩm mới.

Trên đây là kết quả tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, giai đoạn 2009 - 2024 và phương hướng thực hiện nhiệm vụ trọng tâm trong thời gian tới. Trung tâm kính gửi Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh./.

(Đính kèm Phụ lục 2 theo mẫu báo cáo).

Nơi nhận:

- Ủy ban MTTQVN tỉnh;
- Ban Giám đốc;
- Lãnh đạo các phòng;
- Website <https://dalat-info.gov.vn>;
- Lưu: VT, TMDL.

**KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC**

Võ Thị Hoàng Yến