

Số: /QĐ-UBND

An Giang, ngày tháng 3 năm 2023

QUYẾT ĐỊNH
Về việc ban hành Chương trình xúc tiến thương mại
tỉnh An Giang năm 2023

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH AN GIANG

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức Chính phủ và Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 22 tháng 11 năm 2019;

Căn cứ Quyết định số 02/2021/QĐ-UBND ngày 11/01/2021 của Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang ban hành Quy chế quản lý nhà nước về xúc tiến thương mại và xúc tiến đầu tư trên địa bàn tỉnh An Giang;

Theo đề nghị của Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư tại Tờ trình số 103/TTr-TTXXTMĐT ngày 20 tháng 02 năm 2023.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này là Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh An Giang năm 2023.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký. Giao Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư chủ trì, phối hợp với các Sở, ban, ngành tỉnh; Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố tổ chức triển khai thực hiện Quyết định này.

Điều 3. Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân tỉnh; Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư; Thủ trưởng các Sở, ban, ngành tỉnh; Chủ tịch Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Bộ Công Thương (b/c);
- Tổ Công tác khu vực phía Nam của Cục XTTM tại TP. HCM (để phối hợp);
- UBND tỉnh: CT và các PCT (để b/c);
- Các Sở, ban, ngành cấp tỉnh;
- UBND các huyện, thị xã, thành phố;
- Hiệp hội Doanh nghiệp tỉnh;
- VPUBND: LĐVP, P. KTN;
- Lưu: VT.

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

Trần Anh Thư

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH AN GIANG**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

CHƯƠNG TRÌNH

Xúc tiến thương mại tỉnh An Giang năm 2023

*(Kèm theo Quyết định số /QĐ-UBND ngày tháng năm 2023
của Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang)*

Phần thứ nhất

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NĂM 2022

I. KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC

Trong thời gian qua, dịch bệnh Covid-19 cũng đã ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh. Tuy nhiên, với sự quan tâm chỉ đạo sát sao của Tỉnh ủy, Ủy ban nhân dân tỉnh, sự hỗ trợ của các cấp, các ngành, địa phương và sự đồng hành cùng doanh nghiệp đã triển khai thực hiện tốt nhiều hoạt động xúc tiến thương mại giúp doanh nghiệp kết nối giao thương, tiêu thụ sản phẩm và người dân tiếp cận được sản phẩm chất lượng, uy tín.

1. Hoạt động xúc tiến thương mại phát triển ngoại thương

- Tổ chức đoàn tham gia sự kiện THAIFEX - Anuga Asia 2022 (Hội chợ chuyên ngành thực phẩm và đồ uống), từ ngày 23/5 – 27/5/2022 tại Thái Lan, nhằm quảng bá và đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, đầu tư, du lịch, kết nối giao thương hàng hóa, tìm kiếm cơ hội phát triển kinh doanh và mở rộng thị trường xuất khẩu ra nước ngoài. Trong những ngày tham gia sự kiện, đoàn làm việc với Bà Pongarn Panusornkul – Chủ tịch Công ty Cổ phần Bangkok Ruamkarnkra, Bà Sirirut Tangsombatrisit – Tổng Giám đốc Tập đoàn Healthy Boy để giới thiệu những mặt hàng là thế mạnh của An Giang cho các đối tác tiềm năng tại Thái Lan. Trong đó, các đối tác, nhà nhập khẩu hàng đầu Thái Lan đã đánh giá có 4 mặt hàng của An Giang có khả năng thâm nhập vào thị trường Thái Lan: như đường thốt nốt, nước màu thốt nốt, khô cá lóc và bánh hạnh nhân... Ngoài ra, để có cơ sở hỗ trợ doanh nghiệp tiến vào thị trường Thái Lan, Đoàn công tác cũng đã khảo sát các chợ đầu mối như chợ Taladthai, chợ Iyara, chợ Srimummueng và nhà máy Healthy Boy...

- Tổ chức đoàn công tác của tỉnh mời lãnh đạo tỉnh Takeo, tỉnh Kandal, Vương Quốc Campuchia dự Lễ khai mạc và vận động doanh nghiệp Campuchia tham gia Hội chợ Thương mại Quốc tế Tịnh Biên – An Giang năm 2022, từ ngày 13/5 – 14/5/2022. Kết quả, hội chợ có quy mô trên 300 gian hàng, trong đó có 17 gian hàng của các doanh nghiệp Vương quốc Campuchia. Đoàn đại biểu tỉnh Takeo do Ngài Khan Sokha, Phó Tỉnh trưởng, Trưởng đoàn và đoàn đại biểu tỉnh Kandal do Ngài Novpeng Chandara, Phó Tỉnh trưởng sang tham dự Lễ khai mạc Hội chợ Thương mại Quốc tế Tịnh Biên – An Giang năm 2022.

- Tổ chức tiếp đón và làm việc với Đoàn doanh nghiệp Hàn Quốc vào ngày 20/02 – 21/02/2022 nhằm trao đổi, tìm hiểu cơ hội hợp tác đầu tư, thương mại giữa tỉnh An Giang (Việt Nam) và Hàn Quốc. Qua đó hỗ trợ 07 doanh nghiệp xuất khẩu và tiềm năng xuất khẩu của tỉnh kết nối với các doanh nghiệp Hàn Quốc.

- Phối hợp với Thương vụ Việt Nam tại Campuchia tổ chức Hội nghị cơ hội hợp tác và kết nối doanh nghiệp tỉnh An Giang, Việt Nam và doanh nghiệp Campuchia vào ngày 02/12/2022 bằng hình thức trực tiếp và trực tuyến qua nền tảng zoom với sự tham dự của Hiệp hội doanh nghiệp Campuchia, các sở, ngành tỉnh An Giang và các doanh nghiệp tỉnh An Giang, Việt Nam và doanh nghiệp Campuchia.

- Phối hợp với Thương vụ Việt Nam tại Campuchia tổ chức đoàn công tác khảo sát Triển lãm hàng hóa xuất nhập khẩu Campuchia lần thứ 15 và kết nối giao thương giữa doanh nghiệp tỉnh An Giang - Việt Nam và doanh nghiệp Campuchia tại Vương quốc Campuchia từ ngày 17/12 - 20/12/2022 tại Thủ đô Phnom Penh – Vương quốc Campuchia với sự tham dự của Lãnh đạo các sở, ngành tỉnh và doanh nghiệp An Giang. Qua đó, đoàn đã khảo sát Triển lãm hàng hóa xuất nhập khẩu Campuchia lần thứ 15; gặp gỡ Thương vụ Việt Nam tại Campuchia để nắm bắt thông tin kinh tế - xã hội, chính sách thương mại tại Campuchia; gặp gỡ, kết nối doanh nghiệp An Giang – Việt Nam và doanh nghiệp Vương quốc Campuchia theo hình thức trực tiếp **B2B**; khảo sát một số chợ truyền thống, tham quan một số doanh nghiệp sản xuất và phân phối sản phẩm tại Vương quốc Campuchia.

- Tổ chức đoàn công tác tham gia “Khu gian hàng đầu tư phát triển công nghiệp Việt Nam” và dự Tọa đàm chính sách trong lĩnh vực logistics do Cục Xúc tiến Thương mại - Bộ Công Thương tổ chức trong khuôn khổ Hội chợ Thương mại Quốc tế Vietnam Expo 2022 tại Hà Nội, từ ngày 13/4 – 16/4/2022. Nội dung tham gia trưng bày giới thiệu hình ảnh, bản đồ, tiềm năng thế mạnh tỉnh An Giang; Tài liệu, dự án mời gọi đầu tư vào các khu, cụm công nghiệp. Qua 04 ngày tham gia sự kiện, gian hàng An Giang đã thu hút doanh nghiệp trong và ngoài nước tham quan tìm hiểu môi trường đầu tư, hạ tầng các khu công nghiệp môi trường, năng lượng như cơ quan xúc tiến thương đầu tư (Kotra), cơ quan xúc tiến kinh tế tỉnh Chungcheongnam-do, Công ty CIG...

- Tham gia gian hàng triển lãm của tỉnh tại Triển lãm Quốc tế Công nghiệp Thực phẩm Việt Nam từ ngày 16/11 – 19/11/2022 tại Thành phố Hồ Chí Minh đã giới thiệu các sản phẩm thế mạnh của địa phương đến khách tham quan và nhiều công ty, nhà phân phối trong và ngoài nước.

- Làm việc với Phòng Thương mại và Công nghiệp Alexandria tại Ai Cập từ ngày 13/8 – 18/8/2022, theo đó đã giới thiệu tiềm năng xuất khẩu của tỉnh An Giang với các đại diện doanh nghiệp Ai Cập cũng như đã gửi sản phẩm mẫu gạo của Công ty Cổ phần Tập đoàn Lộc Trời và thông tin brochure của Công ty Cổ phần xuất nhập khẩu Thủy sản Cửu Long và Công ty Cổ phần Tập đoàn Nam Việt.

- Phối hợp với Trung tâm Hỗ trợ xuất khẩu - Cục Xúc tiến Thương mại tổ chức 02 Phiên tư vấn (trực tuyến) tại Điểm cầu Khách sạn Hòa Bình 1, An Giang: Xuất khẩu sản phẩm Lúa Gạo sang thị trường Asean (ngày 05/5/2022); Xuất khẩu sang thị trường Brazil (ngày 06/5/2022).

- Theo dõi tình hình xuất nhập khẩu thông quan hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới phía Bắc; triển khai thực hiện các giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản qua cửa khẩu biên giới phía Bắc theo hình thức thương mại chính ngạch; Thường xuyên thông tin đến các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu trên địa bàn tỉnh các chương trình tư vấn, giao thương, hội chợ với các thị trường nước ngoài.

- Thường xuyên chuyển tiếp các thông tin với các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu trên địa bàn tỉnh các chương trình tư vấn, giao thương, hội chợ với các thị trường nước ngoài; Đề xuất nội dung hợp tác với đối tác nước New Zealand và nước Cộng hòa Liên bang Đức; Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Cục Hải quan và Doanh nghiệp khảo sát về hoạt động xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc...

2. Nội dung Chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước

2.1. Tổ chức, tham gia các hội chợ, triển lãm

- Tổ chức Ngày hội Mắm Châu Đốc, An Giang - Đặc sản các vùng miền năm 2022 từ ngày 20/4 – 24/4/2022 tại Quảng trường phường Châu Phú A, thành phố Châu Đốc, với quy mô 180 gian hàng (tăng 20% so với năm 2021) của các doanh nghiệp, Hợp tác xã, Cơ sở sản xuất, làng nghề trong và ngoài tỉnh; các cơ sở ẩm thực, công ty du lịch, nhà hàng – khách sạn thuộc 20 tỉnh, thành trong cả nước. Số lượng khách tham quan mua sắm đạt khoảng 125 ngàn lượt (tăng 25% so với năm 2021), tổng doanh số bán hàng đạt khoảng 24 tỷ đồng (tăng 20% so với năm 2021). Bên cạnh đó, có hơn 10 hợp đồng đại lý, biên bản ký kết được thực hiện trong Ngày hội.

- Tổ chức trưng bày, triển lãm các sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc sản, hình ảnh du lịch, hình ảnh xúc tiến đầu tư tại các sự kiện lớn trong và ngoài tỉnh: (1) Hội nghị Thường trực Hội đồng nhân dân các tỉnh, thành phố khu vực Đồng bằng sông Cửu Long lần thứ nhất, nhiệm kỳ 2021 – 2026 tại tỉnh An Giang; (2) Lễ ký kết biên bản ghi nhớ hợp tác giữa Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang với Công ty Cổ phần NovaGroup tại thành phố Hồ Chí Minh. Qua đó, đã giới thiệu các sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc sản đến gần 1.500 đại biểu.

- Tham gia gian hàng triển lãm của tỉnh và hỗ trợ khoảng 70 lượt doanh nghiệp An Giang cùng tham gia tại các tỉnh, thành phố: thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Đà Nẵng, thành phố Cần Thơ, các tỉnh: Đồng Tháp, Sơn La, Sóc Trăng, Long An... Qua đó đã giới thiệu, quảng bá các sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng của An Giang đến đại biểu các tỉnh, thành phố và người tiêu dùng, khách du lịch tại các tỉnh, thành; thông qua hội chợ, hội nghị doanh nghiệp An Giang đã kết nối mở thêm đại lý.

- Hỗ trợ 06 cơ sở, doanh nghiệp có sản phẩm đạt chứng nhận OCOP và sản phẩm đặc trưng địa phương tham gia Phiên chợ cuối tuần tại Siêu thị Tứ Sơn, từ ngày 18 – 20/3/2022 với chủ đề “Sản phẩm OCOP và đặc trưng nổi tiếng vùng miền”.

2.2. Tổ chức các chương trình đưa hàng Việt về nông thôn

Tổ chức thành công 74 chuyến hàng Việt về nông thôn với tổng doanh số đạt được trên 1.5 tỷ đồng, thu hút 54.886 lượt khách đến tham quan, mua sắm. Qua đó, tạo thêm nhiều cơ hội cho doanh nghiệp tiếp cận thị trường, đặc biệt là thị trường nông thôn; từng bước xây dựng mạng lưới kênh phân phối, mở rộng thị trường, tạo dựng uy tín với người tiêu dùng, góp phần nâng cao sức cạnh tranh cho các sản phẩm Việt Nam... Đồng thời, góp phần ngăn chặn có hiệu quả việc sản xuất hàng giả, hàng kém chất lượng, đặc biệt ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng.

2.3. Hoạt động xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP:

- Khai trương đưa vào khai thác, hoạt động Khu trưng bày sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng huyện Chợ Mới; quảng bá và giới thiệu sản phẩm OCOP bằng nhiều hình thức đa dạng, phong phú.

- Thực hiện các video clip truyền thông, quảng bá sản phẩm OCOP giới thiệu tại các sự kiện xúc tiến thương mại trong và ngoài nước; In ấn các ấn phẩm, tài liệu truyền thông, quảng bá các sản phẩm OCOP, sản phẩm tiềm năng OCOP theo các nhóm ngành hàng và thị trường.

- Tổ chức Tuần lễ bán hàng, giới thiệu sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng tỉnh An Giang với các doanh nghiệp phân phối tại Thành phố Hồ Chí Minh từ ngày 17/11 – 20/11/2022 tại Nhà thi đấu thể dục thể thao Phú Thọ, Thành phố Hồ Chí Minh với sự tham dự của 12 chủ thể OCOP và đặc sản tỉnh An Giang, qua đó hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá thương hiệu, xúc tiến sản phẩm đến người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh.

- Phối hợp với Sở Công Thương thành phố Hồ Chí Minh tổ chức Hội nghị kết nối giao thương giữa các doanh nghiệp tỉnh An Giang và các doanh nghiệp phân phối tại thành phố Hồ Chí Minh vào ngày 18/11/2022 tại Nhà thi đấu thể dục thể thao Phú Thọ, thành phố Hồ Chí Minh với sự tham dự của gần 20 doanh nghiệp An Giang. Kết quả, các doanh nghiệp đã kết nối giao dịch mua bán với và 07 hệ thống phân phối tại thành phố Hồ Chí Minh (Aeon citimart, Sài Gòn Co.op, Winmart, MM Mega Market, siêu thị GO, Bách Hóa Xanh).

- Tổ chức các đoàn công tác làm việc với Sở Công Thương các tỉnh Bạc Liêu, Sóc Trăng và Trung tâm Xúc tiến Thương mại, Du lịch và Đầu tư tỉnh Đồng Tháp để trao đổi hợp tác triển khai các hoạt động phối hợp triển lãm, trưng bày mua bán sản phẩm đặc trưng, sản phẩm OCOP tại các sự kiện của tỉnh An Giang.

- Thông tin, kết nối các sản phẩm OCOP vào cửa hàng OCOP của Công ty Cổ phần Rau quả Thực phẩm An Giang. Đồng thời, hỗ trợ quảng bá, truyền

thông cho cửa hàng này trên fanpage của Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư.

2.4. Thông tin, tuyên truyền về thị trường, hàng hóa, hoạt động xúc tiến thương mại

- Phối hợp báo đài địa phương và Trung ương thực hiện truyền thông quảng bá; đăng tin trên Cổng Thông tin điện tử An Giang, cổng thông tin của các huyện, thị xã, thành phố, website Trung tâm xúc tiến, website các tổ chức xúc tiến thương mại, mạng xã hội zalo, facebook về các sự kiện xúc tiến thương mại của tỉnh, các thông tin chính sách về xúc tiến thương mại... Tăng cường đăng tin về tình hình thị trường hàng hóa, thông tin sản phẩm, các chương trình khuyến mãi kích cầu tiêu dùng lên trang, mạng thông tin đại chúng...

- Phối hợp Trung tâm Thông tin công nghiệp và thương mại – Bộ Công Thương cung cấp cho doanh nghiệp thông tin: tình hình xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa Việt Nam, đánh giá cán cân thương mại và dự báo nhu cầu nhập khẩu của các nước, diễn biến và triển vọng xuất khẩu hàng hóa sang thị trường các nước tiềm năng.

- Thông tin cho gần 3.000 lượt doanh nghiệp về các hội nghị, hội thảo, hội chợ trong và ngoài nước do các Bộ ngành, các tỉnh, thành tổ chức.

2.5. Hoạt động kết nối giao thương, mở rộng thị trường cho các sản phẩm của tỉnh

- Hỗ trợ doanh nghiệp (như Công ty CP Bách hóa xanh; Công ty CP DV TM tổng hợp Vincommerce, Công ty TNHH MTV TP Saigon Co.op,...) phát triển các cửa hàng tiện lợi trên địa bàn tỉnh để kinh doanh các mặt hàng thiết yếu, nông sản an toàn phục vụ nhu cầu mua sắm của người dân.

- Tổ chức Hội nghị kết nối giao thương chủ đề “Sản phẩm OCOP và đặc sản vùng miền gắn với thị trường tiêu thụ và hoạt động du lịch”, trong khuôn khổ Ngày hội Mắm Châu Đốc, An Giang - Đặc sản các vùng miền năm 2022, với sự tham gia của gần 100 đại biểu là lãnh đạo các sở, ban, ngành và doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh. Kết quả, đại diện các tỉnh An Giang, Long An, Sóc Trăng, Tây Ninh, Bến Tre, Bạc Liêu và Công ty TNHH Tứ Sơn Châu Đốc đã thực hiện ký kết biên bản ghi nhớ hợp tác và phối hợp tổ chức chuỗi phiên chợ cuối tuần để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp các tỉnh, thành phố gặp gỡ trực tiếp kết nối giao thương trong thời gian tới.

- Tổ chức đoàn công tác tỉnh tham gia và hỗ trợ doanh nghiệp tham dự Hội nghị kết nối giao thương giữa Nhà cung cấp khu vực Tây Nguyên với các doanh nghiệp xuất khẩu và tổ chức xúc tiến thương mại năm 2022 tại tỉnh Đắk Lắk do Cục Xúc tiến Thương mại, Bộ Công Thương phối hợp với Sở Công Thương tỉnh Đắk Lắk tổ chức. Sau 03 ngày, khu vực trưng bày sản phẩm tỉnh An Giang đã thu hút trên 1.000 lượt khách tham qua, mua sắm, các doanh nghiệp kết nối giao dịch mua bán với hơn 10 đối tác phân phối, chuỗi cửa hàng.

- Tổ chức đoàn công tác tỉnh tham gia và hỗ trợ 08 doanh nghiệp An Giang tham dự Hội nghị kết nối giao thương giữa Nhà cung cấp vùng Đồng bằng sông Cửu Long với các doanh nghiệp xuất khẩu và tổ chức xúc tiến thương mại năm 2022 tại Thành phố Hồ Chí Minh. Sau 05 ngày diễn ra, gian hàng An Giang đã thu hút trên 3.000 lượt khách tham qua, mua sắm đến khách tham quan, đối tác và nhận được nhiều sự ủng hộ, phản hồi tích cực từ người tiêu dùng. Kết quả, các đơn vị đã kết nối giao dịch mua bán với hơn 20 đối tác phân phối, siêu thị chuỗi cửa hàng (*như AEON, BigC! Go, Ajuma Garden, Good Food; nhà phân phối và đại lý tại thành phố Hồ Chí Minh, Tây Ninh, Phan Thiết, Đồng Nai...*).

- Quảng bá, kết nối sản phẩm, hàng hóa của các hợp tác xã giữa Liên minh Hợp tác xã tỉnh An Giang và Liên minh Hợp tác xã tỉnh Hậu Giang. Thành lập cửa hàng trưng bày, giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm của các hợp tác xã, tổ hợp tác đặt tại số 148, đường Điện Biên Phủ, phường Mỹ Long, thành phố Long Xuyên.

- Triển khai Kế hoạch xây dựng phát triển thương hiệu Nếp Phú Tân An Giang, kết hợp Tập đoàn Lộc Trời xây dựng chuỗi liên kết tiêu thụ sản phẩm nếp.

- Xây dựng Kế hoạch thành lập Cửa hàng trưng bày, giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm của các hợp tác xã, tổ hợp tác.

2.6. Tổ chức tập huấn, bồi dưỡng xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp, hợp tác xã và thương nhân trong tỉnh

- Tổ chức lớp tập huấn chuyên đề “chiến lược phát triển thương hiệu – Nhượng quyền thương hiệu” từ ngày 12/10 – 13/10/2022 tại Khách sạn Hòa Bình II, do Thạc sỹ Hoàng Thị Nhật Lệ, CEO Công ty TNHH LBG Asia giảng dạy. Với sự tham dự của 100 đại biểu sở ngành, huyện thị thành và các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh. Qua đó đã cung cấp cho các đơn vị, doanh nghiệp kiến thức kế hoạch nhượng quyền thương hiệu; và chiến lược phát triển thương hiệu, các bước chuẩn bị thực hiện nhượng quyền cho một cửa hàng. Đồng thời giới thiệu về phần mềm về quản lý bán hàng để các doanh nghiệp cập nhật và sử dụng...

- Tổ chức Hội thảo và tư vấn hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực thiết kế, phát triển sản phẩm tỉnh An Giang từ ngày 18/10 – 19/10/2022 tại Nhà khách Văn phòng UBND tỉnh do Giảng viên Choi Eugene – Tiến sĩ Nghệ thuật văn hóa, Giám đốc Văn phòng Mass C&G Hà Nội, chuyên gia thiết kế Hàn Quốc hướng dẫn, với sự tham dự hơn 100 đại biểu đến từ các Sở, ban, ngành tỉnh; huyện, thị xã, thành phố; cùng các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất. Kết quả đã giúp doanh nghiệp ngày càng hoàn thiện chất lượng bao bì, nhãn mác, mở rộng thị trường trong nước và định hướng xuất khẩu định hướng thị trường, từng bước cải thiện sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị hiếu khách hàng theo từng thị trường mục tiêu.

- Thông tin cho doanh nghiệp về các lớp tập huấn, hội nghị, hội thảo về thông tin, quy định của các thị trường xuất khẩu, kỹ năng quản trị doanh nghiệp, bao bì nhãn mác...

3. Nội dung Chương trình xúc tiến thương mại biên giới

- Tổ chức thành công Hội chợ Thương mại Quốc tế Tịnh Biên - An Giang năm 2022 từ ngày 19/5 – 25/5/2022 tại Khu Công nghiệp Xuân Tô, huyện Tịnh Biên, với quy mô hơn 300 gian hàng của 120 doanh nghiệp gồm Việt Nam, Campuchia và Thái Lan (giảm 20% so với năm 2019). Số lượng khách tham quan mua sắm đạt trên 260.000 lượt người, trong đó khách đến từ Vương quốc Campuchia khoảng 20.000 lượt (tăng 15% so với năm 2019). Tổng doanh số bán hàng đạt 15 tỷ đồng, các ngành hàng có doanh số cao là hàng tiêu dùng; cơ khí, giống cây trồng, mỹ phẩm, dược phẩm; hàng may mặc, giày dép;... riêng doanh nghiệp An Giang đạt doanh số 1,5 tỷ đồng (tương đương năm 2019).

- Thường xuyên cung cấp cho doanh nghiệp thông tin mới nhất về các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của khu vực biên giới, các thông tin về nhu cầu, sản lượng, tiêu chuẩn của thị trường Campuchia, giúp các doanh nghiệp thay đổi phương thức xuất nhập khẩu phù hợp.

4. Hoạt động xúc tiến thương mại trong thương mại điện tử

- Tình hình phát triển thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh tiếp tục phát triển mạnh do người tiêu dùng ngày càng quen với việc mua sắm hàng hóa và dịch vụ trực tuyến; phương thức thanh toán không dùng tiền mặt tiếp tục được người tiêu dùng quan tâm lựa chọn trong hoạt động mua sắm trực tuyến trên các sàn thương mại điện tử. Để góp phần thúc đẩy phát triển hoạt động thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh năm 2022, Sở Công Thương đã chủ động phối hợp với Viettel An Giang, VNPT An Giang triển khai chương trình thanh toán không dùng tiền mặt tại chợ trên địa bàn tỉnh. Lũy kế từ đầu năm đến nay đã triển khai được 09 chợ gồm: chợ Tịnh Biên, chợ Châu Phú B, chợ Trà Môn, chợ Thị trấn Phú Hòa, chợ Mỹ Bình, chợ Ba Chúc, chợ Bình Hòa, chợ Cái Dầu, chợ Vĩnh Tre và chợ Mỹ Đức; Phối hợp với Petrolimex An Giang triển khai chương trình thanh toán không dùng tiền mặt trong hệ thống cửa hàng xăng dầu thuộc Petrolimex An Giang (đã lắp đặt xong cho 45/50 cửa hàng) và PV Oil An Giang (lắp đặt xong 15/15).

- Thực hiện tuyên truyền các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt trên Cổng thông tin điện tử của Ủy ban nhân dân tỉnh, Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy, và Sở Công Thương, Báo An Giang, Đài Phát thanh truyền hình An Giang; Phối hợp với các đơn vị cung cấp dịch vụ phát triển thương mại điện tử triển khai nhiều hoạt động kết nối, hỗ trợ phát triển thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh, các giải pháp bán hàng trên các sàn thương mại điện tử cho doanh nghiệp tại An Giang; hỗ trợ các doanh nghiệp, Cơ sở sản xuất, Kinh doanh, Hợp tác xã, Tổ hợp tác, hộ kinh doanh cá thể tham gia sàn thương mại điện tử trong và ngoài nước”.

- Phối hợp với Công ty TNHH Shopee hỗ trợ 50 doanh nghiệp thương mại An Giang mở gian hàng trực tuyến trên sàn giao dịch điện tử Shopee và tổ chức các lớp đào tạo tập huấn kỹ năng bán hàng trên sàn thương mại điện tử. Shopee tiến hành chạy chương trình khuyến mại từ ngày 26/11-25/12 cho 19/32 doanh nghiệp An Giang đủ điều kiện.

- Xây dựng và hoàn thành trang thương mại điện tử huyện Chợ Mới <https://sanphamchomoi.vn>.

- Tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, tổ hợp tác, hợp tác xã, đặc biệt là các doanh nghiệp OCOP xây dựng trang web thương mại điện tử và kỹ năng sử dụng mạng xã hội (facebook, zalo, tiktok) để quảng bá, tiêu thụ sản phẩm.

- Tham gia sàn Thương mại điện tử của Liên minh Hợp tác xã Việt Nam.

- Vận động, khuyến khích các cơ sở, doanh nghiệp trang bị sử dụng phần mềm quản lý bán hàng trong hoạt động kinh doanh; ứng dụng công nghệ thông tin trong các hoạt động giao dịch thương mại.

II. NHẬN XÉT, ĐÁNH GIÁ CHUNG

1. Thuận lợi

- Được sự ủng hộ, chỉ đạo quyết liệt của Tỉnh ủy, Ủy ban nhân dân tỉnh, sự quyết tâm phối hợp thực hiện của các Sở, ngành và địa phương, các hoạt động xúc tiến thương mại ngày càng có hiệu quả, đổi mới về nội dung, hình thức và nâng cao về chất lượng hoạt động đảm bảo theo chương trình, kế hoạch đề ra.

- Hoạt động xúc tiến thương mại có sự chủ động, linh hoạt, triển khai các phương thức tổ chức xúc tiến, nhất là trong hoạt động xúc tiến thị trường nội địa góp phần vào ổn định thị trường và thực hiện chủ trương người Việt Nam ưu tiên dùng hàng hàng Việt Nam. Bên cạnh đó, tỉnh đã triển khai kế hoạch đẩy mạnh phát triển sản phẩm OCOP của tỉnh, bước đầu tạo được hiệu quả tích cực trong việc quảng bá giới thiệu được sản phẩm OCOP trong và ngoài tỉnh. Đồng thời, cũng tạo mối liên kết với các địa phương, các doanh nghiệp trong việc hỗ trợ các hoạt động nghiên cứu thị trường, kết nối giao thương tìm đầu ra cho sản phẩm của tỉnh, tăng cường quảng bá trên các kênh truyền thông và ứng dụng công nghệ thông tin trong xúc tiến thương mại. Hỗ trợ các doanh nghiệp quảng bá hoạt động xúc tiến thương mại điện tử, đây là kênh quảng bá xúc tiến trong tình hình mới mang lại nhiều hiệu quả và lợi ích thiết thực cho doanh nghiệp.

- Với những thành tựu đạt được trong phát triển kinh tế xã hội, sản xuất kinh doanh trên từng lĩnh vực của tỉnh. Ngoài trách nhiệm của ngành và địa phương trực tiếp tổ chức thực hiện, thì vai trò của công tác xúc tiến đã đóng góp rất tích cực cho việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển thương mại dịch vụ gắn với kinh tế biên giới, mở rộng thị trường nội địa và xuất khẩu và tăng cường mối quan hệ đối ngoại trong và ngoài nước.

2. Khó khăn, hạn chế

- Trong năm 2022, nền kinh tế cả nước nói chung và tỉnh nhà nói riêng phải đối mặt với nhiều khó khăn do dịch bệnh Covid-19 bùng phát, tình hình chiến sự giữa các nước trên thế giới (Nga, Ucraina...) ảnh hưởng đến giá xăng dầu tăng cao dẫn đến giá thành sản phẩm, hàng hóa tăng và làm đứt gãy chuỗi cung ứng trên toàn cầu, Trung Quốc áp dụng chính sách zero – Covid, thị trường đầu ra bị hạn chế, phần lớn doanh nghiệp gặp khó khăn trong khâu tiêu thụ hàng hóa...

- Các nước trên thế giới còn thắt chặt trong việc kiểm soát dịch bệnh COVID-19, do đó các đoàn khảo sát thị trường nước ngoài tạm dừng chỉ kết nối bằng hình thức trực tuyến.

- Nguồn kinh phí phân bổ ngân sách nhà nước hàng năm còn hạn chế, chưa đáp ứng đủ nhu cầu hoạt động để tạo đột phá trong công tác xúc tiến của các đơn vị.

- Các hoạt động xúc tiến thương mại còn chưa đồng đều, quy mô nhỏ và số lượng doanh nghiệp tham gia chưa nhiều. Chủ yếu tập trung vào các hoạt động hội chợ, triển lãm, phiên chợ, chuyển hàng lưu động; Bên cạnh hiệu quả công tác tuyên truyền, quảng bá, tổ chức sự kiện còn hạn chế.

- Việc xây dựng vùng nguyên liệu, liên kết sản xuất với nông dân và hợp tác xã nông nghiệp chưa được quan tâm, chủ yếu vẫn là nông dân quen bán nông sản qua thương lái, quy mô sản xuất nhỏ lẻ gây khó khăn và ảnh hưởng đến sản lượng tiêu thụ của doanh nghiệp dẫn đến việc mở rộng diện tích qua các năm rất hạn chế.

- Các sản phẩm hàng hóa của tỉnh chưa đa dạng về mẫu mã, chủng loại, khó khăn trong khâu bao bì, chế biến, bảo quản sau thu hoạch, tồn trữ nên khó mở rộng quy mô sản xuất (mặc dù có đơn đặt hàng) hoặc thực hiện các đơn hàng số lượng lớn, chưa đáp ứng yêu cầu thị trường.

- Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp sản xuất, chế biến nông sản trên địa bàn tỉnh còn thấp. Các đặc sản chất lượng cao, sản phẩm có thương hiệu, sản phẩm hữu cơ, sản phẩm chế biến có hàm lượng giá trị gia tăng cao và được truy xuất nguồn gốc còn hạn chế.

- Đa số các cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh gặp khó khăn khi tham gia sàn thương mại điện tử do thiếu nhân sự và kỹ năng về công nghệ.

- Chưa tạo ra được sự liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa các hiệp hội, doanh nghiệp nhằm tận dụng tối đa nguồn lực và phát huy thế mạnh trong chuỗi giá trị liên kết - tiêu thụ nông sản.

- Lực lượng cán bộ công chức, viên chức còn hạn chế về kỹ năng chuyên môn, kinh nghiệm trong hoạt động xúc tiến thương mại, nhất là đánh giá thị trường hậu Covid-19.

Phần thứ 2

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NĂM 2023

I. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

- Đẩy mạnh sức tiêu thụ hàng hóa tại địa phương, khuyến khích sử dụng hàng hóa trong nước, giữ vững ổn định thị trường, phát triển lành mạnh và bền vững thị trường hàng hóa.

- Tăng cường công tác thông tin đến các doanh nghiệp, hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị phần tiêu thụ nội địa, đa dạng các kênh phân phối; Khai thác thế mạnh kinh tế biên giới, gia tăng lưu lượng hàng hóa xuất khẩu qua các cửa khẩu để phát triển các loại hình dịch vụ.

- Đẩy mạnh phát triển xuất khẩu hàng hóa trên địa bàn tỉnh theo hướng đa dạng hóa thị trường, chú trọng các mặt hàng chủ lực và tiềm năng, bên cạnh giữ vững thị trường truyền thống. Hỗ trợ doanh nghiệp triển khai các dự án liên kết sản xuất và tiêu thụ theo hướng chuỗi giá trị nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và tăng giá trị xuất khẩu các mặt hàng chủ lực của tỉnh.

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động xúc tiến thương mại thông qua thương mại điện tử, nền tảng số, trí tuệ nhân tạo, ứng dụng công nghệ 4.0 để hỗ trợ doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh tăng cơ hội tiếp cận thị trường.

- Phục hồi tăng trưởng kinh tế trên cơ sở thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch bệnh Covid-19.

2. Mục tiêu cụ thể

- Xuất khẩu: Đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc xuất các mặt hàng gạo cao cấp, thủy sản giá trị gia tăng chất lượng cao, rau quả an toàn.

- Thị trường trong nước, biên giới: Tổ chức các hoạt động xúc tiến thị trường trọng điểm thành phố Hồ Chí Minh, miền Trung, Tây Nguyên, Hà Nội các mặt hàng: nông sản, thủy sản, sản phẩm OCOP đến với người tiêu dùng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Phát triển thị trường biên giới Campuchia để góp phần đẩy mạnh và tạo thuận lợi cho xuất khẩu.

- Đẩy mạnh hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất xây dựng website thương mại điện tử, tăng cường công tác đào tạo tập huấn cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất; Hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp khởi nghiệp, doanh nghiệp OCOP kinh doanh trên các sàn giao dịch thương mại điện tử trong nước và ngoài nước.

II. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI 2023

1. Hoạt động xúc tiến thương mại phát triển ngoại thương

- Hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh lúa gạo tham gia hội chợ triển lãm định hướng xuất khẩu tại Việt Nam và các hội chợ ngoài nước theo

Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại hoặc của các nước có quan hệ hợp tác với Việt Nam để các doanh nghiệp tiếp cận thị trường, tìm kiếm đối tác và củng cố hệ thống phân phối.

- Thuê chuyên gia tư vấn nghiên cứu định vị thị trường xuất khẩu và xây dựng kế hoạch phát triển thị trường gạo xuất khẩu của An Giang.

- Xây dựng cơ sở dữ liệu các thị trường trọng điểm theo ngành hàng thế mạnh của tỉnh.

- Tham gia và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hội chợ chuyên ngành quốc tế gồm các mặt hàng chủ lực lúa gạo, nếp, thủy sản, trái cây tại các nước như: Trung Quốc, HongKong, Thái Lan...

- Duy trì mối quan hệ với thị trường Campuchia bằng việc luân phiên phối hợp tổ chức các chương trình kết nối doanh nghiệp, hướng doanh nghiệp lưu thông hàng hóa theo con đường chính ngạch, nhằm đẩy mạnh quan hệ hợp tác và phát triển kinh tế biên mậu, thúc đẩy thị trường xuất khẩu trong khu vực.

- Chủ động tiếp cận mời đoàn vào thuộc các nước truyền thống, thành viên hiệp định CPTPP, EVFTA như: Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc... tìm hiểu môi trường đầu tư - kinh doanh và hợp tác với doanh nghiệp tỉnh, nhằm tiêu thụ các mặt hàng thủy sản, lúa gạo, rau quả.

- Mua thông tin thị trường phục vụ hoạt động xúc tiến, định hướng xuất khẩu, tham mưu quản lý điều hành xuất khẩu.

- Tiếp tục kết nối với các Tham tán thương mại của Việt Nam ở nước ngoài, các cơ quan xúc tiến, cơ quan ngoại giao của nước ngoài tại Việt Nam rà soát thị trường, tìm hiểu nhu cầu, tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa của nước nhập khẩu, các cam kết về thuế... để tiếp tục thông tin đến doanh nghiệp xuất khẩu của tỉnh để tham khảo, nghiên cứu đưa vào kế hoạch xúc tiến của đơn vị đối với thị trường truyền thống nhưng vẫn chưa khai thác hết tiềm năng và thị trường mới mà hiện nay ngành thủy sản, gạo, rau quả của tỉnh có thể tiếp cận thêm.

- Tổ chức Hội nghị quốc tế, kết nối giao thương giữa doanh nghiệp Việt Nam và nhà nhập khẩu nước ngoài.

- Tổ chức Hội nghị gặp gỡ các tham tán thương mại, Thương vụ, Đại sứ quán nước ngoài tại Việt Nam.

- Tăng cường các hoạt động hội nhập kinh tế quốc tế, thông qua các hình thức như thực hiện các phóng sự tuyên truyền, ấn phẩm, phát hành công văn... để kịp thời giới thiệu, cập nhật các quy định, điều khoản áp dụng đối với các Hiệp định thương mại.

- Nghiên cứu phát triển thêm các kênh thương mại mới, ứng dụng công nghệ thông tin và áp dụng thương mại điện tử để tăng cơ hội tiếp cận với khách hàng, đẩy mạnh hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu trực tuyến. Hỗ trợ DN xuất khẩu trực tuyến thông qua hình thức hỗ trợ phí đăng ký tài khoản cho các doanh nghiệp trên trang bán hàng Alibaba, Felix...(dự kiến hỗ trợ 05 doanh nghiệp ở 3 ngành hàng xuất khẩu gạo, thủy sản, cá tra).

2. Hoạt động xúc tiến thương mại thị trường trong nước

2.1. Tổ chức, tham gia các hội chợ, triển lãm

- Duy trì tổ chức và nâng chất các hội chợ trên địa bàn tỉnh: sự kiện sản phẩm OCOP đồng hành cùng người tiêu dùng tỉnh An Giang, hội chợ thương mại quốc tế Việt Nam – Campuchia – Thái Lan, phiên chợ nông sản... và các hội chợ cấp huyện gắn với sự kiện văn hóa của địa phương: Thoại Sơn, Tri Tôn, Phú Tân...

- Tổ chức Tuần hàng giới thiệu sản phẩm An Giang và các tỉnh, thành tại Hà Nội nhằm trưng bày, giới thiệu nét văn hóa đặc sắc, quảng bá sản phẩm đặc sản, sản phẩm nông sản của tỉnh.

- Tổ chức Ngày hội giao lưu sản phẩm các tỉnh, thành tại An Giang.

- Tham gia và hỗ trợ các chủ thể OCOP, đơn vị đạt nhãn hiệu chứng nhận An Giang, doanh nghiệp, HTX... tham gia hội chợ trong và ngoài tỉnh thuộc các vùng kinh tế trọng điểm trong cả nước, đặc biệt là Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Miền Trung - Tây Nguyên...

- Trưng bày tại các sự kiện bên lề, hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước nhằm tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm chủ lực của tỉnh, đồng thời tiếp nhận thông tin thu thập được để cung cấp ngược lại cho doanh nghiệp, Hợp tác xã, cơ sở sản xuất kết nối với nhau.

2.2. Tổ chức các chương trình đưa hàng Việt về nông thôn:

Tổ chức các phiên chợ, chuyển bán hàng Việt lưu động tại huyện, thị xã, thành phố theo hướng đổi mới nội dung và hình thức triển khai để các phiên chợ, chuyển bán hàng Việt ngày càng hiệu quả hơn, thu hút nhiều người dân đến tham quan, mua sắm.

2.3. Hoạt động xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP: triển khai thực hiện Đề án quảng bá, xúc tiến và phát triển sản phẩm OCOP, đặc sản tỉnh An Giang giai đoạn 2021-2023 tại Quyết định số 1963/QĐ-UBND ngày 20/8/2021:

- Tổ chức sự kiện sản phẩm OCOP tỉnh An Giang tại một số huyện, thành phố trên địa bàn tỉnh.

- Hỗ trợ các điểm bán hàng OCOP.

- Tuyên truyền sản phẩm OCOP trên các kênh truyền thông.

- In ấn tài liệu phục vụ giới thiệu quảng bá cho các sản phẩm OCOP.

- Thực hiện video quảng bá sản phẩm OCOP.

2.4. Thông tin, tuyên truyền về thị trường, hàng hóa, hoạt động xúc tiến thương mại

- Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, vận động để người tiêu dùng biết, hiểu, đánh giá đúng về chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp Việt Nam.

- Xây dựng các video giới thiệu về gạo An Giang. Hỗ trợ tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa Việt Nam, trong đó có gạo An Giang đến người tiêu dùng trong và ngoài nước qua báo chí, ấn phẩm, truyền thanh truyền hình. Tuyên truyền, quảng bá ngành hàng, chỉ dẫn địa lý đối với gạo thương hiệu An Giang ở nước ngoài. Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia chương trình giới thiệu sản phẩm mới tại các sự kiện xúc tiến thương mại.

- Xây dựng và phát hành ấn phẩm, tờ rơi, tờ bướm tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá về các sản phẩm rau màu, rau màu công nghệ cao, trái cây, đặc sản tỉnh An Giang.

- Thực hiện đăng tin, bài liên quan đến xúc tiến thương mại trên Cổng thông tin điện tử và các trang web của các sở ngành và huyện thị xã thành phố.

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất, kinh doanh các sản phẩm, hàng hoá có thế mạnh của tỉnh xây dựng website bán hàng nhằm hỗ trợ giới thiệu, quảng bá sản phẩm.

- Đẩy mạnh công tác thông tin kinh tế, thương mại và các sự kiện của tỉnh trên các phương tiện thông tin đại chúng và trang thông tin điện tử. Phổ biến thông tin về pháp luật, kinh doanh, chính sách kinh tế thương mại lên trang thông tin điện tử Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư.

- Quảng bá thương hiệu sản phẩm, thương hiệu doanh nghiệp trên các phương tiện thông tin, báo đài, web. Thường xuyên cập nhật thông tin doanh nghiệp đưa lên web để giới thiệu và tìm kiếm đối tác, hợp tác kinh doanh và đầu tư mở rộng phát triển sản xuất kinh doanh. Hỗ trợ, tư vấn doanh nghiệp lựa chọn tham gia các chương trình quảng bá thương hiệu sản phẩm do các tổ chức trong và ngoài nước thực hiện.

2.5. Hoạt động kết nối giao thương, mở rộng thị trường cho các sản phẩm của tỉnh

- Thường xuyên kết nối với các siêu thị, trung tâm thương mại, nhà phân phối trong và ngoài tỉnh để đẩy mạnh tiêu thụ các mặt hàng nông sản.

- Phối hợp tổ chức hoặc tham gia các diễn đàn doanh nghiệp, diễn đàn xuất khẩu do Bộ ngành Trung ương, các tổ chức xúc tiến tổ chức để kết nối hỗ trợ doanh nghiệp tỉnh với doanh nghiệp trong và ngoài nước thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa. Tổ chức các hội nghị kết nối doanh nghiệp với doanh nghiệp theo phương thức **B2B hoặc Face to Face** để kết nối giao thương giữa doanh nghiệp An Giang với các doanh nghiệp trong và ngoài nước nhằm đẩy mạnh tiêu thụ các mặt hàng chủ lực của tỉnh, đặc biệt là nông - thủy sản.

- Tìm kiếm, kết nối hỗ trợ các hợp tác xã giới thiệu sản phẩm, mở rộng thị trường, tiêu thụ sản phẩm; Hỗ trợ xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu hàng hóa cho sản phẩm của hợp tác xã để có sức cạnh tranh trên thị trường; Hỗ trợ đẩy mạnh sự liên kết trong khu vực hợp tác xã và giữa hợp tác xã với các doanh nghiệp nhằm huy động mọi nguồn lực tập trung cho phát triển sản xuất kinh

doanh; quan tâm, tạo điều kiện để các hợp tác xã xúc tiến thương mại, giới thiệu sản phẩm, nghiên cứu học tập kinh nghiệm.

- Duy trì triển khai có hiệu quả một số Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp về khoa học và công nghệ. Ưu tiên hỗ trợ doanh nghiệp trong việc đổi mới, nâng chất sản phẩm (nghiên cứu phát triển, nghiên cứu ứng dụng), đổi mới quy trình công nghệ (ứng dụng và đổi mới công nghệ), đổi mới tổ chức và quản lý (áp dụng các hệ thống quản lý tiên tiến và công cụ nâng cao năng suất chất lượng), đổi mới mô hình kinh doanh (hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo); hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và phát triển tài sản trí tuệ; triển khai Kế hoạch số 336/KH-UBND ngày 09/6/2020 của UBND tỉnh An Giang triển khai, áp dụng và quản lý hệ thống truy xuất nguồn gốc trên địa bàn tỉnh An Giang giai đoạn 2020 - 2025.

2.6. Tổ chức tập huấn, bồi dưỡng về thông tin thị trường, chính sách xuất nhập khẩu và nâng cao năng lực xúc tiến thương mại, phát triển năng lực và kỹ năng kinh doanh cho doanh nghiệp, Hợp tác xã và thương nhân trong tỉnh

- Tập huấn nâng cao năng lực cho 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.

- Tập huấn chuyên sâu về ứng dụng công nghệ thông tin, nền tảng mạng xã hội trong kinh doanh, sàn thương mại điện tử.

- Tập huấn nâng cao năng lực về xúc tiến thương mại, thương mại điện tử cho các HTX, các chủ thể sản xuất sản phẩm nông, thủy sản và sản phẩm OCOP.

- Tổ chức các buổi hội thảo giữa công ty, doanh nghiệp, tổ chức...đổi thoại với nông dân.

- Tăng cường đào tạo, phổ biến chính sách, pháp luật thương mại của các nước. Tổ chức các lớp đào tạo, tư vấn cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh về kỹ năng bán hàng, kỹ năng quản trị, thiết kế bao bì, mẫu mã, xây dựng thương hiệu và tác động của công nghệ 4.0, công nghệ thông tin đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp...

3. Nội dung Chương trình xúc tiến thương mại biên giới

Duy trì và nâng cao chất lượng tổ chức Hội chợ Thương mại Quốc tế Tịnh Biên – An Giang năm 2023.

Tổ chức các hoạt động giao lưu, hợp tác của doanh nghiệp hai bên Việt Nam - Campuchia trong một số lĩnh vực, ngành hàng và những mặt hàng chủ lực của tỉnh.

4. Hoạt động xúc tiến thương mại trong thương mại điện tử

Tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, tổ hợp tác, hợp tác xã, đặc biệt là các doanh nghiệp OCOP xây dựng trang web thương mại điện tử và đưa sản phẩm lên các sàn giao dịch thương mại điện tử để quảng bá, tiêu thụ sản

phẩm, tuần lễ giảm giá hoặc quà tặng các sản phẩm OCOP của tỉnh trên các sàn thương mại điện tử.

III. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

Để thực hiện được những mục tiêu, định hướng đề ra, cũng như nội dung Chương trình xúc tiến thương mại năm 2023, các sở, ban, ngành và Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố cần tập trung vào một số giải pháp chủ yếu sau đây:

1. Tăng cường công tác quản lý nhà nước về hoạt động xúc tiến thương mại

- Rà soát lại cơ chế, chính sách xúc tiến thương mại để điều chỉnh bổ sung hoàn thiện hoặc ban hành cho phù hợp với thực tế của địa phương và phù hợp với các văn bản hướng dẫn của các Bộ, ngành Trung ương quy định.

- Tăng cường hướng dẫn, kiểm tra giám sát việc thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại.

- Nâng cao năng lực cho đội ngũ viên chức làm công tác xúc tiến thương mại, tạo điều kiện cho đội ngũ viên chức tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ kiến thức về kinh tế thị trường, luật pháp quốc tế, thương mại quốc tế, ngoại ngữ để có thể tiến hành hoạt động xúc tiến thương mại một cách chuyên nghiệp.

- Tăng cường nguồn kinh phí cho hoạt động xúc tiến thương mại, tranh thủ nguồn kinh phí hỗ trợ từ Chương trình cấp quốc gia về Xúc tiến thương mại và đóng góp của các doanh nghiệp.

- Xây dựng Chương trình phải dựa trên cơ sở nghiên cứu, phân tích thị trường, điều kiện thực hiện, tham khảo nhu cầu của các doanh nghiệp, thực hiện tốt công tác chuẩn bị, lựa chọn đối tác hoặc chuyên gia có uy tín để phối hợp; đồng thời, khảo sát, nghiên cứu, nắm bắt nhu cầu của doanh nghiệp để định hướng nội dung các hoạt động xúc tiến thương mại sát với tình hình thực tế, mang lại hiệu quả thiết thực cho doanh nghiệp.

- Tăng cường phối hợp giữa hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến du lịch và xúc tiến đầu tư. Kết hợp các hình thức xúc tiến thương mại như: tham gia hội chợ thương mại kết hợp với khảo sát thị trường, tổ chức giao thương giữa doanh nghiệp trong tỉnh với doanh nghiệp các tỉnh.

- Đẩy mạnh công tác phối hợp trong hoạt động xúc tiến thương mại để trao đổi thông tin, tranh thủ các nguồn lực để nâng cao hiệu quả hoạt động; đồng thời, học tập kinh nghiệm và mở ra các cơ hội hợp tác trong lĩnh vực xúc tiến thương mại.

- Đề xuất, thực hiện các giải pháp tăng cường công tác quản lý về nguồn gốc, chất lượng sản phẩm, hàng hóa, trong đó cần nêu rõ vai trò quản lý của nhà nước và sự chủ động tham gia của các chủ thể kinh tế trong việc phát triển vùng nguyên liệu sạch, an toàn, kiểm soát, duy trì và không ngừng cải tiến chất lượng sản phẩm, hàng hóa, đáp ứng yêu cầu của thị trường trong và ngoài nước.

2. Tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền, liên kết giữa các cơ quan, ban, ngành và doanh nghiệp

- Đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến rộng rãi các chủ trương chính sách của nhà nước về hoạt động xúc tiến thương mại. Đa dạng hóa hình thức tuyên truyền với nhiều biện pháp và phương tiện khác nhau.

- Tăng cường cập nhật, trao đổi thông tin giữa các cấp, các ngành và với địa phương; đẩy mạnh công tác thu thập thông tin để kịp thời hỗ trợ cho các doanh nghiệp.

3. Đối với các doanh nghiệp, Hợp tác xã, cơ sở sản xuất

- Tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm tìm kiếm, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài nước, góp phần thực hiện có hiệu quả Chương trình Xúc tiến thương mại 2023, tận dụng tối đa mọi cơ hội mà cơ quan xúc tiến thương mại Nhà nước dành cho các doanh nghiệp.

- Chú trọng đào tạo nguồn nhân lực có trình độ quản lý, có tay nghề cao, thông thạo ngoại ngữ có khả năng giao dịch trực tiếp với khách hàng nước ngoài.

IV. DỰ TOÁN KINH PHÍ VÀ NGUỒN KINH PHÍ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

1. Dự toán kinh phí: **18.156.430.000 đồng** (*Bằng chữ: Mười tám tỷ, một trăm năm mươi sáu triệu, bốn trăm ba mươi nghìn đồng*) chi tiết tại Phụ lục đính kèm.

2. Nguồn kinh phí thực hiện các hoạt động trong Chương trình xúc tiến Thương mại tỉnh An Giang năm 2023 được chi từ nguồn ngân sách trung ương, tỉnh, huyện và doanh nghiệp đóng góp, trong đó:

- Ngân sách trung ương: 2.700.000.000 đồng.
- Ngân sách tỉnh: 11.317.430.000 đồng.
- Ngân sách huyện: 1.680.000.000 đồng.
- Doanh nghiệp đóng góp 2.458.600.000 đồng.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Để thực hiện mục tiêu kép của Chính phủ, phát triển kinh tế gắn liền phòng chống dịch Covid-19 hiệu quả, ưu tiên bảo vệ sức khỏe nhân dân, UBND tỉnh yêu cầu các Sở, ban, ngành, UBND các huyện, thị xã, thành phố theo nhiệm vụ được giao phải đảm bảo an toàn phòng chống dịch trong quá trình triển khai thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại, cụ thể:

1. Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư

- Chịu trách nhiệm tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh triển khai Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh An Giang năm 2023; thực hiện thường trực điều phối chương trình. Định kỳ hàng năm, báo cáo tình hình thực hiện Chương trình Xúc tiến thương mại về Ủy ban nhân dân tỉnh và Bộ Công Thương.

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị có liên quan triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại năm 2023 được phân công tại Phụ lục, kịp thời báo cáo, đề xuất UBND tỉnh các phương án triển khai thực hiện trên tinh thần chủ động, tiết kiệm và hiệu quả.

2. Sở Công Thương

Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư và các cơ quan, đơn vị khác có liên quan tổ chức thực hiện các nội dung trong Chương trình.

3. Sở Tài chính

Phối hợp các cơ quan, đơn vị liên quan thẩm định, tham mưu cấp thẩm quyền bố trí kinh phí thực hiện chương trình trên cơ sở lồng ghép với các Chương trình, dự án và các nguồn kinh phí hợp pháp khác theo quy định về phân cấp của Luật Ngân sách nhà nước.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư hỗ trợ doanh nghiệp triển khai các hoạt động nâng cao giá trị sản phẩm trên địa bàn tỉnh (*Quyết định số 1963/QĐ-UBND ngày 20/8/2021 của UBND tỉnh triển khai thực hiện Đề án quảng bá, xúc tiến và phát triển sản phẩm OCOP, đặc sản tỉnh An Giang giai đoạn 2021-2023*) và các nội dung khác có liên quan trong Chương trình xúc tiến thương mại năm 2023.

5. Sở Kế hoạch và Đầu tư; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư lồng ghép các hoạt động xúc tiến thương mại vào các hoạt động xúc tiến đầu tư, xúc tiến du lịch nhằm phát triển đồng bộ và có hiệu quả giữa các hoạt động xúc tiến trên địa bàn tỉnh.

6. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

- Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư và các đơn vị khác có liên quan tổ chức thực hiện các nội dung trong Chương trình.

- Lựa chọn danh mục các sản phẩm OCOP cần được quảng bá và vận động các chủ thể OCOP tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại.

7. Sở Thông tin và Truyền thông

- Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư tổ chức các lớp tập huấn kỹ năng sử dụng các dịch vụ công trực tuyến, Tập huấn sử dụng Hệ thống thông tin giải quyết thủ tục hành chính của tỉnh về thực hiện dịch vụ công trực tuyến toàn trình.

- Phối hợp với Sở, ban, ngành có liên quan triển khai, hỗ trợ các sản phẩm OCOP trên các sàn thương mại điện tử.

8. Đài Phát thanh - Truyền hình tỉnh An Giang

Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư cùng các đơn vị có liên quan thực hiện các phóng sự chuyên đề về hoạt động xúc tiến thương mại, tuyên truyền phổ biến các chính sách của Nhà nước về hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh.

9. Liên minh Hợp tác xã tỉnh

Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư tổ chức thực hiện các nội dung trong Chương trình. Vận động các Hợp tác xã trên địa bàn tích cực tham gia Chương trình, đặc biệt là việc liên kết hợp tác và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp của các Hợp tác xã trên địa bàn tỉnh.

10. Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố

- Phối hợp với Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư tổ chức các chương trình đưa hàng Việt về nông thôn và hội chợ trên địa bàn theo kế hoạch được cấp có thẩm quyền phê duyệt đạt hiệu quả.

- Chủ động bố trí kế hoạch vốn hàng năm của địa phương và phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư hỗ trợ các doanh nghiệp trên địa bàn đề xúc tiến, phát triển thương hiệu sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

11. Các sở, ban ngành liên quan; Hiệp hội doanh nghiệp tỉnh

Căn cứ nội dung của Chương trình, phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư, các đơn vị liên quan triển khai thực hiện trong ngành, lĩnh vực phụ trách và đơn vị; tổ chức tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn, giúp đỡ các doanh nghiệp trên địa bàn tham gia các nội dung Chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh.

12. Định kỳ 6 tháng (trước 30 tháng 5) và cả năm (trước 15 tháng 11), các Sở, ban, ngành, Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố báo cáo và cung cấp thông tin về kết quả thực hiện; kiến nghị và đề xuất phương hướng tới gửi đơn vị thường trực để tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh.

Trong quá trình thực hiện nếu có vướng mắc hoặc cần sửa đổi, bổ sung cho phù hợp với tình hình thực tế, các cơ quan, đơn vị có liên quan tổng hợp ý kiến gửi về Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư bằng văn bản để tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét và điều chỉnh cho phù hợp.

VI. PHỤ LỤC KÈM THEO

Phụ lục: Tổng hợp các hoạt động xúc tiến thương mại năm 2023.