

TÀI LIỆU

Buổi làm việc giữa lãnh đạo Vụ Thị trường trong nước
và Hiệp Hội nước mắm truyền thống ngày 20 tháng 5 năm 2021

1. Về nội dung các chương trình, dự án, kế hoạch hỗ trợ của Bộ Công Thương (Vụ Thị trường trong nước) đối với các doanh nghiệp, hiệp hội

* Chương trình xúc tiến thương mại Quốc gia

Căn cứ thực hiện: 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; Thông tư số 11/2019/TT-BCT ngày 30 tháng 7 năm 2019 của Bộ Công Thương về việc 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.

Theo Quyết định số 3538/QĐ-BCT ngày 30 tháng 12 năm 2020 của Bộ Công Thương về việc phê duyệt Chương trình cấp quốc gia về Xúc tiến thương mại và Chương trình Thương hiệu Quốc gia năm 2021.

- Tổng số kinh phí được phê duyệt cho Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại, nội dung phát triển ngoại thương trong năm 2021 là **hơn 102 tỉ đồng**, được dùng để hỗ trợ cho các hoạt động như: Thông tin thương mại, cơ sở dữ liệu ngành hàng, thị trường; Tuyên truyền quảng bá ngành hàng xuất khẩu; Tư vấn, đào tạo nâng cao năng lực xúc tiến thương mại phát triển xuất khẩu; Hội nghị quốc tế, kết nối giao thương giữa doanh nghiệp Việt Nam và nhà nhập khẩu nước ngoài; Kết nối giao thương giữa nhà cung ứng với các doanh nghiệp xuất khẩu, tổ chức XTTM tại Việt Nam; Xúc tiến thương mại thông qua sản giao dịch thương mại điện tử; Tổ chức và tổ chức tham gia các hội chợ triển lãm tại nước ngoài (trực tiếp và trực tuyến); Tổ chức hội chợ triển lãm chuyên ngành quốc tế tại Việt Nam đối với sản phẩm xuất khẩu. Trong đó có **36/84** Đề án được phê duyệt do các Hội/Hiệp hội đứng ra tổ chức thực hiện (như Hiệp hội Hồ tiêu, Hiệp Hội Điều, Hiệp Hội Cao su; Hiệp Hội phát triển hàng tiêu dùng; Hiệp Hội dệt may...), với tổng kinh phí được cấp để hỗ trợ thực hiện là hơn **33 tỉ đồng**.

- Tổng số kinh phí được phê duyệt cho Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại nội dung phát triển thị trường trong nước trong năm 2021 là hơn **33 tỉ đồng**, được dùng để hỗ trợ cho các hoạt động như: Tuyên truyền quảng bá sản phẩm có thể mạnh, sản phẩm có chỉ dẫn địa lý địa phương, khu vực; Đào tạo, tập huấn, nâng cao năng lực phát triển thị trường trong nước; Hội chợ vùng, hội chợ quảng bá các sản phẩm đặc sản địa phương; Chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, miền núi, biên giới, hải đảo. Trong đó có **06/76** Đề án được phê duyệt cho các Hội/Hiệp hội đứng ra tổ chức, với tổng kinh phí thực hiện là gần 2 tỉ đồng.

Tuy nhiên trong các năm gần đây, qua theo dõi của Vụ Thị trường trong nước (2019,2020,2021), Hiệp Hội nước mắm truyền thống đều chưa có đề án, hoạt động được hỗ trợ từ Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia.

Mới đây, Ban Quản lý Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại đã có Công văn số 10/XTTM-CSXT-KHTC ngày 07 tháng 5 năm 2021 gửi Các đơn vị chủ trì Chương trình cấp quốc gia về XTTM (*kính gửi kèm theo*) khi xây dựng các Đề án tham gia Chương trình cần thực hiện một số định hướng của Bộ trưởng Bộ Công Thương về xúc tiến thương mại, cụ thể:

“1. Rà soát tính khả thi của các đề án đã được phê duyệt thuộc Chương trình cấp quốc gia về XTTM năm 2021, kịp thời thông báo đến Ban Quản lý Chương trình các đề án không thể thực hiện được do ảnh hưởng bởi dịch Covid-19. Đồng thời xây dựng, bổ sung các đề án năm 2021 và đề xuất các đề án năm 2022 phù hợp với tình hình hiện nay.

2. Các đề án cần căn cứ Kế hoạch hoạt động XTTM giai đoạn 2020-2025 góp phần phát triển xuất khẩu bền vững trong bối cảnh thực thi EVFTA, CPTPP và các hiệp định thương mại tự (ban hành kèm theo Quyết định số 2121/QĐ-BCT ngày 10 tháng 8 năm 2020) và Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2021-2025 (ban hành kèm theo Quyết định số 386/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 17 tháng 3 năm 2021), có tính đến tính khả thi trong điều kiện dịch bệnh Covid-19, trong đó lưu ý các nội dung sau:

a) Tập trung ưu tiên các hoạt động kết nối giao thương, quảng bá thương hiệu ngành hàng và đào tạo nâng cao năng lực XTTM bằng các hình thức phù hợp (cả trực tiếp và trực tuyến), hạn chế tổ chức Hội chợ triển lãm thương mại ở các địa phương. Huy động và kết hợp có hiệu quả nguồn lực của các Đơn vị chủ trì, hệ thống Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài và của Chương trình cấp quốc gia về XTTM.

b) Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, thương mại điện tử trong công tác XTTM.

3. Căn cứ khoảng 4 điều 9 Luật Ngân sách Nhà nước năm 2015 quy định: “Nhiệm vụ chi thuộc ngân sách cấp nào do ngân sách cấp đó đảm bảo”, do vậy các hoạt động XTTM hỗ trợ cho doanh nghiệp, hợp tác xã của địa phương, trong phạm vi từng địa phương sẽ sử dụng ngân sách địa phương”.

*** Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2021-2025**

Căn cứ thực hiện: Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17 tháng 3 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2021-2025

Mục tiêu, định hướng các nhiệm vụ của Đề án:

- Tăng cường đẩy mạnh các hoạt động phát triển thị trường, ưu tiên công tác truyền thông để nâng cao nhận thức, tạo sự đồng bộ, thống nhất trong nhận thức và hành vi của doanh nghiệp và người tiêu dùng Việt Nam. Đẩy mạnh công tác phát triển hệ thống phân phối Việt Nam cố định và bền vững do các doanh nghiệp trong nước làm hạt nhân, nhất là tại các địa bàn nông thôn, cùng với doanh

nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài phối hợp, hỗ trợ, thúc đẩy đưa hàng Việt Nam tới người tiêu dùng khắp các vùng miền của đất nước.

- Các nhóm nhiệm vụ của Đề án bao gồm: (i) Nhóm nhiệm vụ thông tin, truyền thông (bao gồm việc xây dựng và triển khai các chương trình truyền thông về sản phẩm; tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hợp tác xã, hộ kinh doanh có cơ hội quảng bá sản phẩm, hàng hóa của mình trên các phương tiện thông tin đại chúng); (ii) nhóm nhiệm vụ về phát triển hệ thống phân phối hàng hóa cố định và bền vững, trong đó ưu tiên đối với hàng Việt Nam (trong đó tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động giới thiệu, quảng bá, kết nối cung cầu gắn với liên kết ngành; đẩy mạnh công tác hỗ trợ doanh nghiệp trong các hoạt động xúc tiến thương mại, tổ chức đưa hàng Việt về nông thôn, chợ truyền thống, các chương trình khuyến mại hàng Việt Nam như “Ngày hàng Việt”, “Tuần hàng Việt”, “Tháng hàng Việt”); (iii) Nhóm nhiệm vụ nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng Việt, doanh nghiệp Việt; (iv) Nhóm nhiệm vụ về kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ người tiêu dùng.

Trong năm 2021, thực hiện Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17 tháng 3 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2021 - 2025 (Đề án), ngày 06 tháng 5 năm 2021, Bộ Công Thương (Vụ TTTN) đã có Công văn số 2518/BCT-TTTN gửi UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và các Hội/Hiệp hội ngành hàng, ngành nghề về việc đề xuất dự án, nhiệm vụ thực hiện Đề án năm 2022.

Hiệp hội Nước mắm truyền thống có thể nghiên cứu Quyết định 386/QĐ-TTg và Công văn 2518/BCT-TTTN nêu trên để gửi đề xuất triển khai năm 2022 (trong đó tập trung vào đề xuất tổ chức Hội nghị kết nối cung cầu cấp vùng hàng Việt Nam tại thị trường trong nước).

*** Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP)**

Căn cứ thực hiện: Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07 tháng 5 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2018-2020; Nghị quyết số 129/2020/QH14 ngày 13/11/2020 của Quốc hội về việc cho phép tiếp tục thực hiện các chế độ, chính sách thuộc Chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2016-2020 cho đến khi nghị quyết của Quốc hội về Chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn tiếp theo có hiệu lực.

Mục tiêu, một số nội dung cơ bản của Chương trình:

- Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh (ưu tiên phát triển hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa) để sản xuất các sản phẩm truyền thống, dịch vụ có lợi thế đạt tiêu chuẩn, có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế, góp phần phát triển kinh tế nông thôn.

- Góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao thu nhập, đời sống cho nhân dân và thực hiện hiệu quả nhóm tiêu chí “Kinh tế và tổ chức sản xuất” trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới.

- Thông qua việc phát triển sản xuất tại khu vực nông thôn, góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn hợp lý (hạn chế dân di cư ra thành phố), bảo vệ môi trường và bảo tồn những giá trị truyền thống tốt đẹp của nông thôn Việt Nam.

- Sản phẩm: Gồm sản phẩm hàng hóa và sản phẩm dịch vụ có nguồn gốc từ địa phương, hoặc được thuần hóa, đặc biệt là đặc sản vùng, miền, trên cơ sở khai thác lợi thế so sánh về điều kiện sinh thái, văn hóa, nguồn gen, tri thức và công nghệ địa phương.

*** Dự án An toàn thực phẩm (trong khuôn khổ Chương trình Mục tiêu Y tế - Dân số).**

Căn cứ thực hiện: Quyết định số 1125/QĐ-TTg ngày 31 tháng 7 năm 2017 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mục tiêu Y tế - Dân số giai đoạn 2016-2020;

Theo đó tới đây Vụ Thị trường trong nước có kế hoạch triển khai các hoạt động (trong điều kiện được cấp kinh phí) như sau:

- Tập huấn, phổ biến kiến thức an toàn thực phẩm cho cơ sở kinh doanh ngành Công Thương

- Hỗ trợ kết nối tiêu thụ các sản phẩm an toàn thực phẩm ngành Công Thương

** Đề nghị Hiệp hội nước mắm truyền thống nghiên cứu mục tiêu, định hướng của các chương trình, dự án nêu trên để đề xuất tham gia các chương trình, dự án phù hợp với nhu cầu của Hiệp hội.*