

Số: 739/QĐ-UBND

An Giang, ngày 12 tháng 5 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH
Về việc ban hành Chương trình xúc tiến thương mại
tỉnh An Giang năm 2025

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH AN GIANG

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 02 năm 2025;

Căn cứ Quyết định số 02/2021/QĐ-UBND ngày 11 tháng 01 năm 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 94/TTr-TTXXTTMDT ngày 10 tháng 02 năm 2025.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này là Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh An Giang năm 2025.

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. KTĐT;
- Lưu: VT.

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

Lê Văn Phước

**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 2025

*(Kèm theo Quyết định số 739/QĐ-UBND ngày 12 tháng 5 năm 2025
của Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang)*

Phần thứ nhất

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NĂM 2024

I. KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC

Được 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, tỉnh 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

- Tiếp tục đẩy mạnh công tác thông tin thị trường, thông qua việc kết nối với thương vụ nước ngoài để kết nối doanh nghiệp, chia sẻ kinh nghiệm, hỗ trợ thêm về pháp lý, thông tin về các hiệp định thông qua các lớp tập huấn, đào tạo và xây dựng cảm nang về FTA cho từng ngành hàng, thị trường và hàng rào phi thuế quan. *Từ đầu năm đến nay, Sở Công Thương chuyển tiếp 07 video clip và 12 thông tin Hội nhập kinh tế quốc tế tăng cường công tác thông tin phục vụ doanh nghiệp tận dụng tối đa ưu đãi..* Đồng thời, chuyển tiếp 20 thông tin và mời các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu trên địa bàn tỉnh tham dự các chuỗi sự kiện, buổi Tọa đàm, Diễn đàn kinh tế với nước ngoài... do Bộ, Ngành Trung ương chủ trì thực hiện; Cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu trên địa bàn tỉnh về việc ngăn ngừa tình trạng phương tiện Việt Nam bị lưu giữ tại Trung Quốc, theo khuyến cáo của Sở Công Thương tỉnh Lào Cai.

- Kết nối Công ty TNHH DP World Việt Nam với 02 doanh nghiệp xuất nhập khẩu tỉnh An về chương trình phát triển dịch tài chính hàng hoá, dịch vụ logistics tại An Giang. Kết quả: đến nay lũy kế doanh nghiệp An Giang đã xuất khẩu 16 container đi thị trường châu Phi.

- Tổ chức đoàn công tác tỉnh An Giang tại CHDCND Lào: tham dự các hoạt động chúc Tết Bunpimay; Diễn đàn Hợp tác Thương mại, Đầu tư và Du lịch thúc đẩy Hành lang kinh tế Đông Tây và Tam giác phát triển CLV (Cam Lào Việt); Hội chợ triển lãm Việt Nam - Lào - Campuchia tại Thành phố Pakse, tỉnh Champasak, CHDCND Lào; Chương trình kết nối giao thương giữa doanh nghiệp tỉnh Champasak - CHDCND Lào với doanh nghiệp các tỉnh miền Trung và miền Nam của Việt Nam và đã giới thiệu các sản phẩm An Giang đến các

nhà phân phối tại Lào và thu thập thông tin từ phía đối tác để cung cấp cho các doanh nghiệp An Giang có nhu cầu mở rộng thị trường tại Lào... Bên cạnh đó, tham gia đoàn khảo sát Hội chợ Quốc tế Private Label Show 2024 tại Hoa Kỳ nhằm tìm hiểu và khảo sát trực tiếp thị trường, tìm kiếm các cơ hội kinh doanh xuất nhập khẩu và đầu tư vào thị trường Hoa Kỳ.

- Cùng với các sở ngành, Hiệp hội Doanh nghiệp tiếp và làm việc với Hiệp hội Doanh nghiệp của Người Việt Nam tại Campuchia và tổ chức buổi gặp gỡ, kết nối cho hơn 20 doanh nghiệp tham gia.

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

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

- Tham gia gian hàng triển lãm của tỉnh và hỗ trợ ước gần 100 lượt doanh nghiệp An Giang cùng tham gia các hội chợ trong nước (Thành phố Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Hưng Yên, Lạng Sơn, Đà Nẵng, Đắk Lắk, Phú Yên, Lâm Đồng, Tây Ninh, Tiền Giang, Cần Thơ, Sóc Trăng, Đồng Tháp, Kiên Giang, Bạc Liêu). 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.¹

- Tổ chức Chương trình quảng bá sản phẩm đặc sản, sản phẩm đặc trưng tỉnh An Giang tại đền thờ Quản cơ Trần Văn Thành, huyện Châu Phú, có 12 doanh nghiệp tỉnh tham gia giới thiệu các sản phẩm gồm nông sản, thực phẩm, thảo dược...

- Tổ chức trưng bày, giới thiệu sản phẩm OCOP và đặc sản của địa phương tại: (1) Lễ công bố Quy hoạch tỉnh An Giang thời kỳ 2021 – 2030, tầm nhìn đến năm 2050; (2) Lễ Kỷ niệm 25 năm thành lập Thành phố Long Xuyên (01/03/1999 - 01/03/2024); (3) Đại hội Đại biểu Hội Liên hiệp thanh niên phường Mỹ Long lần VIII, nhiệm kỳ 2024-2029; (4) Đại hội đại biểu Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh An Giang lần thứ XI, nhiệm kỳ 2024 – 2029; (5) Hội nghị giới thiệu tiềm năng đầu tư và quảng bá sản phẩm đặc trưng tỉnh An Giang; (6) Diễn đàn khởi nghiệp Đồng bằng sông Cửu Long lần thứ II năm 2024.

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

Sở Công Thương tiếp tục triển khai Chương trình đưa hàng Việt về nông thôn trên địa bàn tỉnh với mục đích 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. Qua thời gian triển khai, Sở Công Thương nhận thấy sự hưởng ứng nhiệt tình, cũng như sự ủng hộ cao

¹ Tỉnh tham gia gần 50 lượt gian hàng, gian hàng của tỉnh thu hút gần 40 ngàn lượt khách tham quan mua sắm, kết nối giao dịch mua bán cho với hơn 100 hệ thống phân phối siêu thị, đại lý.

của người dân tại các xã khi Chuyển xe lưu động hàng Việt về nông thôn đến địa phương (*tính đến hiện tại, phối hợp với Siêu thị Co.opmart Thoại Sơn, Siêu thị Co.opmart Chợ Mới, Siêu thị Winmart tổ chức 24 chuyến xe hàng Việt về nông thôn trên địa bàn huyện Thoại Sơn, Chợ Mới, Châu Thành*).

2.3. Hoạt động xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP

Trung tâm Xúc tiến thương mại và Đầu tư phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương, Văn phòng Điều phối xây dựng nông thôn mới tỉnh và Ủy ban nhân dân các huyện: Thoại Sơn, Tri Tôn, An Phú tổ chức chuỗi Phiên chợ quảng bá sản phẩm OCOP đến vùng biên giới, vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc trên địa bàn tỉnh An Giang (Tháng 12/2024) với quy mô ước đạt 45 gian hàng của các chủ thể OCOP trên địa bàn tỉnh. Chuỗi phiên chợ nhằm tạo điểm nhấn cho các sản phẩm OCOP, tiềm năng OCOP có một sân chơi ý nghĩa và là cơ hội để các chủ thể OCOP tỉnh An Giang tiếp cận, giới thiệu đến người tiêu dùng.

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

- Hỗ trợ các tổ chức kinh tế, cộng đồng đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ trong phát triển sản xuất: Thực hiện Quyết định số 71/2019/QĐ-UBND ngày 23/12/2019 của UBND tỉnh ban hành Quy định hỗ trợ thúc đẩy hoạt động chuyển giao, ứng dụng, đổi mới công nghệ trên địa bàn tỉnh An Giang, Sở Khoa học và Công nghệ đang hỗ trợ thực hiện 5 dự án với tổng kinh phí 15,9 tỷ đồng, trong đó 3,13 tỷ đồng từ nguồn sự nghiệp Khoa học và Công nghệ và 12,77 tỷ đồng từ nguồn xã hội hóa.

- Triển khai hiệu quả Chương trình phát triển tài sản trí tuệ trên địa bàn tỉnh, đồng thời, tích cực hỗ trợ và hướng dẫn các tổ chức, cá nhân đăng ký xác lập quyền sở hữu trí tuệ. Trong năm, Sở Khoa học và Công nghệ đã hướng dẫn 26 tổ chức, cơ sở đăng ký quyền sở hữu trí tuệ, hỗ trợ chi phí đăng ký cho 33 nhãn hiệu trong nước và 01 nhãn hiệu quốc tế. Đồng thời, trao quyền và gia hạn quyền sử dụng Nhãn hiệu chứng nhận An Giang cho 09 cơ sở, cấp 41.500 tem nhãn hiệu chứng nhận cho 08 cơ sở nhằm góp phần bảo vệ thương hiệu và khẳng định chất lượng sản phẩm địa phương. Bên cạnh đó, đã phối hợp với các cơ quan, đơn vị có liên quan tổ chức tuyển chọn đơn vị chủ trì thực hiện các nhiệm vụ Khoa học và Công nghệ cấp tỉnh trong Chương trình phát triển tài sản trí tuệ đến năm 2030, bao gồm xây dựng và phát triển nhãn hiệu tập thể "Bắp bao tử Chợ Mới" cho huyện Chợ Mới và "Nhãn xuồng Khánh Hòa" cho xã Khánh Hòa, huyện Châu Phú (*Tuy nhiên, quá trình tuyển chọn vẫn chưa tìm được đơn vị đáp ứng đủ yêu cầu để triển khai*). Qua đó, góp phần bảo vệ quyền lợi chính đáng của các tổ chức, cá nhân và hỗ trợ tăng giá trị thương hiệu, tạo điều kiện thuận lợi để sản phẩm địa phương từng bước nâng cao khả năng cạnh tranh.

- Sở Thông tin và Truyền thông phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư, Sở Công Thương tuyên truyền, quảng bá các chương trình, hình ảnh hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh trên cổng thông tin điện tử tỉnh, các trang mạng xã hội (zalo, facebook,...). Cổng Thông tin điện tử tỉnh An Giang đã thực hiện tốt nhiệm vụ truyền thông các nội dung: Hoạt động xúc tiến thương mại phát triển ngoại thương; Hoạt động xúc tiến thương mại thị trường trong và ngoài nước: Tổ chức, tham gia các hội chợ triển lãm trong và ngoài nước; Chương trình đưa hàng Việt về nông thôn; Thông tin tuyên truyền quảng bá sản phẩm, hoạt động xúc tiến thương mại; Xúc tiến tiêu thụ sản phẩm: cung cấp thông tin thị trường nhập khẩu. Số lượng tin bài cụ thể như sau: chuyên mục Tin tức Doanh nghiệp, người Việt dùng hàng Việt, Kinh tế Hợp tác đầu tư tổng **74 tin bài; 279 ảnh** trên Cổng TTĐT. Ngoài ra, còn thực hiện truyền thông trên nền tảng mạng xã hội Zalo và Facebook **21 tin bài; 92 ảnh**. Chỉ đạo các cơ quan báo, đài thực hiện thông tin, tuyên truyền các chính sách, chương trình, sự kiện, hình ảnh hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh đến các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh.

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

- Sở Công Thương tham dự chương trình triển lãm sản phẩm Đà Lạt – Lâm Đồng tại Co.opmart Long Xuyên, tỉnh An Giang. Phối hợp Sở Công Thương thành phố Hồ Chí Minh kết nối Công ty TNHH MTV Công nghệ sau thu hoạch Dương Xuân Quả với nhà phân phối liên quan đến hạt macca và các sản phẩm từ hạt macca tại thành phố Hồ Chí Minh; tổ chức Hội nghị kết nối giao thương giữa tỉnh An Giang và tỉnh Kon Tum, Hội nghị kết nối cung cầu hàng hóa giữa hai tỉnh An Giang và Lâm Đồng, Hội nghị kết nối giao thương và trao đổi kinh nghiệm trong quản lý nhà nước đối với hoạt động xúc tiến thương mại giữa 02 tỉnh An Giang và Hà Giang. Hỗ trợ các cơ sở, doanh nghiệp của tỉnh tham gia Hội nghị kết nối giao thương sản phẩm OCOP vùng Đồng bằng sông Cửu Long năm 2024 tại tỉnh Kiên Giang và Hội nghị kết nối cung – cầu sản phẩm OCOP tỉnh Bạc Liêu.

- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn còn tổ chức đoàn công tác xúc tiến thương mại và liên kết tiêu thụ. Theo đó, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp với địa phương cùng các ban, Sở, ngành có liên quan đã tổ chức 2 buổi lễ công bố xuất khẩu xoài keo sang Hàn Quốc và liên kết sản xuất, tiêu thụ xoài theo chuỗi giá trị (An Phú); Tổ chức lễ công bố xuất khẩu xoài da xanh, xoài hạt lép sang thị trường Úc, Hoa Kỳ, Hàn Quốc (Chợ Mới).

- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn vẫn duy trì liên kết với siêu thị Tứ Sơn để trưng bày các sản phẩm OCOP, các sản phẩm đặc sản nông nghiệp tại siêu thị cũng như phối hợp với các doanh nghiệp như Antesco, Hoàng Phát, Chánh Thu, C.P, Lộc Trời, Angimex... để hỗ trợ các HTX, nông dân liên kết sản xuất và tiêu thụ với doanh nghiệp theo chuỗi giá trị; hỗ trợ 100% sản phẩm OCOP tham gia các sàn thương mại điện tử.

- Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư tổ chức khảo sát, kết nối sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc sản của tỉnh vào các siêu thị, điểm kinh doanh du lịch trong và ngoài tỉnh như: Cửa hàng trưng bày sản phẩm của Cty TNHH thảo dược từ tâm Mai Tùng kết hợp tham dự khoá tập huấn nâng cao năng lực chuyển đổi số cho gần 20 doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Núi Cấm; Cửa hàng đặc sản Đất Phương Nam – Công ty TNHH MTV Vườn Bà Ba tại Thị xã Tịnh Biên và tỉnh Kiên Giang..

- Tham gia và hỗ trợ hơn 70 lượt doanh nghiệp tham gia các hội chợ, triển lãm, hội nghị kết nối cung cầu tại các tỉnh, thành phố: Cần Thơ, Sóc Trăng, Đồng Tháp, Hồ Chí Minh, Đà Lạt, Đắk Lắk, Phú Yên, Đà Nẵng, Hà Nội, Lạng Sơn, Hưng Yên, Vĩnh Long, Bạc Liêu...

- Tổ chức thành công Hội mặt kỷ niệm ngày Doanh nhân Việt Nam với sự tham gia của hơn 250 đại biểu các sở, ban, ngành tỉnh, các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh.

- Phối hợp với Sở Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh và Hội Doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao tổ chức thành công Diễn đàn Mekong Connect năm 2024 từ ngày 17-18/2024 tại Trường Đại học An Giang với sự tham dự của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ Huỳnh Thành Đạt, Ông Phan Văn Mãi - Ủy viên Ban chấp hành Trung ương Đảng, Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, Ông Hồ Văn Mừng, Ủy viên dự khuyết Ban chấp hành Trung ương Đảng, Phó Bí thư Tỉnh ủy, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang, Ông Lê Văn Nung, Ủy viên Ban Thường vụ Tỉnh ủy, Phó Bí thư Tỉnh ủy, Chủ tịch Hội đồng nhân dân tỉnh và Lãnh đạo các tỉnh, thành Đồng bằng sông Cửu Long, các doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh, thành. Trong khuôn khổ diễn đàn diễn ra nhiều hoạt động: (1) lễ khai mạc hoạt động triển lãm với sự tham gia của 07 tỉnh, thành (Thành phố Hồ Chí Minh, An Giang, Bến Tre, Cần Thơ, Đồng Tháp, Hậu Giang, Vĩnh Long) và các doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao; (2) Hội thảo “Phát triển tài nguyên bản địa và kinh tế địa phương qua liên kết vùng trong bối cảnh cạnh tranh mới”; (3) Phiên Livestream bán hàng theo chủ đề “Thúc đẩy thương mại bền vững dựa trên tài nguyên bản địa” cho nông sản các tỉnh ĐBSCL và các sản phẩm chế biến đặc sắc nhất của các miền; (4) Phiên toàn thể diễn đàn.

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

- Sở Công Thương đã phối hợp với các ngành tổ chức 13 lớp tập huấn chuyên sâu về thương mại điện tử cho cán bộ, công chức, viên chức, doanh nghiệp và người dân trên địa bàn tỉnh;

- Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư tổ chức lớp tập huấn kỹ năng quản lý tài chính cho gần 60 học viên của các sở, ngành, địa phương và đại diện các doanh nghiệp, chủ thể OCOP của tỉnh.

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

Tổ chức Hội chợ Thương mại Quốc tế Tỉnh Biên - An Giang năm 2024, quy mô trên 300 gian hàng, hơn 120 doanh nghiệp các tỉnh, thành trong cả nước và các doanh nghiệp của Vương quốc Campuchia, CHDCND Lào tham dự, thu hút 170.000 lượt khách tham quan mua sắm, tổng doanh thu bán hàng đạt 10 tỷ đồng. Đây là hoạt động góp phần vào phát triển kinh tế biên mậu, tạo động lực mạnh mẽ thúc đẩy kết nối cung - cầu hàng hóa giữa các nhà sản xuất và các đầu mối tiêu thụ, định hướng phát triển sản xuất sản phẩm theo nhu cầu phát triển của thị trường, hướng đến xuất khẩu hàng hoá sang thị trường Campuchia và các nước ASEAN.

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

Hoạt động thương mại điện tử của An Giang tiếp tục phát triển và trở thành điểm sáng trong toàn cảnh bức tranh kinh tế của tỉnh trong năm 2024. Theo đó, ngành Công Thương đã đẩy mạnh triển khai thực hiện các chủ trương, định hướng của Chính phủ về hỗ trợ chuyển đổi số cho các cơ sở sản xuất kinh doanh²; tiếp tục chủ động rà soát các website/ứng dụng thương mại điện tử³ và luôn xem công tác tuyên truyền, phổ biến kiến thức pháp luật về thương mại điện tử là khâu đầu tiên và có vai trò hết sức quan trọng trong công tác quản lý nhà nước về lĩnh vực thương mại điện tử, kinh doanh trên nền tảng số⁴. Đồng thời, tiếp tục tăng cường phòng chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả trên không gian mạng⁵ và đẩy mạnh triển khai hiệu quả các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng⁶.

² Quyết định 645/QĐ-TTg ngày 15/5/2020 của Thủ tướng Chính phủ; Công điện số 56/CĐ-TTg ngày 6/6/2024 của Thủ tướng Chính phủ; Quyết định số 179/QĐ-UBND ngày 27/01/2021 của UBND tỉnh; Công văn số 823/UBND-KTN ngày 06/8/2021 của UBND tỉnh; Kế hoạch số 685 /KH-UBND ngày 21/10/2022 của UBND tỉnh;....

³ Đến nay, An Giang có trên 80 doanh nghiệp, tổ chức được Bộ Công Thương xác nhận đăng ký, thông báo đổi với website thương mại điện tử, sàn thương mại điện tử do đơn vị quản lý, khai thác.

⁴ Luỹ kế 09 tháng đầu năm 2024, Tổ chức Cuộc thi trắc nghiệm trực tuyến “Thanh toán điện tử, thanh toán không dùng tiền mặt” thu hút trên 3.200 thí sinh tham gia; Thông tin mời các đối tượng liên quan tham dự 06 khóa đào tạo trực tuyến miễn phí do Cục TMĐT&KTS chủ trì tổ chức; Chuyển danh sách 19 doanh nghiệp có nhu cầu tham Gian hàng thực tế ảo trực tuyến và danh sách 20 DN, CSSXKD, THT, HTX có nhu cầu xây dựng kênh tiktok và livestream bán hàng đa nền tảng (Shopee, tiktok, facebook,...) đến Cục TMĐT&KTS để được xem xét hỗ trợ; Phối hợp với Cục Thuế tỉnh An Giang, Ngân hàng Nhà nước chi nhánh tỉnh An Giang và Ủy ban nhân dân 11 huyện, thị xã, thành phố tổ chức lớp tập huấn tuyên truyền, phổ biến các chính sách Thuế đối với hoạt động kinh doanh trên nền tảng thương mại điện tử và quy định về xác thực sinh trắc học trong thanh toán thương mại điện tử.

⁵ Trong 09 tháng đầu năm 2024, lực lượng QLTT của tỉnh đã thực hiện kiểm tra và xử lý 12 vụ vi phạm liên quan đến kinh doanh thương mại điện tử, trị giá hàng hoá vi phạm 32,95 triệu đồng, phạt tiền 173, 28 triệu đồng.

⁶ Tuyên truyền trên Báo An Giang (01 bài) và Đài phát thanh truyền hình An Giang (01 phóng sự); Chủ trì, phối hợp với Sở VHNT&DL, UBND TP.LX và các doanh nghiệp An Giang tổ chức Lễ phát động và Giải Việt dã “Doanh nghiệp vì người tiêu dùng” hưởng ứng Ngày quyền của người tiêu dùng Việt Nam năm 2024; Tham mưu văn bản triển khai thực hiện Nghị định số 55/2024/NĐ-CP ngày 16/5/2024 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Tổ chức 11 lớp tập huấn tuyên truyền kiến thức về Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Phối với các ngành liên quan xem xét nội dung dự thảo hợp đồng mẫu mua bán nhà ở thương mại tại Khu nhà ở xã hội Golden City của Công ty CP DV và TM Đông Á. Trong 09 tháng đầu năm 2024, Sở Công Thương đã phối hợp với Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh tiếp nhận 02 đơn phản ánh/ khiếu nại của người dân trên địa bàn tỉnh liên quan đến quyền lợi của người tiêu dùng; đã giải quyết thành công 01 vụ, đang xử lý 01 vụ.

- Phối hợp Trung tâm Xúc tiến thương mại nông nghiệp (thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) và Công ty TNHH Công nghệ TikTok Việt Nam, các Sở, ngành có liên quan tổ chức thành công Chương trình quảng bá, giới thiệu sản phẩm trên nền tảng TikTok, nổi bật là Phiên livestream giới thiệu 125 sản phẩm của 22 doanh nghiệp, chủ thể OCOP. Kết quả thu hút 31,6 triệu lượt tiếp cận, bán ra 17,8 ngàn đơn hàng, doanh thu hơn 3 tỷ đồng. Đây là phiên livestream kỷ lục của An Giang nói riêng và của phiên chợ bán nông sản trên nền tảng Tiktok Shop nói chung trong hơn một năm qua trên toàn quốc.

II. NHẬN XÉT, ĐÁNH GIÁ CHUNG

1. Thuận lợi

Được sự quan tâm, chỉ đạo của Tỉnh ủy, Ủy ban nhân dân tỉnh, sự phối hợp chặt chẽ của các sở, ngành liên quan, trong năm 2024 công tác xúc tiến thương mại được diễn ra sôi nổi, linh hoạt và đa dạng có một số sự kiện điểm nhấn thu hút sự tham gia đông đảo của các doanh nghiệp, góp phần tăng trưởng kinh tế của tỉnh, nổi bật là các hoạt động kết nối tiêu thụ sản phẩm OCOP, sản phẩm chủ lực của tỉnh với các thị trường trong và ngoài nước, hợp tác giao thương, mở rộng thị trường xuất khẩu, ứng dụng thương mại điện tử giúp sản phẩm doanh nghiệp tiếp cận đại chúng, làm tăng doanh thu, lợi nhuận, giải quyết việc làm cho người dân địa phương và phát triển kinh tế nông thôn.

2. Hạn chế

- Hiện nay cơ chế, chính sách trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia các chương trình xúc tiến ở nước ngoài còn hạn chế. Điều này, khiến các doanh nghiệp nhỏ và vừa chưa tham gia nhiều vào các chương trình. Bên cạnh đó, phần lớn các doanh nghiệp An Giang là các cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh nhỏ và vừa nên gặp khó khăn về kinh phí và nguồn vốn, dẫn đến hạn chế trong việc tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, nhất là tham gia các chương trình xúc tiến thương mại Quốc gia.

- Hoạt động xúc tiến thương mại thực hiện cơ chế hỗ trợ theo Thông tư số 171/2014/TT-BTC ngày 14 tháng 11 năm 2014 của Bộ trưởng Bộ Tài chính, hiện nay cả nước đang đẩy mạnh hỗ trợ các chủ thể thuộc chương trình OCOP và phần lớn các chủ thể tham gia chương trình là các cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh nhỏ và vừa. Do đó, không thuộc đối tượng hỗ trợ của Thông tư số 171/2014/TT-BTC khi tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, điều đó gây khó khăn trong việc hỗ trợ các chủ thể OCOP.

- Đa số doanh nghiệp của tỉnh là nhỏ và siêu nhỏ nên khả năng tiếp cận công nghệ số và ứng dụng thương mại điện tử trong hoạt động sản xuất, kinh doanh vẫn còn chậm, do hạn chế về nhân lực và tài lực nên năng lực cạnh tranh thị trường còn thấp.

- Hoạt động xúc tiến thương mại của các tỉnh, thành phố tập trung vào những tháng cuối năm. Điều này làm ảnh hưởng đến khả năng huy động gian hàng khi tổ chức hội chợ, sự kiện.

Phần thứ hai

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NĂM 2025

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.

2. Mục tiêu cụ thể

- Xuất khẩu: Duy trì và phát triển các thị trường truyền thống, đồng thời đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm có giá trị gia tăng cao như các mặt hàng: gạo cao cấp, thủy sản, trái cây, rau quả sạch vào các thị trường tiềm năng như Trung Quốc và Campuchia.

- Thị trường trong nước, biên giới: Tăng cường tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá và phân phối các sản phẩm nông sản, thủy sản, sản phẩm OCOP đến gần hơn với người tiêu dùng tại các thị trường trọng điểm như thành phố Hồ Chí Minh, miền Trung, Tây Nguyên và Hà Nội, đồng thời đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường biên giới Trung Quốc và Campuchia để đa dạng hóa thị trường tiêu thụ và tăng trưởng kinh tế.

- Đẩy mạnh hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã và các cơ sở sản xuất, tích cực hỗ trợ xây dựng website thương mại điện tử, nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ thông tin, đồng thời khuyến khích tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử trong và ngoài nước. Đặc biệt, tập trung hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp và doanh nghiệp OCOP để mở rộng thị trường.”

II. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI 2025

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

- Phối hợp với các đơn vị liên quan hỗ trợ, tạo điều kiện để doanh nghiệp, thương nhân của tỉnh tham gia các chương xúc tiến thương mại quốc gia, chương trình kết nối giao thương giữa nhà cung cấp với doanh nghiệp xuất khẩu và tổ chức xúc tiến thương mại để tìm kiếm đối tác mở rộng thị trường tiêu thụ,... do Bộ Công Thương, các Bộ, ngành trung ương chủ trì, phối hợp với các đơn vị nước ngoài tổ chức. Trong đó, tham gia các đoàn công tác xúc tiến thị trường trong nước do Bộ, ngành Trung ương tổ chức.

- 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, Campuchia...

- 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.

- 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 nhằm 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.

- 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.

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 thường niên trên địa bàn tỉnh: sự kiện sản phẩm OCOP đồng hành cùng người tiêu dùng tỉnh An Giang lần thứ IV, Ngày hội sản phẩm đặc trưng nổi tiếng An Giang, OCOP và các vùng miền lần thứ II, sự kiện xúc tiến thương mại/phiên chợ... trên địa bàn tỉnh.

- Tham gia và hỗ trợ các chủ thể OCOP, doanh nghiệp và cơ sở được trao quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận An Giang, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, doanh nghiệp, hợp tác xã... 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... Ngoài ra, Sở Công Thương hỗ trợ tổ chức đoàn công tác tham gia hội chợ “Ngày hội tìm kiếm, kết nối nhà cung cấp sản phẩm công nghiệp hỗ trợ tại các tỉnh, thành”; hội chợ, hội thảo triển lãm về ngành công nghiệp hỗ trợ và chế biến chế tạo.

- 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 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: Tiếp tục duy trì tổ chức các phiên chợ, chuyển bán hàng Việt lưu động tại huyện, thị, thành.

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

- Tăng cường tuyên truyền, quảng bá các chương trình, hình ảnh hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh trên cổng thông tin điện tử tỉnh, các cổng thông tin điện tử thành phần, các trang mạng xã hội (zalo, facebook,...) thuộc cơ quan quản lý.

- Chỉ đạo các cơ quan báo, đài thực hiện thông tin, tuyên truyền các chính sách, chương trình, sự kiện, hình ảnh hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh đến các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh.

- Chỉ đạo các doanh nghiệp bưu chính, viễn thông tăng cường đầu tư, đảm bảo hạ tầng mạng lưới bưu chính, viễn thông phục vụ việc ứng dụng công nghệ thông tin, nền tảng số, trí tuệ nhân tạo, công nghệ 4.0, logistics trong hoạt động xúc tiến thương mại.

- Đề xuất các giải pháp, triển khai các mô hình ứng dụng công nghệ thông tin, đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt, sàn thương mại điện tử, từng bước thúc đẩy việc chuyển đổi số trong hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh.

- Đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử trong quảng bá sản phẩm trên môi trường mạng bằng các bài viết và các video về quy trình sản xuất, ứng dụng công nghệ thông tin vào truy xuất nguồn gốc, công dụng, chức năng, cách bảo quản sản phẩm, các giải pháp chuyển đổi số cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế số trên địa bàn tỉnh, nâng cao năng lực cạnh tranh, tham gia chuỗi cung ứng và tăng khả năng tiếp cận giao lưu với thị trường trong và ngoài nước. Hỗ trợ hợp tác xã nông nghiệp ứng dụng công nghệ thông tin, thực hiện chuyển đổi số; xây dựng, vận hành Cổng Thông tin truy xuất nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa trên địa bàn tỉnh An Giang, kết nối Cổng Thông tin điện tử của tỉnh và Cổng Thông tin truy xuất nguồn gốc sản

phẩm, hàng hóa quốc gia; cập nhật dữ liệu, kiện toàn Cổng Thông tin truy xuất nguồn gốc của tỉnh.

- Thường xuyên theo dõi, cập nhật kịp thời thông tin diễn biến tình hình thị trường, giá cả (trong nước) nhất là đối với các mặt hàng thiết yếu lương thực, thực phẩm hàng tuần.

- Tổ chức các chuyển học tập, trao đổi kinh nghiệm với các tỉnh trong việc xúc tiến, quảng bá các sản phẩm OCOP, nông sản đặc trưng của tỉnh An Giang.

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

- 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.

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

- Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các kênh phân phối trong nước theo từng vùng, dựa trên hệ thống mối quan hệ liên kết vùng, nhất là ở các địa phương có ký biên bản ghi nhớ hợp tác; Lồng ghép các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường vào các chương trình kích cầu tiêu dùng.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp (*đặc biệt là doanh nghiệp khởi nghiệp, các cơ sở sản xuất của các làng nghề, các hộ nông dân, các hợp tác xã,...*) trong hoạt động mở rộng thị trường: Tổ chức và tham dự hội nghị kết nối giao thương, kết nối cung cầu với các tỉnh phía Bắc, miền Trung, Tây Nguyên, Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh miền Nam.

- Tổ chức kết nối với các doanh nghiệp tiêu thụ nông sản trong và ngoài tỉnh với hợp tác xã nông nghiệp, hộ nông dân để liên kết tiêu thụ sản phẩm làm đa dạng chuỗi giá trị 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.

2.5. 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

- Tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo về kỹ năng xúc tiến thương mại cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, hợp tác xã nông nghiệp, nông dân và các chủ thể sản xuất sản phẩm OCOP.

- Tổ chức đào tạo, nâng cao nhận thức về chuyển đổi số, kỹ năng số trong xúc tiến thương mại; nâng cao kỹ năng xúc tiến thương mại trực tuyến như: kỹ năng tìm kiếm, phân tích thông tin và nghiên cứu thị trường trên môi trường số, kỹ năng tham gia sàn thương mại điện tử.

- Tổ chức Chương trình quảng bá sản phẩm OCOP, đặc sản trên các sàn thương mại điện tử.

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

- Tổ chức Hội chợ Thương mại biên giới An Phú – An Giang 2025 và Hội chợ Thương mại Quốc tế Tịnh Biên – An Giang 2025.

- Tiếp tục triển khai có hiệu quả Đề án phát triển hệ thống logistics trên địa bàn tỉnh An Giang đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Trong đó, tham gia Đoàn công tác của Bộ Công Thương đi làm việc với các đối tác nước ngoài về logistics.

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

- Tổ chức Chương trình quảng bá sản phẩm OCOP, đặc sản trên các sàn thương mại điện tử.

- Tiếp tục triển khai có hiệu quả Quyết định số 179/QĐ-UBND ngày 27/01/2021 của UBND tỉnh về việc phê duyệt Kế hoạch phát triển thương mại điện tử tỉnh An Giang giai đoạn 2021-2025, trong đó tập trung một số hoạt động như: tổ chức 01 cuộc thi trắc nghiệm trực tuyến tìm hiểu kiến thức về thương mại điện tử; tổ chức Lễ hội không dùng tiền mặt tại An Giang; tổ chức các khóa đào tạo, hội nghị, hội thảo, tập huấn,... để tuyên truyền, phổ biến kiến thức về thương mại điện tử, hợp đồng điện tử, bán hàng qua kênh thương mại điện tử, thanh toán không dùng tiền mặt; tổ chức khóa đào tạo chuyên sâu, hướng dẫn tiêu thương tại chợ bán hàng trực tuyến.

- Thường xuyên tổ chức hướng dẫn cho các hợp tác xã nông nghiệp và các chủ thể sản xuất sản phẩm OCOP, các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh, đăng ký tài khoản và hỗ trợ xây dựng website bán hàng để đưa sản phẩm lên các sàn thương mại điện tử; thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm qua trang thông tin bán hàng, các kênh thương mại trực tuyến, sàn thương mại điện tử nổi bật của các doanh nghiệp ngành Thông tin và Truyền thông như: Bưu điện tỉnh (<https://buudien.vn/>), các sàn thương mại điện tử trong nước (Shopee, Lazada, Tiki,...) và nước ngoài (Amazon, Alibaba,...), mạng xã hội (Facebook, Zalo,...),

đăng ký tài khoản thanh toán trực tuyến phục vụ giao dịch trên sàn thương mại điện tử,...

- Hỗ trợ các cơ sở sản xuất, kinh doanh xây dựng mô hình điểm bán, gian hàng điện tử cho các sản phẩm OCOP, các sản phẩm chủ lực của tỉnh, sản phẩm đặc sản, đặc trưng vùng miền nhằm giới thiệu, quảng bá và kết nối tiêu thụ các sản phẩm này.

- Triển khai các chương trình nâng cao nhận thức về an toàn, an ninh thông tin mạng và tính riêng tư trên nền tảng số đến cán bộ, công chức, viên chức tham gia các hoạt động Xúc tiến Thương mại và các nhân viên, người lao động trong doanh nghiệp chuyển đổi số, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

- Đẩy mạnh việc triển khai thực hiện Chương trình Hỗ trợ chuyển đổi số trong thương nhân, hợp tác xã và hộ kinh doanh giai đoạn 2021 – 2025 trong lĩnh vực sản xuất và chế biến xuất khẩu; Triển khai các kênh thông tin tư vấn, giải đáp, hướng dẫn SMEs về các thông tin chuyển đổi số doanh nghiệp, lựa chọn các nền tảng số; tư vấn, giải đáp các câu hỏi, xử lý vướng mắc, khó khăn cho các bên trong quá trình tham gia chuyển đổi số doanh nghiệp.

- Triển khai thực hiện các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng website, chuyển đổi số, chuyển từ quản trị truyền thống sang quản trị trực tuyến, số hóa các hoạt động kinh doanh, tiến tới xây dựng nền kinh tế số.

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 2025, 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

- 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.

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

1. Dự toán kinh phí: **8.779.365.000 đồng** (*Bằng chữ: Tám tỷ, bảy trăm bảy mươi chín triệu, ba trăm sáu mươi lăm 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 2025 được chi từ nguồn ngân sách tỉnh và doanh nghiệp đóng góp, trong đó:

- Ngân sách tỉnh: 6.129.365.000 đồng (*Bằng chữ: Sáu tỷ, một trăm hai mươi chín triệu, ba trăm sáu mươi lăm nghìn đồng*).

- + Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư: 4.700.000.000 đồng (*Bằng chữ: Bốn tỷ, bảy trăm triệu đồng*).

- + Sở Công Thương: 1.429.365.000 đồng (*Bằng chữ: Một tỷ, bốn trăm hai mươi chín triệu, ba trăm sáu mươi lăm nghìn đồng*).

- Doanh nghiệp đóng góp 2.650.000.000 đồng (*Bằng chữ: Hai tỷ, sáu trăm năm mươi triệu đồng*).

3. Kinh phí nêu trên chỉ là khái toán, Trung tâm Xúc tiến thương mại và Đầu tư, Sở Công Thương và các đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thực hiện và thanh quyết toán theo đúng quy định.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

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 2025; 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 2025 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

- Theo khả năng cân đối ngân sách, phối hợp các cơ quan, đơn vị liên quan tham mưu 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.

- 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 nhằm phát triển đồng bộ và có hiệu quả giữa các hoạt động xúc tiến trên địa bàn tỉnh.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

- Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư và các cơ quan liên quan hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở ứng dụng, đổi mới công nghệ, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và trao quyền sử dụng nhãn hiệu An Giang nhằm nâng cao giá trị sản phẩm, khẳng định uy tín thương hiệu, đồng thời, thúc đẩy hiệu quả hoạt động xúc tiến thương mại, góp phần phát triển kinh tế bền vững cho tỉnh.

- Phối hợp với Sở, ban, ngành có liên quan triển khai, hỗ trợ ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số hoạt động sản xuất - kinh doanh.

- Chỉ đạo, phối hợp các doanh nghiệp bưu chính, viễn thông đảm bảo hạ tầng mạng lưới bưu chính, viễn thông phục vụ việc ứng dụng công nghệ thông tin, nền tảng số, trí tuệ nhân tạo, logistics trong hoạt động xúc tiến thương mại.

5. 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 du lịch nhằm phát triển đồng bộ và có hiệu quả giữa các hoạt động xúc tiến trên địa bàn tỉnh.

- Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư và các đơn vị có liên quan tăng cường tuyên truyền các nội dung về các chính sách, chương trình, sự kiện, hình ảnh hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh.

6. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- 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. 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.

8. 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.

9. 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.

10. 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.

11. 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 2025, 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.

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 2025.