

Số: /BC-SCT

Lâm Đồng, ngày tháng 11 năm 2024

BÁO CÁO
Tổng kết 15 năm thực hiện hưởng ứng Cuộc vận động
“Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”
trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng (2009 – 2024)

Kính gửi: Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng

Thực hiện Văn bản số 8926/UBND-KT ngày 17/10/2024 của UBND tỉnh về việc báo cáo tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2009-2024;

Trên cơ sở tổng hợp của các cơ quan, đơn vị liên quan¹, Sở Công Thương báo cáo như sau:

I. Tình hình triển khai, thực hiện Cuộc vận động theo Thông báo Kết luận số 264-TB/TW ngày 31/7/2009 của Bộ Chính trị; Kết luận số 107-KL/TW ngày 10/4/2015 của Ban Bí thư; Chỉ thị số 08-CT/TU ngày 28/6/2021 của Tỉnh ủy Lâm Đồng

1. Công tác lãnh đạo, chỉ đạo, điều hành

Thực hiện Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17/9/2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; Quyết định số 634/QĐ-TTg ngày 29/4/2014 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 2014 – 2020; Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17/3/2021 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; Chỉ thị số 08-CT/TU ngày 28/6/2021 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy Lâm Đồng về thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng,

Trong những năm qua, UBND tỉnh đã ban hành:

¹ Báo Lâm Đồng công văn số 29-BC/BLĐ ngày 04/11/2024; Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh Lâm Đồng công văn số 435/BC-ĐPTTH ngày 11/11/2024; Cục Quản lý thị trường công văn số 714/QLTTLD-NVTH ngày 05/11/2024; Sở Tài chính công văn số 2738/STC-HCSN ngày 04/11/2024; Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn công văn số 463/BC-SNN ngày 05/11/2024; Sở Thông tin và Truyền thông công văn số 361/BC-STTTT ngày 14/11/2024; Sở Kế hoạch và Đầu tư công văn số 2444/KHĐT-VP ngày 04/11/2024; Sở Khoa học và Công nghệ công văn số 1576/BC-SKHCN ngày 06/11/2024; Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch công văn số 94/BC-TTXX ngày 01/11/2024; UBND thành phố Đà Lạt công văn số 914BC/KT ngày 05/10/2024; UBND huyện Di Linh công văn số 414/KT&HT ngày 11/11/2024; UBND huyện Đức Trọng công văn số 627/BC-UBND ngày 07/11/2024; UBND huyện Đam Rông công văn số 464/BC-UBND ngày 04/11/2024; Hội Nông dân công văn số 101-BC/HNDT ngày 15/11/2024.

- Quyết định số 1324/QĐ-UBND ngày 16/7/2013 về việc ban hành Kế hoạch thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng;

- Quyết định số 2060/QĐ-UBND ngày 01/10/2014 về việc ban hành Kế hoạch thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2014 – 2020;

- Chính sách khuyến khích doanh nghiệp và định hướng tiêu dùng theo Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17/9/2012 và Quyết định số 634/QĐ-TTg ngày 29/4/2014 của Thủ tướng Chính phủ: Hỗ trợ 70% chi phí vận chuyển hàng hóa, nhân công bán hàng, điện cho các doanh nghiệp tổ chức các chuyến bán hàng Việt về địa bàn xã phục vụ nhân dân mua sắm dịp Tết cổ truyền tại Quyết định số 20/KH-UBND ngày 04/01/2018 về việc ban hành kế hoạch phát triển thương mại tỉnh Lâm Đồng đến năm 2025;

- Kế hoạch số 6083/KH-UBND ngày 24/8/2021 của UBND tỉnh Lâm Đồng về việc thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn liền với CVĐ “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2021-2025²

2. Hoạt động của Ban chỉ đạo Cuộc vận động

- Ban chỉ đạo Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tỉnh Lâm Đồng thường xuyên rà soát, được Ban Thường vụ Tỉnh ủy ban hành Quyết định kiện toàn³.

- Hàng năm, Ban Thường trực Ban chỉ đạo Cuộc vận động tỉnh ban hành các hướng dẫn thực hiện nội dung trọng tâm về Cuộc vận động đến các thành viên Ban chỉ đạo. Theo đó, các thành viên Ban chỉ đạo đã thực hiện tốt vai trò, trách nhiệm của mình thông qua các hoạt động của ngành, tích cực phối hợp với các cơ quan, đơn vị trong quá trình triển khai thực hiện Cuộc vận động.

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

1. Công tác tuyên truyền, vận động; công tác phối hợp với các cơ quan, tổ chức liên quan; tổ chức hội nghị, họp dân, phong trào thi đua yêu nước khác,... lồng ghép tuyên truyền Cuộc vận động

Trong những năm qua các cấp, các ngành trong tỉnh thường xuyên phối hợp, cung cấp thông tin, tuyên truyền về Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh thông qua công tác tuyên truyền trên Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh Lâm Đồng, Báo Lâm Đồng⁴, trang thông tin

² UBND thành phố Đà Lạt ban hành Kế hoạch số 6490/KH-UBND ngày 12/10/2021.

³ Quyết định 1386-QĐ/TU ngày 03/12/2018; Quyết định 161-QĐ/TU ngày 21/01/2021; Quyết định 665-QĐ/TU ngày 26/5/2022; Quyết định 1643-QĐ/TU ngày 12/01/2024 của Tỉnh ủy Lâm Đồng.

⁴ Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh Lâm Đồng thực hiện trên 1.000 tin, bài, phóng sự liên quan để phát sóng trong các chương trình thời sự sáng, trưa, tối trên sóng truyền hình và chương trình thời sự sáng, trưa, thời sự - âm nhạc, bản tin cuối ngày trên sóng phát thanh và lồng ghép phát sóng trong các chuyên mục “Kinh tế hội nhập”; Báo Lâm Đồng đã đăng tải, cập nhật trên 900 tin/bài (khoảng 60 tin/bài/năm).

của các sở⁵, ngành, địa phương, tuyên truyền về mục đích, ý nghĩa, nội dung và tầm quan trọng của Cuộc vận động; tuyên truyền, vận động các doanh nghiệp trong tỉnh nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm; từng bước xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu cho các sản phẩm của tỉnh; phối hợp tuyên truyền, vận động nhân dân thay đổi nhận thức, hành vi trong tiêu dùng theo hướng ưu tiên mua sắm dùng hàng Việt Nam, sử dụng các loại hàng hóa, sản phẩm do doanh nghiệp trong nước sản xuất. Qua đó, đã truyền thông, quảng bá sản phẩm Việt, doanh nghiệp Việt đến cộng đồng người tiêu dùng.

Các sở, ngành, địa phương trong tỉnh thường xuyên chỉ đạo và tổ chức tuyên truyền chủ trương của Cuộc vận động thông qua các buổi họp, hội nghị của cơ quan và vận động cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, người lao động ưu tiên mua sắm và dùng hàng Việt Nam; các cơ quan quản lý ưu tiên mua sắm tài sản công là sản phẩm, hàng hóa sản xuất trong nước.

Hàng năm, UBND tỉnh chỉ đạo Sở Công Thương chủ trì, phối hợp với Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh, các sở, ngành, đoàn thể, địa phương tổ chức tuyên truyền trên phương tiện thông tin đại chúng với các nội dung của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; treo băng rôn, phướn và tờ rơi trên các tuyến đường trung tâm của huyện, thành phố và tại các chợ, siêu thị trên địa bàn các huyện, thành phố; tổ chức mít tinh tuyên truyền về quyền, lợi ích người tiêu dùng, trách nhiệm của tổ chức, cá nhân cung cấp hàng hóa, dịch vụ; từ đó nâng cao sự hiểu biết của mọi tầng lớp nhân dân về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng; trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng; trách nhiệm của tổ chức xã hội trong việc tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Qua đó, người dân trên địa bàn tỉnh đã có sự chuyển biến rõ rệt trong hành động, thói quen ưu tiên mua sắm, tiêu dùng hàng Việt. Đồng thời, tạo điều kiện, động lực để doanh nghiệp Việt phát triển ổn định, mở rộng quy mô sản xuất, kinh doanh, tạo ra nhiều sản phẩm chất lượng, có sức cạnh tranh cao, đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

2. Phát triển hệ thống phân phối hàng hóa có định và bền vững, ưu tiên đối với hàng Việt Nam

a) Tăng cường liên kết trong chuỗi cung ứng hàng Việt Nam gắn với quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm

Nhằm tạo liên kết bền vững trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông sản, sản phẩm cung ứng ra thị trường đáp ứng nhu cầu, kiểm soát chất lượng, bảo

⁵ Sở Khoa học và Công nghệ thực hiện tuyên truyền 10 phóng sự trên Đài Phát thanh và Truyền hình; 12 bài báo trên Báo Lâm Đồng; cập nhật hơn 1.500 tin, bài đăng trên Cổng thông tin khởi nghiệp tỉnh, bản tin khoa học và công nghệ, bản tin KHCN và doanh nghiệp, các trang thông tin điện tử của các thành phần trong hệ sinh thái khởi nghiệp và các trang mạng xã hội; 12 bài đăng trên trang thông tin của sở, 12 phóng sự giới thiệu các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến hàng hoá Việt Nam.

đảm an toàn thực phẩm; nông dân sản xuất nông nghiệp có đầu ra ổn định, hợp tác xã tổ chức sản xuất theo đơn hàng, doanh nghiệp chủ động nguồn hàng cung cấp kịp thời phù hợp thị trường. Việc xây dựng và hình thành chuỗi liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm được Sở Nông nghiệp và PTNT, Sở Công Thương tổ chức triển khai thực hiện trên cơ sở Nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày 05/7/2018 của Chính phủ về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp; Quyết định số 194/QĐ-TTg ngày 09/02/2021 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án đổi mới phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản giai đoạn 2021-2025 định hướng đến 2030; Quyết định số 1551/QĐ-UBND ngày 18/7/2019 của UBND tỉnh Lâm Đồng về phê duyệt Đề án liên kết sản xuất, chế biến và tiêu thụ nông sản giai đoạn 2019-2023; Quyết định số 177/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng ngày 27/01/2022 về việc phê duyệt Đề án tổ chức kết nối nông nghiệp với công nghiệp chế biến, phát triển thị trường xuất khẩu nông sản và chuỗi giá trị toàn cầu tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2022-2025.

Theo đó, hàng năm tỉnh Lâm Đồng đều bố trí ngân sách và lồng ghép nguồn vốn Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới để thực hiện. Trong những năm qua, tỉnh Lâm Đồng đã triển khai tương đối đồng bộ các giải pháp từ chủ trương định hướng, xây dựng kế hoạch, cơ chế chính sách và bố trí nguồn lực để thực hiện phát triển chuỗi liên kết. Tính đến hết năm 2023, tỉnh Lâm Đồng có 234 chuỗi liên kết, trong đó có 112 chuỗi liên huyện, 122 chuỗi liên xã; với sự tham gia của 133 doanh nghiệp, 96 hợp tác xã, 05 tổ hợp tác và 02 cơ sở nhỏ lẻ. Các liên kết chuỗi toàn tỉnh đã thu hút, hợp tác với 31.092 hộ nông sản liên kết (28.159 hộ trồng trọt và 2.933 hộ chăn nuôi).

Các liên kết hình thành bên cạnh việc ổn định tiêu thụ nông sản, hướng người nông dân đến việc sản xuất theo kế hoạch, doanh nghiệp, HTX xây dựng được kế hoạch sản xuất theo tín hiệu thị trường, theo đơn hàng, chủ động cùng nông dân nâng cao chất lượng, đa dạng mẫu mã, chủng loại nông sản, quản lý chất lượng đồng bộ, theo tiêu chuẩn, hiện đại quá trình sơ chế, bảo quản, đồng thời có sự giám sát của cơ quan chức năng. Từ đó nâng cao hiệu quả kinh tế của các liên kết chuỗi, trung bình tăng khoảng 33% so với không sản xuất theo liên kết.

b) Củng cố và mở rộng hệ thống phân phối, xây dựng các kênh phân phối văn minh, hiện đại đối với hàng Việt Nam, thiết lập các điểm bán hàng Việt Nam bền vững tại địa bàn nông thôn

- Phát triển hạ tầng thương mại:

Trong giai đoạn 2009-2024, tỉnh Lâm Đồng đã thu hút doanh nghiệp đầu tư xây dựng và đưa vào hoạt động 03 trung tâm thương mại (TTTM GO! Đà Lạt – hạng 3, TTTM Vincom Bảo Lộc – hạng 3 và TTTM TTC Plaza Đức Trọng – quy mô hạng 3), 04 siêu thị tổng hợp (Coopmart Bảo Lộc - hạng 2, GO! Đà Lạt - hạng 2, Vinmart Bảo Lộc - hạng 2 và Winmart Đức Trọng – quy mô hạng 3) và hàng ngàn cửa hàng tiện ích. Tại đây hàng hóa Việt rất phong phú, đa dạng được

trung bày, phục vụ nhu cầu tiêu dùng thiết yếu của nhân dân đã tạo thuận lợi cho việc phân phối hàng Việt.

Hệ thống chợ nông thôn được quan tâm đầu tư xây dựng mới, nâng cấp mở rộng, trong giai đoạn 2009-2024, có 45 chợ của tỉnh được đầu tư xây dựng mới và nâng cấp, cải tạo với tổng vốn đầu tư xây dựng khoảng 179 tỷ đồng; trong đó nguồn vốn từ ngân sách trung ương khoảng 68,4 tỷ đồng, nguồn vốn từ ngân sách địa phương khoảng 86,6 tỷ đồng và nguồn vốn khác khoảng 24 tỷ đồng. Qua đó, đã tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động mua bán hàng hóa và phục vụ nhu cầu tiêu thụ nông sản của nông dân.

- Thiết lập các kênh phân phối: Nhằm quảng bá và giới thiệu những sản phẩm đặc trưng của tỉnh đến với du khách và người tiêu dùng, trong những năm qua, UBND tỉnh giao Sở Công Thương chủ trì, phối hợp với UBND các huyện, thành phố và các doanh nghiệp trong tỉnh triển khai thực hiện xây dựng và nhân rộng các điểm bán hàng Việt Nam, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP, điểm giới thiệu và bán sản phẩm “Đà Lạt – kết tinh kỳ diệu từ đất lành”. Đến nay, đã triển khai xây dựng và nhân rộng 02⁶ điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP tại huyện Lạc Dương và thành phố Đà Lạt; 03⁷ điểm trưng bày, giới thiệu sản phẩm Đà Lạt – kết tinh kỳ diệu từ đất lành tại thành phố Đà Lạt; 05⁸ điểm bán hàng Việt Nam với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam” tại thành phố Đà Lạt và các huyện Đức Trọng, Di Linh, Đạ Huoai, Đơn Dương. Trong năm 2024, chỉ đạo Sở Công Thương căn cứ hướng dẫn và hỗ trợ từ Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với UBND huyện Đam Rông triển khai Xây dựng 01 mô hình phát triển các mặt hàng tiềm năng, lợi thế của khu vực miền núi, vùng sâu, vùng xa tại huyện Đam Rông, tỉnh Lâm Đồng. Việc xây dựng mô hình phát triển các mặt hàng tiềm năng, lợi thế; các điểm bán hàng Việt trên địa bàn tỉnh sẽ tạo cơ hội quảng bá, xúc tiến tiêu thụ các sản phẩm đặc trưng của tỉnh và tạo sự tin tưởng cho người tiêu dùng.

Ngoài ra, hệ thống doanh nghiệp trong tỉnh, hàng năm thiết lập và phát triển các điểm bán hàng đối với sản phẩm do mình sản xuất tại thị trường trong và ngoài tỉnh như Cần Thơ, Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng,... với các sản phẩm như nông sản chế biến, đông trùng hạ thảo, các loại trà, cà phê, nước cốt trái cây,...

c) Triển khai Chương trình bình ổn thị trường gắn với việc thực hiện mục tiêu Cuộc vận động

⁶ 01 điểm tại Khu du lịch Langbiang, huyện Lạc Dương; 01 điểm tại cửa hàng của Công ty cổ phần công nghệ sinh học Rừng hoa Đà Lạt, số 7A/1 đường Mai Anh Đào, phường 8, thành phố Đà Lạt.

⁷ 01 điểm tại cửa hàng của Hợp tác xã Nông nghiệp TH Sunfood Đà Lạt, phường 8, thành phố Đà Lạt; 01 điểm tại Cơ sở kinh doanh Toàn Thắng, số 524 đường Nguyễn Tử Lực, phường 8, thành phố Đà Lạt; 01 điểm tại cửa hàng của Hộ kinh doanh Trần Nhật Hoàng, số 74 đường Mai Anh Đào, phường 8, Đà Lạt.

⁸ 01 điểm tại cửa hàng thuộc Công ty cổ phần thương mại Lâm Đồng, số 02 Nguyễn Văn Trỗi, phường 1, thành phố Đà Lạt; 01 điểm tại cửa hàng của Công ty TNHH Ngô Mai Hoa, số 402 QL 20, thị trấn Liên Nghĩa, huyện Đức Trọng, tỉnh Lâm Đồng; 01 điểm tại cửa hàng của Công ty TNHH Đầu tư và Hỗ trợ khởi nghiệp Lâm Viên, số 507 đường Hùng Vương, TDP 2, thị trấn Mađaguôi, huyện Đạ Huoai; 01 điểm tại cửa hàng của Công ty TNHH Mắc Ca Mai Thao, xã Gia Hiệp, huyện Di Linh; 01 điểm tại cửa hàng của Công ty TNHH Nông sản Đa Nhim, đường Trần Hưng Đạo, thị trấn D'ran, huyện Đơn Dương.

- Trong dịp tết Nguyên đán: hàng năm, tỉnh Lâm Đồng đều ban hành kế hoạch, phương án chuẩn bị nguồn hàng, dự trữ hàng hoá và bình ổn thị trường hàng hoá dịp cuối năm và tết Nguyên đán; tổ chức triển khai đến các thương nhân kinh doanh, phân phối hàng hóa trên địa bàn tỉnh kinh doanh các mặt hàng thiết yếu tiêu dùng có kế hoạch dự trữ hàng hoá phù hợp với nhu cầu thị trường, ưu tiên hàng hoá Việt, bố trí khu vực bán hàng bình ổn, tổ chức tuyên truyền đến với người tiêu dùng, với những cam kết cung ứng hàng hoá đầy đủ, kịp thời, giá cả ổn định và các chương trình khuyến mại cho khách hàng trong dịp Tết. Đồng thời chỉ đạo các ngành chức năng tổ chức thanh tra, kiểm tra hàng hoá trong dịp tết nhằm bảo đảm thị trường lưu thông thông suốt, không có hiện tượng đầu cơ găm hàng, biến động lớn về giá, xử lý nghiêm các trường hợp buôn lậu, gian lận thương mại, hàng gian hàng giả. Thông qua Chương trình bình ổn thị trường hàng hoá trong dịp tết Nguyên đán, đã thu hút hệ thống siêu thị (Go! Đà Lạt, Co.opmart, Winmart), Công ty thương mại, hệ thống chợ trên địa bàn toàn tỉnh tích cực hưởng ứng tham gia thực hiện. Các thương nhân đều có kế hoạch dự trữ lượng hàng hoá tăng từ 45-55% so với ngày thường, cơ cấu mặt hàng Việt chiếm ưu thế khoảng 75%, thời gian phục vụ đến ngày 30 Tết; tại các siêu thị cam kết bán hàng bình ổn giá cả trước, trong và sau Tết, tổ chức các chương trình khuyến mại như giảm giá, tặng quà, tích điểm cho khách hàng, vào thời điểm nhu cầu tăng cao như các ngày sát Tết (từ ngày 27 đến 29 Tết âm lịch) sức mua thường tăng từ 50-100%, các siêu thị luôn bảo đảm hàng hoá đầy đủ, kịp thời cung ứng cho người tiêu dùng; vào thời điểm dịp cuối năm và cận Tết, công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường luôn được tăng cường, nên trong các dịp tết Nguyên đán, không xảy ra hiện tượng găm hàng, tăng giá đột biến, không có vi phạm về buôn lậu, gian lận thương mại, không có hiện tượng buôn bán, tàng trữ, sử dụng pháo nổ trái phép, không có ngộ độc thực phẩm thuộc lĩnh vực ngành công thương.

d) Hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp giới thiệu, quảng bá sản phẩm, kết nối giao thương, mở rộng thị trường

- Đối với thị trường trong nước:

Trong những năm qua, nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp trong tỉnh giới thiệu, quảng bá, kết nối phân phối tiêu thụ sản phẩm, các ngành của tỉnh đã tổ chức các đoàn doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh nông sản, nông sản chế biến, hàng công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp tham gia trên 160 chương trình, hoạt động triển lãm sản phẩm, khảo sát thị trường, kết nối giao thương, kết nối cung cầu, tuần hàng nông sản, hội nghị, hội thảo, ... tại các tỉnh, thành trong cả nước, đặc biệt là tại các thị trường trọng điểm là Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hà Nội, Cần Thơ, Lào Cai, Bà Rịa Vũng Tàu, ... Qua đó đã giúp các doanh nghiệp, hợp tác xã, đơn vị sản xuất, chế biến của tỉnh ký kết liên kết phân phối và tiêu thụ các sản phẩm nông sản Lâm Đồng được trên 1.000 hợp đồng, biên bản ghi nhớ với các đối tác. Thông qua các chương trình, nhiều sản phẩm của tỉnh đã kết nối, phân phối tiêu thụ tại hệ thống các siêu thị (Co.opmart, Winmart, MM Mega Market, GO!, Lotte, Aeon, ...); chợ đầu mối tại các tỉnh, thành (Đà Nẵng, Hà Nội, HCM, Cần Thơ, Bình Dương, ...); các nhà phân phối, tiêu thụ (nhà hàng,

khách sạn, trường học, ...) trong cả nước. Điều đó cho thấy, sản phẩm đặc trưng của tỉnh đã khẳng định thương hiệu trên thị trường, được người tiêu dùng Việt Nam ưu chuộng.

Bên cạnh đó, trong năm 2019 nhằm hưởng ứng Tổng kết 10 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và năm 2024 nhằm hưởng ứng Tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, Sở Công Thương phối hợp với Ủy ban Mặt trận tổ quốc Việt Nam tỉnh Lâm Đồng tổ chức thành công 02⁹ chương trình trưng bày, giới thiệu sản phẩm đặc trưng của tỉnh Lâm Đồng tại thành phố Đà Lạt.

Ngoài ra, trong những năm bị ảnh hưởng của dịch bệnh Covid – 19, Sở Công Thương luôn thường xuyên chủ động nắm bắt kịp thời các hoạt động cung ứng hàng hoá thiết yếu và hỗ trợ tiêu thụ các sản phẩm nông sản cho nông dân, doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh.

- Hoạt động đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa ra thị trường nước ngoài:

Sở Công Thương thường xuyên kết nối với thương vụ các nước thông qua email, viber nhằm cập nhật thông tin về các hoạt động xúc tiến thương mại, nhu cầu nhập khẩu và cung cấp thông tin tới doanh nghiệp trong tỉnh thông qua các kênh thông tin gửi email, mạng xã hội zalo, trên trang thông tin doanh nghiệp; tổ chức hội nghị hỗ trợ doanh nghiệp của tỉnh tham gia kết nối, gặp gỡ nhà nhập khẩu, nhà đầu tư nước ngoài tại tỉnh và nước sở tại; hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp trong tỉnh tham gia các hội chợ triển lãm thương mại nước ngoài; tổ chức tuần hàng đặc trưng của tỉnh tại các hệ thống phân phối thuộc tập đoàn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Qua đó, đã cung cấp những cơ hội hợp tác giao thương với doanh nghiệp nước sở tại, và quảng bá, tiêu thụ sản phẩm của tỉnh. Hiện nay, tỉnh Lâm Đồng có 11¹⁰ doanh nghiệp xuất khẩu uy tín với các sản phẩm như: cà phê, chè, điều, rau củ quả.

Trong giai đoạn 2009-2024, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch tham mưu UBND tỉnh phối hợp với Cục Xúc tiến Thương mại - Bộ Công Thương và Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tổ chức 18 đoàn là Lãnh đạo UBND tỉnh, các sở, ngành và các doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất, kinh doanh hàng nông sản của tỉnh đến các nước: Thái Lan, Singapore, Nhật Bản, Trung Quốc, Lào, Malaysia, Hàn Quốc, Nga...

e. Hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn

- Nhằm vận động, khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh tổ chức các hoạt động hưởng ứng Cuộc vận động, tổ chức các chuyến bán hàng Việt phục vụ

⁹ Năm 2019: Chương trình triển lãm sản phẩm được tổ chức từ ngày 04/6-07/6/2019 tại Trung tâm hành chính tỉnh Lâm Đồng, với sự tham gia của 30 doanh nghiệp, trưng bày các sản phẩm tại 30 gian hàng; Năm 2024: Chương trình triển lãm sản phẩm được tổ chức từ ngày 15/8-16/8/2024 tại Tỉnh uỷ Lâm Đồng, với sự tham gia của 35 doanh nghiệp, trưng bày các sản phẩm tại 35 gian hàng.

¹⁰ Công ty TNHH Thương phẩm Atlantic Việt Nam (cà phê), Công ty TNHH Hương Bản (cà phê), Công ty TNHH Chế biến điều xuất khẩu Lâm Đồng (điều), Công ty TNHH TM&DV Trường Hoàn Lâm Đồng (rau củ quả), Công ty TNHH Chế biến trà Trân Nam Việt (chè), Công ty TNHH Phong Giang (chè), Công ty TNHH TFB Việt Nam (chè), Công ty TNHH Chế biến và Xuất khẩu trà – cà phê Hải Đức (chè), Công ty cổ phần Viên Sơn (rau củ quả), Công ty cổ phần chế biến thực phẩm Đà Lạt – Tự nhiên (rau củ quả), Công ty TNHH Phước Nam Anh (chè).

nhân dân dịp tết Nguyên đán, Sở Công Thương phối hợp với UBND các địa phương hướng dẫn, hỗ trợ và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp thực hiện các hoạt động giới thiệu và bán hàng Việt về nông thôn, với các mặt hàng thiết yếu phục vụ tiêu dùng như lương thực, thực phẩm, công nghệ phẩm, gia dụng, may mặc,... Tham gia hoạt động này có 02 siêu thị - Vinatex Đà Lạt và Co.opmart Bảo Lộc triển khai từ năm 2012 đến nay, đã thực hiện 203 chuyến bán hàng Việt về nông thôn và phục vụ công nhân nhà máy Scavi, thành phố Bảo Lộc (trong đó: Co.opmart Bảo Lộc thực hiện khoảng 200 chuyến về nông thôn và về khu công nhân của nhà máy Scavi). Qua đó, đã cung ứng hàng hoá Việt đến tay người tiêu dùng nông thôn thuận lợi, bảo đảm chất lượng, giá cả hợp lý.

- Nhằm đưa hàng Việt Nam có chất lượng, giá cả hợp lý đến với người tiêu dùng, trong giai đoạn 2009-2024, Sở Công Thương và Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh đã tổ chức 36 phiên chợ đưa hàng Việt về nông thôn tại các huyện, thành phố trên địa bàn tỉnh, trong đó, Sở Công Thương đã tổ chức 21 phiên chợ, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh tổ chức 15 phiên chợ. Song song với các phiên chợ hàng Việt, chương trình còn có các hoạt động thiết thực hỗ trợ tiểu thương và người dân như: huấn luyện cho tiểu thương đang kinh doanh tại chợ và người bán lẻ địa phương về vai trò của thị trường nông thôn trong phát triển kinh tế đất nước, chia sẻ kinh nghiệm bán hàng thực tế tại các chợ ở TPHCM, chợ ở nước ngoài với chợ địa phương, giúp các hộ tiểu thương và người bán lẻ học hỏi về việc trưng bày hàng hóa, giới thiệu sản phẩm theo hướng văn minh, hiện đại. Lồng ghép với các hoạt động hỗ trợ khám bệnh và phát thuốc miễn phí; tư vấn dinh dưỡng; tặng quà khuyến học; tọa đàm kỹ thuật cho nông dân và chương trình văn nghệ hát về hàng Việt, ca ngợi quê hương đất nước phục vụ nhân dân tham quan, mua sắm tại phiên chợ, nhằm tuyên truyền về Cuộc vận động và chương trình.

Qua đó, đã giúp người dân nông thôn tiếp cận trực tiếp với hàng Việt, góp phần bình ổn thị trường hàng hóa.

3. Nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng Việt, doanh nghiệp Việt

a) Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực sản xuất, phân phối và tiêu thụ sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam

- Công tác xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu: Trong những năm qua, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường, các cấp, các ngành trong tỉnh đã quan tâm, hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp trong tỉnh phát triển sản phẩm, xây dựng và quảng bá thương hiệu. Đến nay, tỉnh Lâm Đồng đã xây dựng và duy trì được 37 thương hiệu; trong đó 34 nhãn hiệu đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp giấy chứng nhận độc quyền¹¹, 03 sản phẩm đã nộp đơn đăng ký tại Cục Sở hữu trí tuệ nhưng chưa được cấp giấy chứng nhận¹².

¹¹ 25 nhãn hiệu chứng nhận: Rau Đà Lạt, Hoa Đà Lạt, Đà Lạt – kết tinh kỳ diệu từ đất lành, Dâu tây Đà Lạt, Hồng Đà Lạt, Cà phê Cầu đất Đà Lạt, Cà phê Arabica Langbiang, Dứa Cayenne Đơn Dương, Mắc mác Đơn Dương, Trà B’Lao, Cà phê Di Linh, Tơ lụa Bảo Lộc, Sầu riêng Đa Huoai, Diệp hạ châu Cát Tiên, Gạo nếp quýt Đa Tẻ, Quýt Đơn Dương, Củ năng Pró, Măng cụt Bảo Lộc, Atiso Đà Lạt, Tơ tằm Lâm Hà, Macca Lâm Hà, Bưởi da xanh Đa Tẻ, Bơ Di Linh, Sầu riêng Di Linh, Macca Di Linh; 09 nhãn hiệu tập thể: Lúa gạo Cát Tiên, Rượu cần Langbiang, Chuối LaBa,

Đối với nhãn hiệu “Đà Lạt - kết tinh kỳ diệu từ đất lành”, đến nay, tỉnh Lâm Đồng có 771 nhãn hiệu “Đà Lạt - kết tinh kỳ diệu từ đất lành” được cấp giấy chứng nhận (trong đó có 650 tổ chức, cá nhân sản xuất và kinh doanh hoa; 96 tổ chức, cá nhân sản xuất và kinh doanh rau, 10 cơ sở du lịch canh nông và 15 cơ sở kinh doanh cà phê). Riêng nhãn hiệu Cà phê Cầu đất có 22 nhãn hiệu được cấp giấy chứng nhận, 47 nhãn hiệu “Hồng Đà Lạt” được cấp giấy chứng nhận và 21 nhãn hiệu “Dâu tây Đà Lạt” được cấp giấy chứng nhận. Đến nay, thương hiệu “Đà Lạt – kết tinh kỳ diệu từ đất lành” được nhiều doanh nghiệp quan tâm đăng ký và sử dụng, số lượng người tiêu dùng tìm và sử dụng sản phẩm mang thương hiệu ngày càng tăng.

Nâng cao thương hiệu Việt: Nhằm phát hiện và tôn vinh các sản phẩm chất lượng, có giá trị sử dụng cao, có tiềm năng phát triển sản xuất, mở rộng thị trường, đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng trong và ngoài nước; hàng năm, Sở Công Thương đã phối hợp với các địa phương, đơn vị liên quan tổ chức bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu trên địa bàn tỉnh, để có kế hoạch hỗ trợ sản xuất và xúc tiến thương mại, góp phần thúc đẩy công nghiệp nông thôn phát triển. Thông qua các cuộc thi bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, đến nay, trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng có 275 sản phẩm/bộ sản phẩm cấp huyện và 100 sản phẩm/bộ sản phẩm cấp tỉnh, 38 sản phẩm/bộ sản phẩm được công nhận SPCNNTTB cấp khu vực Miền Trung - Tây Nguyên và 18 sản phẩm/bộ sản phẩm được công nhận SPCNNTTB cấp Quốc gia¹³.

Nhằm khuyến khích các cá nhân có tay nghề cao đóng góp công sức phát triển các nghề truyền thống sản xuất ra những sản phẩm nghệ thuật đáp ứng nhu cầu thị trường ngày càng đa dạng, đến nay UBND tỉnh công nhận danh hiệu Nghệ nhân tỉnh Lâm Đồng cho 10 nghệ nhân thuộc các nghề: thêu, dệt thổ cẩm, chạm khắc mỹ nghệ, chế tác gỗ, đá thủ công mỹ nghệ, sản xuất tranh bướm nghệ thuật, dệt và chế tác thổ cẩm truyền thống, tranh cửa lọng; trong đó 01 nghệ nhân ưu tú thuộc nghề thêu. Qua đó, duy trì, bảo tồn và phát triển sản phẩm nghề truyền thống của địa phương.

Trong giai đoạn 2009 – 2024, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh đã thực hiện in ấn và phát hành 43.170 ấn phẩm; trong đó: 16.600 cuốn Danh bạ doanh nghiệp thương mại Lâm Đồng; 17.470 cuốn Tiềm năng thế mạnh thương mại Lâm Đồng; 1.500 cuốn Cẩm nang xúc tiến thương mại Lâm

Nấm Đơn Dương, Cá nước lạnh Đà Lạt, Bánh trắng Lạc Lâm, Mây tre đan Madagui, Cồng chiêng Langbiang, Nấm Đức Trọng.

¹² Bơ Bảo Lâm, Cà phê Bảo Lâm, Hoa hồng Langbiang.

¹³ Lon nhãn Mắc ca rang hồng ngoại 250g - Công ty TNHH Hoàng Anh Maca, Củ quả thập cẩm sấy giòn - Công ty cổ phần chế biến thực phẩm Đà Lạt Tự Nhiên, Bộ sản phẩm cà phê rang xay Dehavi - Công ty TNHH cà phê Hân Vinh, Khoai lang nhật sấy giòn - Công ty cổ phần Viên Sơn, Bộ sản phẩm nước cốt trái cây - Công ty TNHH Lafresh, Bộ sản phẩm lựu - Công ty cổ phần tơ lụa Bảo Lộc, Rượu vang Chateau DaLat - Công ty cổ phần thực phẩm Lâm Đồng, Cao nước Atisô - Công ty TNHH Thanh Uyên, Sữa chua uống có đường - Công ty cổ phần sữa Đà Lạt, Bộ sản phẩm mắc ca Viet'snuts - Công ty TNHH nông sản Huy Hiếu, Lựu tơ tằm - Công ty TNHH xe tơ - dệt lụa Hà Bảo, Máy gieo hạt chân không 6 trong 1 tự động - HKD Nguyễn Hồng Chương, Mắc ca sấy - Công ty TNHH Việt Xanh Maca, Bộ sản phẩm trà Olong - Công ty cổ phần Long Đình, Sản phẩm chao - Công ty TNHH thực phẩm Bông Mai, Cà phê hộp trồng - Công ty TNHH Tâm Châu, Trà lễ Olong - Công ty cổ phần Long Đình, Máy gieo hạt tự động thể thể mới - Công ty TNHH cơ khí nông nghiệp Thanh Trị.

Đồng; 900 Tập gấp sản phẩm đặc trưng của Lâm Đồng về atiso, dâu tây, rau củ quả (Tiếng Anh); 500 cuốn Sắc hoa Đà Lạt (Việt – Anh), 1.600 cuốn Đà Lạt – Lâm Đồng, Vùng đất rau và hoa” (Việt – Anh); 1.600 cuốn Lâm Đồng – Vùng chuyên canh trà và cà phê” (Việt – Anh); in ấn, phát hành 3.000 cuốn Đà Lạt – kết tinh kỳ diệu từ đất lành. Ngoài ra, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh đã phát hành 50 USB video clip phục vụ quảng bá, xây dựng thương hiệu “Đà Lạt – kết tinh kỳ diệu từ đất lành” và được phát hành thông qua Cảng hàng không Liên Khương.

b) Nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về tác động của công nghệ thông tin đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp

- Hàng năm, nhằm nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về tác động của công nghệ thông tin đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, các ngành trong tỉnh thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn về thương mại điện tử cho công chức, viên chức và đội ngũ doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, kinh doanh, đoàn viên thanh niên,... (bao gồm kiến thức quản lý nhà nước về thương mại điện tử và ứng dụng thương mại điện tử vào kinh doanh); tuyên truyền việc thực hiện đăng ký website cung cấp dịch vụ TMĐT và thông báo website bán hàng để các doanh nghiệp trong tỉnh biết và thực hiện; thường xuyên khuyến cáo người dân đề phòng các hành vi lừa đảo qua mạng, khuyến cáo việc lựa chọn các trang uy tín để giao dịch, mua bán; tuyên truyền và khuyến khích người dân, doanh nghiệp sử dụng thanh toán bằng các phương thức điện tử. Kết quả thực hiện: đến nay, tỉnh Lâm Đồng có 08 website cung cấp dịch vụ TMĐT đã được xác nhận, 248 website bán hàng đã được duyệt, 02 ứng dụng cung cấp dịch vụ đã được xác nhận, 04 ứng dụng bán hàng đã được duyệt.

- Đẩy mạnh ứng dụng TMĐT hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu chủ lực, mở rộng tiêu thụ cho hàng hoá nội địa và thúc đẩy phát triển TMĐT tại các địa phương: Nền tảng số phục vụ xuất khẩu được các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh tham gia nhiều nhất là alibaba. Tuy nhiên, số lượng tham gia còn hạn chế. Hiện nay, có khoảng 80 gian hàng của tỉnh Lâm Đồng trên alibaba. Thông qua các chương trình hỗ trợ đã giúp các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, tăng doanh thu, giảm chi phí quảng cáo và marketing toàn cầu, cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách hàng, tăng lợi thế cạnh tranh.

- Năm 2024, theo xếp hạng của Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam, tỉnh Lâm Đồng xếp hạng 13/58 tỉnh, thành phố về chỉ số phát triển thương mại điện tử, bằng với xếp hạng năm 2023. Đặc biệt, chỉ số về giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) xếp hạng 7/58. Tất cả các chỉ số thành phần năm 2024 đều tăng so với năm trước. Trong đó, chỉ số về giao dịch giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C) tăng 18 bậc; chỉ số về giao dịch doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) tăng 5 bậc; chỉ số về nguồn nhân lực và hạ tầng công nghệ thông tin tăng 01 bậc. Hiện nay, tỉnh Lâm Đồng vẫn thuộc nhóm phát triển thương mại điện tử ở mức trung bình của cả nước và đứng đầu trong 05 tỉnh tây

nguyên. Tỉnh Lâm Đồng đang duy trì và hình thành mới một số trang thương mại điện tử của tỉnh để hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá và xúc tiến thương mại: dalat-info.gov.vn, dalatkettinhkydieutudatlanh.vn, nongsandalatlamdong.vn, dalatproducts.com.

4. Kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ người tiêu dùng

a) Kiểm tra, kiểm soát thị trường: Trong những năm qua, Cục Quản lý thị trường tỉnh Lâm Đồng tăng cường kiểm tra kiểm soát thị trường nhằm ngăn chặn hiệu quả đối với hàng nhập lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng vi phạm vệ sinh an toàn thực phẩm, vi phạm sở hữu trí tuệ, vi phạm về niêm yết giá và bán theo giá niêm yết, phát hiện kịp thời để ngăn chặn và xử lý nghiêm các hành vi đầu cơ găm hàng nhằm thu lợi bất chính, gây rối loạn thị trường... Qua đó, đã phát hiện và xử lý kịp thời các trường hợp vi phạm, bảo đảm đúng quy định pháp luật, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các cơ sở, doanh nghiệp có uy tín. Đồng thời, trong quá trình kiểm tra, kiểm soát đã tuyên truyền, vận động thương nhân kinh doanh trên địa bàn toàn tỉnh về chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước về hoạt động thương mại, qua đó chấn chỉnh các trường hợp kinh doanh không đúng quy định, thúc đẩy sản xuất, cung ứng hàng hóa trong nước phát triển.

Từ năm 2009 đến nay, Cục Quản lý thị trường thực hiện kiểm tra 34.388 vụ, số vụ vi phạm và xử lý 22.104 vụ; các hành vi vi phạm chủ yếu là: vi phạm về nhãn hàng hoá, vi phạm về giá, vi phạm về vệ sinh an toàn thực phẩm, vi phạm về chất lượng, vi phạm đo lường, hàng nhập lậu, hàng cấm, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ,..., với tổng số tiền xử phạt vi phạm hành chính trên 62 tỷ đồng. Qua đó, đã ngăn chặn và xử lý kịp thời các trường hợp kinh doanh không đúng quy định của pháp luật, tạo môi trường kinh doanh trong nước lành mạnh, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

b) Hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Hàng năm, UBND tỉnh giao Sở Công Thương chủ trì, phối hợp với Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các cơ quan liên quan tổ chức các hoạt động nhằm hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam (ngày 15/3) như: tổ chức mít tinh ngoài trời tại sân khấu Khu Hòa Bình thành phố Đà Lạt; tổ chức đoàn diễu hành bằng xe mô tô cầm phướn, xe loa, xe cổ động theo các trục đường chính tại thành phố Bảo Lộc; tổ chức treo băng rôn, khẩu hiệu và thực hiện các hoạt động tuyên truyền tại trụ sở cơ quan, cơ sở kinh doanh và trên các tuyến đường chính tại thành phố Đà Lạt, Bảo Lộc và các huyện; tổ chức các hoạt động hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam tại các chợ; trung tâm thương mại, siêu thị ...; vận động các doanh nghiệp hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng như thực hiện chương trình giảm giá, khuyến mại, cam kết sản xuất và cung cấp dịch vụ, sản phẩm đảm bảo an toàn, chất lượng; tuyên dương các doanh nghiệp có nhiều hoạt động hướng đến người tiêu dùng. Thông tin về kết quả kiểm tra hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng hóa không rõ nguồn gốc trên các phương tiện thông tin đại chúng như Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh, Báo Lâm Đồng, ... Qua đó, đã phản ánh được các vụ việc,

những loại hàng hóa vi phạm, đồng thời khuyến cáo, hướng dẫn người tiêu dùng khi mua sắm hàng hóa, sử dụng dịch vụ; công tác phối hợp giữa các ngành quản lý về vệ sinh an toàn thực phẩm, dịch bệnh,... được thực hiện thường xuyên; rất nhiều doanh nghiệp đã tạo ra nhiều sản phẩm, dịch vụ bảo đảm chất lượng, giá cả hợp lý đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng, góp phần bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

5. Về nhận thức, hành động của người tiêu dùng

Năm 2016, Sở Công Thương đã tổ chức khảo sát 1.000 người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh, kết quả khảo sát cho thấy, người tiêu dùng đã từng bước thay đổi thói quen trong việc mua sắm ưu tiên đến hàng Việt; điều người tiêu dùng quan tâm nhất đối với hàng Việt vẫn là chất lượng, mẫu mã, giá cả, bảo hành, hậu mãi. Khi có ý định mua sắm, 80,1% người tiêu dùng nghĩ và quan tâm đến hàng Việt Nam hơn là hàng nhập khẩu; khi xác định mua hàng hóa tiêu dùng, có đến 91,4% người khảo sát quyết định sẽ ưu tiên dùng hàng Việt Nam. Điều này cho thấy, người tiêu dùng Việt Nam rất ủng hộ chủ trương của Đảng và Nhà nước, luôn tin tưởng vào sản phẩm được sản xuất trong nước.

Sau 15 năm triển khai thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đã tác động tích cực đến nhận thức và hành động của người tiêu dùng, chất lượng hàng hoá Việt ngày càng được nâng cao với nhiều mẫu mã, kiểu dáng đa dạng đã tạo bước chuyển biến tích cực và có sự lan toả đến mọi người dân trên địa bàn tỉnh. Đến nay, nhận thức và hành động của người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh đã có nhiều thay đổi, thực tế đã chứng minh, hàng Việt ngày càng được ưa chuộng, sức tiêu thụ hàng Việt đã trở nên sôi động hơn, tâm lý tiêu dùng hàng nội địa đã trở thành thói quen của người tiêu dùng. Phần lớn người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh đã quan tâm đến hàng hoá được sản xuất trong nước, lựa chọn hàng Việt khi tiêu dùng, hầu hết người tiêu dùng ý thức được trách nhiệm, quyền lợi khi sử dụng hàng hoá sản xuất trong nước, ưu tiên dùng hàng Việt là thể hiện lòng yêu nước, lòng tự hào, tự tôn dân tộc, bước đầu hình thành nét đẹp trong văn hoá người tiêu dùng.

III. Đánh giá chung kết quả 15 năm thực hiện Cuộc vận động và bài học kinh nghiệm

1. Ưu điểm

- Được sự quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo của Tỉnh ủy, UBND tỉnh, Ban chỉ đạo Cuộc vận động tỉnh; các cấp, các ngành trong tỉnh đã lãnh chỉ đạo và tham mưu tổ chức các hoạt động tuyên truyền, vận động, quản lý, hỗ trợ triển khai thực hiện Cuộc vận động tác động tích cực đến nhận thức và hành động của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức, người lao động nhằm thực hiện nhiệm vụ chuyên môn gắn với việc triển khai và hưởng ứng Cuộc vận động.

- Có sự lãnh đạo, chỉ đạo, hướng dẫn trong công tác tuyên truyền mang tính tập trung, trọng điểm, kịp thời của Ban chỉ đạo Cuộc vận động tỉnh, từ đó các cấp các ngành tổ chức thực hiện.

- Công tác phối hợp giữa chính quyền ở địa phương và các ngành đã triển khai tốt hoạt động truyền thông về Cuộc vận động và các hoạt động triển khai, hưởng ứng Cuộc vận động trên các phương tiện thông tin đại chúng như Đài Phát thanh Truyền hình tỉnh, Báo tỉnh, Đài truyền hình địa phương, hệ thống loa cơ sở,... thường xuyên và kịp thời, đã tác động đến nhận thức của người dân.

- Công tác triển khai các hoạt động thực hiện Cuộc vận động ngày càng cụ thể và đi vào chiều sâu như chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước, công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả,... đã cung cấp thông tin kịp thời đến nhân dân biết, tác động đến tâm lý và hành động của người dân nhận diện, quan tâm hơn về hàng Việt, doanh nghiệp Việt, thúc đẩy sự ưu tiên trong mua sắm, hạn chế tâm lý và thói quen sính hàng ngoại.

- Các hoạt động hỗ trợ đầu tư, nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng và quảng bá thương hiệu được các cấp, các ngành lãnh chỉ đạo hỗ trợ doanh nghiệp trong tỉnh đổi mới, cải tiến sản phẩm. Do đó, rất nhiều sản phẩm của Lâm Đồng nổi tiếng cả nước và được người tiêu dùng ưu chuộng. Khi đến với Đà Lạt – Lâm Đồng, du khách đã không khỏi quan tâm đến các mặt hàng đặc sản Đà Lạt - Lâm Đồng.

2. Hạn chế

Ngoài những kết quả đã đạt được, việc triển khai thực hiện Cuộc vận động vẫn còn gặp một số hạn chế như:

- Một số doanh nghiệp chưa nhận thức đúng về tầm quan trọng trong việc sản xuất, kinh doanh các sản phẩm có chất lượng, thương hiệu uy tín, cũng như chưa nhận thức đúng về việc cần phải xây dựng và phát triển thương hiệu.

- Chưa có sự quan tâm đúng mức của địa phương cũng như doanh nghiệp nên việc triển khai phát triển hệ thống phân phối hàng Việt còn gặp nhiều khó khăn.

- Việc nhận biết và phân biệt sản phẩm Việt với sản phẩm giả hàng Việt của người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh còn hạn chế.

- Hiện tượng hàng nhái, hàng giả vẫn còn diễn ra ở nhiều nơi; chưa thông tin về các sản phẩm, doanh nghiệp vi phạm một cách thường xuyên, liên tục, kịp thời tới người dân.

- Việc tổ chức tuyên truyền về Cuộc vận động trong nhà trường và các cấp học còn hạn chế, chưa có nhiều chương trình, chủ đề nói về Cuộc vận động được triển khai tới đối tượng học sinh, sinh viên.

3. Nguyên nhân

- Do nhận thức và trình độ của người dân còn hạn chế.

- Đa số doanh nghiệp trong tỉnh đều là doanh nghiệp vừa và nhỏ, thiếu vốn đầu tư.

- Các trung tâm sau thu hoạch lớn còn ít, chủ yếu là sơ chế, đóng gói, bảo

quản tại cơ sở.

- Hoạt động vận chuyển hàng hóa còn yếu, dịch vụ logistic chưa phát triển.
- Một số cơ quan, đơn vị chưa quan tâm đúng mức đến việc triển khai các hoạt động gắn với Cuộc vận động.

4. Bài học kinh nghiệm

- Thường xuyên tuyên truyền tới người dân thông qua các buổi sinh hoạt khu dân cư, gắn với các phong trào tại cơ sở và thu thập ý kiến của người dân vào cuối năm về nhận thức và hành vi tiêu dùng đối với hàng hóa Việt.
- Đội ngũ cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, người lao động trong các cơ quan thuộc hệ thống chính trị gương mẫu tiêu dùng hàng Việt. Đồng thời, tuyên truyền và vận động người thân thực hiện.
- Tiếp tục triển khai các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao chất lượng sản phẩm, tổ chức các cuộc thi về sản phẩm tốt, sản phẩm được nhiều người ưa thích, sản phẩm uy tín, sản phẩm mang thương hiệu quốc gia,...; hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển, quảng bá thương hiệu, thiết kế nhãn mác, bao bì sản phẩm,...; hỗ trợ doanh nghiệp liên kết, xúc tiến tiêu thụ,...
- Các ngành, địa phương quan tâm chỉ đạo tích cực hơn nữa trong việc triển khai nhiệm vụ chuyên môn lồng ghép với việc thực hiện và hưởng ứng Cuộc vận động.

IV. Phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm thực hiện Cuộc vận động thời gian tới

Để tiếp tục nâng cao hiệu quả của Cuộc vận động trong thời gian tới, cần thực hiện một số nhiệm vụ sau:

- Tiếp tục đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền về Cuộc vận động trên môi trường trực tuyến và các kênh truyền thông chính thống.
- Đẩy mạnh phát triển hệ thống phân phối hàng hoá cố định và bền vững, chú trọng xây dựng điểm bán hàng Việt Nam với tên gọi “Tinh hoa hàng Việt Nam”; ưu tiên triển khai xây dựng tại khu vực miền núi, vùng sâu, vùng xa của tỉnh; khuyến khích, vận động, xã hội hoá trong việc nhân rộng, phát triển điểm bán hàng “Tự hào hàng Việt Nam”; điểm giới thiệu và bán sản phẩm Đà Lạt – kết tinh kỳ diệu từ đất lành, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP. Qua đó, tạo hệ thống phân phối hàng Việt phủ khắp khu vực trong tỉnh, tạo thuận lợi cho hàng hoá Việt Nam phát triển.
- Tổ chức các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá, tiêu thụ sản phẩm như các chương trình xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu, triển lãm sản phẩm, hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn, tuần hàng nông sản Đà Lạt – Lâm Đồng để hàng hoá Việt có cơ hội đến với người tiêu dùng tốt nhất.
- Hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử, công nghệ 4.0 trong hoạt động phân phối hàng hoá, quảng bá sản phẩm trên môi trường trực tuyến.

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, phát hiện và xử lý kịp thời các trường hợp vi phạm, chú trọng đến đối tượng giả thương hiệu sản phẩm của tỉnh; bảo vệ hoạt động kinh doanh lành mạnh và quyền lợi người tiêu dùng.

- Đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp phát triển và quảng bá thương hiệu của tỉnh nhất là nhãn hiệu “Đà Lạt – Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”, giới thiệu sản phẩm, cung cấp thông tin về nhu cầu của nhà phân phối, thông tin về khả năng cung ứng của doanh nghiệp, khảo sát thị trường, kết nối với nhà phân phối, nhà tiêu thụ trong nước và nước ngoài thông qua các hoạt động như hội nghị, hội chợ, các buổi gặp gỡ trao đổi thông tin, tháo gỡ khó khăn,....

- Hướng dẫn, vận động doanh nghiệp đầu tư, mở rộng sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, tổ chức hoạt động kinh doanh lành mạnh để tham gia các chương trình, cuộc thi, bình chọn sản phẩm mang thương hiệu quốc gia, sản phẩm xuất khẩu uy tín, thương hiệu Việt, sản phẩm tiêu biểu, được người tiêu dùng bình chọn,...ngày càng mang đến cho người tiêu dùng sản phẩm tốt, tin tưởng.

- Đẩy mạnh hơn nữa các hoạt động giới thiệu, quảng bá sản phẩm du lịch gắn với quảng bá các sản phẩm, hàng hóa Lâm Đồng, chương trình du lịch kết hợp mua sắm hàng hóa đặc trưng của tỉnh.

- Các ngành, các cấp chỉ đạo và tổ chức triển khai các hoạt động, chương trình, dự án, đề án thuộc nhiệm vụ chuyên môn thực hiện gắn với nội dung của Cuộc vận động đến tất cả các đối tượng trong đó chú ý đến học sinh, sinh viên.

(Gửi đính kèm Phụ lục)

Trên đây là báo cáo tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, kính báo cáo UBND tỉnh.

Trân trọng./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- GD và các PGD Sở;
- Các phòng, đơn vị thuộc Sở;
- Lưu: VT, QLTM.

**KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC**

Cao Thị Thanh

UBND TỈNH LÂM ĐỒNG
SỞ CÔNG THƯƠNG

PHỤ LỤC

**Kết quả thực hiện một số nhiệm vụ trọng tâm hưởng ứng Cuộc vận động
“Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong giai đoạn 2009-2024**

*(Ban hành kèm theo Báo cáo số /BC-SCT ngày /11/2024
của Sở Công Thương)*

1. Công tác ban hành văn bản chỉ đạo, triển khai thực hiện Cuộc vận động của UBND tỉnh

Stt	Nội dung văn bản	Số, ký hiệu văn bản	Ngày, tháng ban hành
1	Quyết định ban hành Kế hoạch thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng	Quyết định số 1324/QĐ-UBND	Ngày 16/7/2013
2	Quyết định ban hành Kế hoạch thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2014 – 2020	Quyết định số 2060/QĐ-UBND	Ngày 01/10/2014
3	Quyết định ban hành kế hoạch phát triển thương mại tỉnh Lâm Đồng đến năm 2025	Quyết định số 20/KH-UBND	Ngày 04/01/2018
4	Kế hoạch thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn liền với CVĐ “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2021-2025	Kế hoạch số 6083/KH-UBND	Ngày 24/8/2021

2. Các hoạt động tuyên truyền

Stt	Các hoạt động tuyên truyền	Đơn vị thực hiện	Số lượng
1	Số tin, bài, phóng sự	Đài Phát thanh và Truyền hình	1.000
		Báo Lâm Đồng	900
		Sở Khoa học và Công nghệ	1.546
2	Số cuộc tổ chức hội nghị, tọa đàm, kết nối cung cầu,...	Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch	160
3	Số cuộc đưa hàng Việt về nông thôn	Sở Công Thương	21
		Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch	15

3. Kết quả một số chương trình trọng tâm thực hiện Cuộc vận động

3.1. Chương trình đưa hàng Việt về nông thôn

Stt	Đơn vị thực hiện	Số lượng (Phiên)	Số doanh nghiệp tham gia (lượt)	Số lượt người tham dự (lượt)
1	Sở Công Thương	21	630	291.916
2	Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch	15	200	208.511

3.2. Hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp giới thiệu, quảng bá sản phẩm, kết nối giao thương, mở rộng thị trường

Stt	Nội dung hỗ trợ	Đơn vị thực hiện	Kết quả thực hiện
1	Tổ chức và tham gia các chương trình kết nối cung cầu hàng hóa tại các tỉnh, thành trong cả nước; trưng bày, giới thiệu, kết nối phân phối, tiêu thụ các sản phẩm đặc trưng của tỉnh, đề cử củng cố và mở rộng hàng hóa của tỉnh tại hệ thống phân phối văn minh, hiện đại tại các tỉnh, thành	Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch	140 chương trình, hội nghị
2	Tổ chức triển lãm sản phẩm (OCOP, công nghiệp nông thôn tiêu biểu) của các địa phương trong tỉnh ở thành thị tại tỉnh Lâm Đồng; giới thiệu, quảng bá, tiêu thụ sản phẩm ở vùng nông thôn đến với người tiêu dùng tại thành thị	Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch.	14 đợt triển lãm
3	Tổ chức hội chợ “Tuần lễ hàng Việt” gắn với chương trình khuyến mại “Tuần hàng Việt” trong khuôn khổ Festival Hoa Đà Lạt, Lễ hội trà - tơ lụa Bảo Lộc; giới thiệu, quảng bá, tiêu thụ, kết nối phân phối hàng Việt Nam đến với người tiêu dùng và du khách	Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch	06 hội chợ

3.3. Kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ người tiêu dùng

Tổng số vụ kiểm tra	Tổng số vụ vi phạm, xử lý	Tổng số tiền xử lý (Tỷ đồng)
34.388	22.104	62