

Bộ Công Thương hỗ trợ Sơn La xúc tiến tiêu thụ nông sản an toàn theo hình thức mới

10:23 15/05/2020

Đây là một trong những nội dung quan trọng được trao đổi tại buổi làm việc giữa Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) với UBND tỉnh Sơn La ngày 14/5/2020 tại trụ sở UBND tỉnh.

Sơn La là một tỉnh vùng Tây Bắc, có diện tích tự nhiên 14.172 km², trong đó có trên 367.000 ha đất nông nghiệp, dân số trên 1,2 triệu người, với 80% lao động nông nghiệp nông thôn. Tỉnh có hai cao nguyên rộng lớn là Mộc Châu và Nà Sản, khí hậu nhiệt đới, cận ôn đới độ ẩm cao, đất mùn đen và phong hóa từ đá vôi, tầng đất dày thuận lợi cho canh tác nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao. Tính đến năm 2020, tổng diện tích cây ăn quả và cây sơn tra trên địa bàn tỉnh ước đạt 80.515 ha, sản lượng quả ước đạt 343.783 tấn. Ngoài quả tươi, Sơn La có các sản phẩm nông sản chế biến như chè khô, cà phê nhân giống Arabica, tinh bột sắn, đường mía...



Buổi

làm việc giữa Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) với UBND tỉnh Sơn La ngày 14/5/2020

Phát biểu tại buổi làm việc, ông Nguyễn Quốc Khánh, Phó Chủ tịch tỉnh Sơn La đánh giá cao sự chủ động, tích cực, trách nhiệm của Bộ Công Thương nói chung và Cục Xúc tiến thương mại nói riêng trong việc hỗ trợ địa phương định hướng và thực hiện các phương án tiêu thụ nông sản. Ông Khánh cho rằng, dù việc tiêu thụ các mặt hàng nông sản của tỉnh vẫn có tín hiệu tốt, tuy nhiên do tình hình thị trường trong và ngoài nước còn diễn biến khó lường nên các cấp, các ngành của Sơn La không thể chủ quan, cần có cái nhìn tổng thể và chuẩn bị sẵn tâm thế, phương pháp, cách làm hiệu quả cho việc tiêu thụ nông sản của tỉnh. Ông Khánh đề nghị Bộ Công Thương cùng phối hợp với tỉnh Sơn La để có nhiều biện pháp xúc tiến tiêu thụ nông sản của địa phương tốt hơn nữa trong thời gian tới.

Ông Vũ Bá Phú, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại cho biết, thời gian qua, Bộ Công Thương đã hết sức cố gắng tháo gỡ khó khăn ở cửa khẩu biên giới để các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam nói chung, trong đó có nông sản Sơn La, không bị đứt gãy luồng lưu thông sang thị trường Trung Quốc, một thị trường lớn của nông sản Việt Nam.

Về phía Cục Xúc tiến thương mại, trong bối cảnh dịch Covid 19, các doanh nghiệp Việt Nam không thể tham gia các hoạt động xúc tiến truyền thống trong

và ngoài nước nên Cục đã nhanh chóng triển khai đa dạng các hình thức xúc tiến mới trên cơ sở ứng dụng công nghệ thông tin. Cụ thể, Cục đã tổ chức một loạt các sự kiện hội thảo trực tuyến cung cấp thông tin về tình hình, cơ hội thị trường nước ngoài, kết nối giao thương trực tuyến. Theo ông Phú, lợi ích của giao thương trực tuyến là giúp các doanh nghiệp Việt Nam bước đầu thăm định được về đối tác giao thương trực tuyến phía nước ngoài. “Đây là hình thức bổ sung rất tốt, hỗ trợ hiệu quả cho các hình thức xúc tiến thương mại truyền thống, giúp doanh nghiệp tiết giảm thời gian, chi phí xúc tiến”, ông Phú khẳng định.

Từ những thành công của các hoạt động hội thảo, giao thương trực tuyến đã được tổ chức liên tiếp thời gian qua, ông Vũ Bá Phú đề nghị, Cục Xúc tiến thương mại sẵn sàng phối hợp cùng tỉnh Sơn La tổ chức các sự xúc tiến tiêu thụ nông sản an toàn của địa phương theo các hình thức mới, gồm kết hợp xúc tiến trực tiếp với trực tuyến, nhằm tận dụng đồng thời và tối đa các lợi thế tuyên truyền, quảng bá của các hình thức này, để nông sản Sơn La càng càng vươn mạnh, vươn xa ở thị trường trong và ngoài nước.

Năm 2019, Cục Xúc tiến thương mại đã hỗ trợ tỉnh Sơn La tổ chức các phiên chợ hàng Việt tại huyện Bắc Yên, Sông Mã và Mường La trong khuôn khổ Chương trình Cấp quốc gia về xúc tiến thương mại. Năm 2020, Cục sẽ tiếp tục hỗ trợ tỉnh Sơn La tổ chức Hội chợ Thương mại Nông sản vùng Tây Bắc và các phiên chợ hàng Việt về vùng cao huyện Quỳnh Nhai và Thuận Châu trong khuôn khổ Chương trình này. Ngoài ra, Cục cũng có kế hoạch hỗ trợ Sơn La thực hiện các chương trình tập huấn nâng cao năng lực phát triển thị trường cho doanh nghiệp của tỉnh; hướng dẫn các doanh nghiệp Sơn La tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước do Cục và các tổ chức xúc tiến thương mại khác thực hiện; hỗ trợ địa phương lựa chọn và xây dựng phát triển thương hiệu cho các mặt hàng nông sản thể mạnh, đặc biệt các sản phẩm có chỉ dẫn địa lý trong khuôn khổ Chương trình Thương hiệu quốc gia...

Minh Anh