TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Đưa hàng “made in Vietnam” về vùng sâu, vùng xa

09:50 09/06/2019

Những năm qua, các doanh nghiệp, đơn vị trong Khối Doanh nghiệp Trung ương đã và đang tích cực xây dựng thương hiệu, đẩy mạnh quảng bá, truyền thông, chú trọng các kênh phân phối để người tiêu dùng biết đến và tin tưởng các sản phẩm của mình.

Thông qua việc triển khai các đề án tổ chức hội chợ triển lãm, phiên chợ hàng Việt, Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia đã hỗ trợ tích cực cho doanh nghiệp thực hiện xúc tiến thương mại phát triển thị trường nội địa, đặc biệt tạo lập kênh phân phối, hệ thống bán lẻ ở vùng nông thôn, miền núi, biên giới, các địa phương còn khó khăn.

Các hoạt động phân phối hàng Việt đến khu vực miền núi, biên giới, vùng sâu, vùng xa... góp phần tích cực giúp các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế, các hợp tác xã tiếp cận người tiêu dùng tại thị trường trong nước, quảng bá tới người tiêu dùng những sản phẩm, dịch vụ chất lượng tốt, mẫu mã đa dạng, phong phú, giá cả hợp lý.

Các đề án đã được triển khai thực hiện và đạt con số cụ thể: số lượng doanh nghiệp tham gia đạt 32.154 lượt, giá trị hợp đồng đạt hơn 340 tỷ đồng, doanh thu bán hàng tại hội chợ và các phiên chợ là hơn 1.422 tỷ đồng. Các phiên chợ đưa hàng Việt về nông thôn, miền núi, biên giới, hải đảo được tổ chức thường xuyên với quy mô trung bình 10 - 20 doanh nghiệp/phiên với doanh số bán hàng 20 - 50 tỷ/phiên.

10 năm thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" của các doanh nghiệp, đơn vị trực thuộc Khối Doanh nghiệp Trung ương, các hoạt động đầu tư mở rộng, phát triển thị trường nội địa đã được các cấp lãnh đạo, chỉ đạo, nghiên cứu, tổ chức thực hiện có kết quả. Một số doanh nghiệp chủ động tổ chức các hội nghị xúc tiến đầu tư ở các vùng trọng điểm kinh tế như: Vùng Tây Bắc, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ, Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh,

Thành phố Hồ Chí Minh, Nghệ An...

Nhiều dự án đăng ký với tổng mức đầu tư khá lớn, góp phần phát triển kinh tế, xã hội ở nhiều địa phương vùng sâu vùng xa, tạo thêm việc làm và nâng cao mức sống, chất lượng tiêu dùng ở khu vực nông thôn.

Cũng trong 10 năm thực hiện Cuộc vận động, một số tập đoàn, tổng công ty, ngân hàng trong Khối đã có đóng góp lớn vào đầu tư xây dựng, đảm bảo chất lượng và tiến độ, khai thác, sử dụng, phát huy hiệu quả nhiều công trình dự án, sản phẩm trọng điểm của quốc gia trong các lĩnh vực: Viễn thông, thủy điện, khai thác dầu khí, cung cấp điện cho các vùng biên giới và hải đảo, hạ tầng giao thông, cảng biển, đường sắt...



Các doanh nghiệp, đơn vị đã chủ động phối hợp với địa phương phát triển mạng lưới phân phối, bán hàng; khuyến khích các thành phần kinh tế của địa phương liên doanh, liên kết mở rộng kênh phân phối, tổ chức thu mua, chế biến, tiêu thụ hàng hóa...

Đáng chú ý, nhiều doanh nghiệp trong Khối tích cực tham gia Tuần lễ hàng Việt và đưa hàng Việt về nông thôn; bán hàng trong các khu công nghiệp, khu chế xuất; làm tốt công tác xúc tiến thương mại giới thiệu sản phẩm hàng Việt đi đôi với tăng cường các biện pháp ổn định thị trường, ngăn chặn hàng giả, hàng nhái

và tạo điều kiện cho hàng hóa lưu thông thông suốt, thực hiện các cam kết bảo vệ người tiêu dùng, đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa tại thị trường trong nước và xuất khẩu.

Ngoài ra, các doanh nghiệp xúc tiến đầu tư ở các nước Liên bang Nga, vùng châu Phi, châu Mỹ, châu Âu, châu Á... trong các lĩnh vực: khai thác dầu khí, khai thác chế biến khoáng sản, chế biến gỗ, cao su; dịch vụ ngân hàng tín dụng... thực hiện tốt công tác tuyên truyền, hưởng ứng chủ trương đẩy mạnh Cuộc vận động đi vào thực chất, hiệu quả.

Để Cuộc vận động ngày càng tạo sức lan tỏa trong cộng đồng doanh nghiệp và nhân dân, ông Trần Thanh Mẫn - Chủ tịch Uỷ ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Trưởng Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động đề nghị, Đảng ủy khối Doanh nghiệp Trung ương cần đẩy mạnh hơn nữa công tác tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức, trách nhiệm của người sản xuất, kinh doanh và sử dụng hàng hóa, dịch vụ thương hiệu Việt có chất lượng cao.

Các doanh nghiệp cần đặc biệt quan tâm đầu tư nhân lực, tài chính, đổi mới, ứng dụng thành tựu khoa học - công nghệ tiên tiến để nâng cao chất lượng các sản phẩm, dịch vụ, đủ sức cạnh tranh với hàng ngoại nhập, để người tiêu dùng tin tưởng, quan tâm dùng hàng Việt Nam có chất lượng cao.

“Cần tăng cường đầu tư, có chính sách phát triển cơ sở hạ tầng thương mại nhằm tạo điều kiện cho hoạt động mở rộng kênh phân phối hàng Việt tại vùng sâu, vùng xa, vùng có đông đồng bào dân tộc thiểu số và hỗ trợ các doanh nghiệp về tổ chức, điều tra, khảo sát thị trường, nghiên cứu nhu cầu người tiêu dùng trong và ngoài nước”, Trưởng Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động đề nghị.

T.N