TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Hàng hóa Việt hiện diện tại tất cả quốc gia có hiệp định FTA với Việt Nam vào năm 2030

06:38 17/11/2022

Đó là một trong những nội dung đầy tham vọng của đề án "Thúc đẩy Doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài đến năm 2030" nhằm quảng bá, nâng cao vị thế, hình ảnh sản phẩm Việt Namđược Phó Thủ tướng Lê Văn Thành vừa ký phê duyệt.



Hàng hóa Việt hiện diện tại các quốc gia có hiệp định FTA với Việt Nam vào năm 2030. Ảnh internet.

Mục tiêu tổng quát của Đề án nhằm phát triển thị trường xuất khẩu, nhập khẩu, bảo đảm tăng trưởng bền vững trong dài hạn; khuyến khích doanh nghiệp Việt Nam tham gia mạnh mẽ vào chuỗi sản xuất, cung ứng, phân phối hàng hóa toàn cầu, xuất khẩu trực tiếp vào các mạng phân phối nước ngoài trên cơ sở phát huy thế mạnh và khai thác tối đa lợi thế cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam.

Cụ thể, Đề án phấn đấu hỗ trợ về thông tin thị trường cho 20.000 lượt doanh nghiệp; hỗ trợ về đào tạo, tư vấn cho 15.000 lượt doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, năng lực cung ứng để từng bước tham gia vào chuỗi giá trị toàn

cầu và hỗ trợ 5.000 lượt doanh nghiệp xây dựng năng lực tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới.

Đồng thời, tổ chức 10.000 lượt kết nối, giao thương với các mạng phân phối nước ngoài; hỗ trợ trên 10.000 sản phẩm xuất khẩu trực tiếp vào các mạng phân phối nước ngoài; phấn đấu đến năm 2030, hàng hóa Việt Nam có mặt tại các chuỗi phân phối truyền thống và trực tuyến tại tất cả quốc gia có hiệp định thương mại tự do (FTA) với Việt Nam.



Hàng hóa Việt hiện diện tại các quốc gia có hiệp định FTA với Việt Nam vào năm 2030. Ảnh internet.

Để đạt được những mục tiêu trên, Đề án đưa ra một số nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm như: Hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin thị trường; hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng năng lực cung ứng cho thị trường nước ngoài; hỗ trợ doanh nghiệp từng bước thích nghi, chuyển đổi sản xuất đáp ứng xu hướng tiêu dùng bền vững; hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng năng lực tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới; hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu; tổ chức các hoạt động kết nối, giao thương với các mạng phân phối nước ngoài, tổ chức các hoạt động truyền thông; xây dựng cơ chế chính sách thúc đẩy doanh nghiệp nước ngoài xây dựng chiến lược thu mua bền vững với thị trường Việt Nam; nghiên cứu xây dựng cơ chế chính sách khuyến khích doanh nghiệp Việt Nam chủ động phát triển hệ thống đại lý phân phối tại thị trường nước ngoài để đưa hàng vào các mạng phân phối nước ngoài....

Trong đó, Đề án triển khai hỗ trợ doanh nghiệp sử dụng nguồn nguyên liệu xanh - sạch; khuyến khích chuyển đổi năng lượng, tiết kiệm năng lượng trong quá

trình sản xuất; thúc đẩy phát triển mô hình kinh tế tuần hoàn trong sản xuất như tìm kiếm nguồn lực hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và phát triển mô hình kinh tế tuần hoàn trong sản xuất (đặc biệt là những ngành nông thủy sản) nhằm hướng đến quá trình sản xuất hợp lý, tiết kiệm và thân thiện với môi trường; khuyến khích doanh nghiệp phát triển công nghiệp phụ trợ, chế biến chế tạo (đặc biệt là ngành chế biến nông lâm thuỷ sản), liên kết chuỗi cung ứng toàn cầu và với các tập đoàn phân phối.

Hỗ trợ Doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu sản phẩm tại thị trường quốc tế và phối hợp với các tập đoàn phân phối quảng bá, nâng cao vị thế, hình ảnh sản phẩm Việt Nam...

Công Huy (t/h)