ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Số : 5702 /QĐ-UBND	*Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 06 tháng 11 năm 2015*

SỞ NÔNG NGHIỆP VÀ PTNT
Số: 4626
ĐẾN Giờ: Ngày 10 tháng 11
Năm 2015
Chuyển:

QUYẾT ĐỊNH:
Ban hành Chương trình xúc tiến thương mại tiêu thụ nông, lâm và thủy sản trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2016 - 2020

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Căn cứ Luật Tổ chức Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân ngày 26 tháng 11 năm 2003;

Căn cứ Chương trình số 43-CTr/TU ngày 20 tháng 10 năm 2008 của Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh về thực hiện Nghị quyết số 26-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng (khóa X) về nông nghiệp, nông dân, nông thôn;

Căn cứ Quyết định số 800/QĐ-TTg ngày 04 tháng 6 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2010 - 2020;

Căn cứ Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15 tháng 11 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành Quy chế Xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia;

Căn cứ Quyết định số 899/QĐ-TTg ngày 10 tháng 06 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án Tái cơ cấu ngành nông nghiệp - theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững;

Căn cứ Quyết định số 644/QĐ-TTg ngày 05 tháng 5 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án "Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa để phát triển các cụm liên kết ngành trong chuỗi giá trị khu vực nông nghiệp nông thôn";

Căn cứ Quyết định số 37/2015/QĐ-UBND ngày 28 tháng 7 năm 2015 của Ủy ban nhân dân Thành phố về ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại - đầu tư - du lịch trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh;

Căn cứ Quyết định 310/QĐ-UBND ngày 15 tháng 01 năm 2014 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về việc Ban hành Kế hoạch thực hiện Đề án Tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững theo Quyết định số 899/QĐ-TTg ngày 10 tháng 6 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ;

Xét đề nghị của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại Tờ trình số 1857/TTr-SNN ngày 05 tháng 8 năm 2015, Công văn số 2529/SNN-TTTV ngày 15 tháng 10 năm 2015 phê duyệt Chương trình xúc tiến thương mại tiêu thụ nông, lâm và thủy sản trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2016 - 2020,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này "Chương trình xúc tiến thương mại tiêu thụ nông, lâm và thủy sản trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2016 - 2020".

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 3. Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân Thành phố, Giám đốc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Giám đốc Sở Kế hoạch và Đầu tư, Giám đốc Sở Tài chính, Giám đốc Sở Công Thương, Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ, Giám đốc Sở Thông tin và Truyền thông, Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC), Chủ tịch Ủy ban nhân dân quận - huyện, Chủ tịch Hội Nông dân Thành phố, Chủ tịch Hội Liên hiệp Phụ nữ Thành phố, Thủ trưởng các Hiệp hội ngành nghề liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:
- Như Điều 3;
- Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn;
- Thường trực Thành ủy;
- Thường trực HĐND Thành phố;
- TTUB: CT, các PCT;
- Các đoàn thể Thành phố;
- Ngân hàng Nhà nước chi nhánh TP;
- Kho bạc Nhà nước Thành phố;
- VPUB: các PVP;
- Phòng CNN, VX, TC-TM-DV, TH-KH;
- Lưu: VT, (CNN-M) MH 65

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

Lê Thanh Liêm

ỦY BAN NHÂN DÂN
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

CHƯƠNG TRÌNH

Xúc tiến thương mại tiêu thụ nông, lâm và thủy sản trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2016 - 2020

(Ban hành kèm theo Quyết định số 5702/QĐ-UBND ngày 06 tháng 11 năm 2015 của Ủy ban nhân dân Thành phố)

Phần I
THỰC TRẠNG SẢN XUẤT, KINH DOANH CÁC SẢN PHẨM NÔNG, LÂM, THỦY SẢN CHỦ LỰC TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ VÀ CÔNG TÁC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TIÊU THỤ NÔNG, LÂM, THỦY SẢN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ TRONG THỜI GIAN QUA

I. THỰC TRẠNG SẢN XUẤT, KINH DOANH CÁC SẢN PHẨM NÔNG, LÂM VÀ THỦY SẢN CHỦ LỰC TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ

1. Tình hình chung

Thành phố Hồ Chí Minh[1] có 116.917,4 ha đất nông nghiệp, trong đó đất sản xuất nông nghiệp: 71.171,9 ha, đất trồng cây hàng năm: 38.146,6 ha, đất trồng cây lâu năm 33.025,3 ha, đất lâm nghiệp có rừng: 33.987,2 ha, đất nuôi trồng thủy sản: 9.368,3 ha, đất làm muối: 1.966,3 ha, đất nông nghiệp khác: 423,7 ha.. Năm 2014, GDP nông lâm ngư nghiệp Thành phố đạt 8.779 tỷ đồng (giá thực tế), tăng 5,9% so cùng kỳ; giai đoạn 2011 - 2014 tăng bình quân 5,8%/năm. Giá trị sản xuất nông lâm ngư nghiệp đạt 16.120,5 tỷ đồng (giá thực tế), giai đoạn 2011 - 2014 tăng bình quân 6%/năm. Về cơ cấu giá trị sản xuất: trồng trọt chiếm tỷ trọng 24,8%; chăn nuôi: 39,6 %. Dự kiến năm 2015, GDP nông lâm ngư nghiệp đạt 9.563 tỷ đồng (giá thực tế), bình quân giai đoạn 2011 - 2015 tăng 5,8%.

[1] *Số liệu niên giám Thống kê năm 2014.*

2. Tình hình sản xuất một số cây trồng, vật nuôi chủ lực

2.1- Sản phẩm trồng trọt

Hoa, cây kiểng: đến cuối năm 2014 diện tích đạt 2.130 ha (tập trung chủ yếu tại các huyện Củ Chi, Hóc Môn và các Quận 12, Thủ Đức). Trong đó, lan là 250 ha, kiểng, bonsai là 530 ha; hoa nền là 850 ha. Thành phố Hồ Chí Minh đã quy hoạch vùng trồng hoa, cây kiểng chủ yếu tập trung ở các quận, huyện ngoại thành[2]: Củ Chi, Hóc Môn, Bình Chánh, Thủ Đức, Quận 9, Quận 12.

Rau an toàn: Đến nay trên toàn Thành phố có khoảng 3.486 ha đất canh tác trồng rau đủ điều kiện sản xuất rau an toàn. Diện tích gieo trồng rau năm 2014 đạt 15.200 ha (trong đó rau an toàn là 14.896 ha); sản lượng đạt 362.407 tấn. Các khu vực này đã hình thành được một số vùng chuyên canh rau tập trung tại các xã Nhuận Đức, Trung Lập Hạ, Tân Phú Trung (huyện Củ Chi); xã Tân Quý Tây, Hưng Long, Bình Chánh, Quy Đức (huyện Bình Chánh); xã Xuân Thới Thượng, Xuân Thới Sơn, Thới Tam Thôn (huyện Hóc Môn).

Cây ăn quả: Diện tích sản xuất cây ăn trái của Thành phố khoảng 10.000 ha, sản lượng ước đạt 80.000 tấn. Chủng loại cây ăn trái chủ yếu của Thành phố bao gồm: xoài, bưởi đường, bưởi da xanh; chôm chôm, sầu riêng, măng cụt, dâu, mận...Vùng sản xuất cây ăn trái tập trung tại các xã, phường ven sông Sài Gòn thuộc các huyện Củ Chi, Hóc Môn, Quận 12; ven sông Đồng Nai tại các phường thuộc Quận 9; giồng cát ven biển tại các xã thuộc huyện Cần Giờ và các xã vùng phèn Tây Nam thuộc huyện Bình Chánh.

2.2- Sản phẩm chăn nuôi

Bò sữa: Tổng đàn bò đến cuối năm 2014 đạt 139.200 con; bò sữa đạt 99.600 con, cái vắt sữa 47.900 con. Năng suất cái vắt sữa 5.637 kg/cái vắt sữa/năm. Sản lượng sữa bò tươi năm 2014 ước đạt 270.000 tấn. Tổng đàn bò sữa Thành phố chiếm 53,8% so cả nước. Sản lượng sữa tươi chiếm 61% sản lượng sữa cả nước. Bò sữa được nuôi nhiều tại các huyện ngoại thành như Củ Chi, Hóc Môn, Bình Chánh.

Heo: Tổng đàn heo 335.000 con. Trong đó, nái sinh sản là 50.000 con. Đến nay, Thành phố có 47 cơ sở chăn nuôi heo an toàn dịch bệnh, trong đó có 8 cơ sở chăn nuôi và 414 hộ được chứng nhận VietGAP, định kỳ hàng tháng cung cấp cho thị trường khoảng 4.000 con heo thịt.

2.3- Chim yến: Thành phố có 556 nhà nuôi chim yến tập trung tại 19 quận, huyện, trong đó riêng địa bàn huyện Cần Giờ có 231 nhà. Sản lượng tổ yến năm 2014 đạt 2.900kg, giá trị sản lượng tổ yến có thể đạt khoảng 100 tỷ đồng/năm.

---

[2] *Củ Chi: 700 ha, chủ yếu phát triển hoa lan, hoa nền, hoa kiểng. Bình Chánh: 500 ha, các sản phẩm chủ yếu là hoa lan, hoa nền. Hóc Môn: 250 ha, chủ yếu phát triển hoa nền, hoa lan. Quận 12: 300 ha, chủ yếu phát triển mai, bonsai và hoa kiểng. Quận Thủ Đức: 180 ha, chủ yếu phát triển mai vàng. Ngoài ra, vùng quy hoạch còn tập trung ở quận 9, huyện Nhà Bè và các quận huyện khác với diện tích không lớn.*

2.4- Sản phẩm thủy sản: Tổng sản lượng thủy sản: 63.700 tấn. Trong đó: sản lượng nuôi trồng: 36.700 tấn, sản lượng đánh bắt: 27.000 tấn. Diện tích nuôi trồng thủy sản: 10.200 ha. Trong đó: nuôi nước mặn, lợ: 8.460 ha; nuôi nước ngọt: 1.740 ha.

2.5- Cá cảnh: năm 2014 ước đạt 90 triệu con, tăng 12,5% so 2013. Bình quân giai đoạn 2011 – 2014, sản lượng cá cảnh tăng 10,8%/năm.

2.6- Cá sấu: Về nuôi và chế biến các sản phẩm từ cá sấu: tính đến cuối năm 2014, tổng đàn cá sấu trên địa bàn Thành phố đạt 175.000 con (50 tổ chức cá nhân – 04 doanh nghiệp và 46 tổ chức, hộ gia đình).

2.7- Lâm nghiệp: Tổng diện tích rừng, đất lâm nghiệp trên địa bàn Thành phố hiện nay là 36.727,39 ha, trong đó diện tích đất có rừng là 34.411,62 ha. Tỷ lệ che phủ rừng trên địa bàn Thành phố đạt 16,44%; tỷ lệ che phủ rừng và cây xanh đạt 39,8%. Rừng phòng hộ Cần Giờ được UNESCO công nhận là Khu dự trữ sinh quyển thế giới vào năm 2000 với diện tích hơn 31.000 ha.

2.8- Diêm nghiệp: Tổng diện tích sản xuất muối niên vụ 2013 – 2014 đạt 1.666,9 ha, trong đó sản xuất theo phương pháp trải bạt là 909,6 ha (54,6%); với 730 hộ, 2.878 lao động. Sản lượng đạt 111.822 tấn.

3. Tình hình sản xuất, kinh doanh giống nông nghiệp

Hiện nay, trên địa bàn Thành phố có trên 140 doanh nghiệp và hộ trại sản xuất, kinh doanh giống, trong đó giống cây trồng có 47 doanh nghiệp, giống nấm: 30; giống vật nuôi: 28; giống thủy sản các loại: 36.

3.1- Về giống vật nuôi: Giống heo: bình quân hàng năm, Thành phố đã sản xuất và cung cấp ra thị trường trên 900.000 heo con giống các loại và gần 1.000.000 liều tinh heo giống (từ 805 con heo đực làm việc) cho ngành chăn nuôi heo Thành phố và nhiều tỉnh thành khác. Giống bò sữa: hàng năm, Thành phố cung cấp hơn 24.500 con giống hàng hóa, cung cấp cho Thành phố và các tỉnh, giá bán bình quân dao động từ 30 - 45 triệu đồng/con. Doanh thu đạt trên 950 tỉ đồng/năm.

3.2- Về giống cây trồng: Giống rau củ quả, nấm: năm 2014, các doanh nghiệp ước sản xuất được khoảng 15.307 tấn hạt giống, phục vụ cho khoảng 1.000.000 ha diện tích gieo trồng tại Thành phố, các tỉnh Đông Nam Bộ, đồng bằng Sông Cửu Long và miền Trung. Giống hoa, cây kiểng: Thành phố có 35 phòng thí nghiệm nuôi cấy mô nhân giống hoa có giá trị kinh tế cao, sản xuất trên 9.500.000 cây giống cấy mô/năm (chủ yếu là các giống lan) để cung ứng cho nông dân Thành phố và các tỉnh mở rộng diện tích trồng hoa, cây kiểng.

3.3- Về giống thủy sản

Giống thủy sản nước ngọt: hiện nay trên địa bàn Thành phố có 24 cơ sở sản xuất và thuần dưỡng giống thủy sản, chủ yếu là ở huyện Bình Chánh, Củ Chi, Hóc Môn, Thủ Đức; Trong giai đoạn 2011-2015, sản xuất 205,43 triệu con giống chủ yếu là cá rô phi đơn tính, rô phi dòng Gift, cá tra, cá trê lai, cá lóc, cá điêu hồng, các trắm trôi, cá mè.

Giống Tôm: Có 01 cơ sở sản xuất giống với sản lượng 20 triệu con/năm và 19 cơ sở thuần dưỡng, kinh doanh giống với công suất 1 tỷ giống/năm.

Giống nhuyễn thể: có 04 hộ sản xuất nghêu giống thu hoạch được 9,01 tấn (4.700 triệu con) và 01 cơ sở sản xuất giống ốc hương, với sản lượng 3,21 tấn.

Giống cá thịt: trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có 11 cơ sở sản xuất cá giống tập trung chủ yếu ở các quận, huyện ngoại thành sản xuất được khoảng 120 triệu con.

Giống cá cảnh: có 58 hộ sản xuất cá cảnh ở huyện Bình Chánh và 50 hộ sản xuất cá cảnh ở Củ Chi, với sản lượng đạt 150 triệu con. Số lượng cá cảnh xuất khẩu đạt 33,4 triệu con, trong đó có 0,2 triệu cá cảnh biển (100% thuần dưỡng), 32,2 triệu cá cảnh nước ngọt (90% sản xuất, 10% thuần dưỡng), với khoảng 50 loài có giá trị kinh tế cao như cá Chép Nhật, Bảy màu, Hòa lan, Dĩa, Xiêm, Ông tiên, Tứ Vân, Hồng Kim, Hắc Kim, Moly, Trân châu, Phượng Hoàng... Thị trường xuất khẩu chủ yếu cá cảnh Việt Nam là Châu Âu, Mỹ...

4. Tình hình xuất khẩu một số cây trồng, vật nuôi chủ lực

Năm 2014, các công ty, doanh nghiệp, hợp tác xã, trang trại trên địa bàn Thành phố đã xuất khẩu một số cây trồng, vật nuôi gồm:

4.1- Sản phẩm trồng trọt

Giống cây trồng: Đã xuất khẩu 451,395 tấn hạt giống các loại, như bắp, rau, đậu, hoa, cây ăn trái…Thị trường xuất khẩu các giống cây trồng chủ yếu là Campuchia, Đài Loan, Hà Lan, Ý.

Hoa, cây kiểng: Bước đầu đã xuất khẩu gần 300.000 cành lan sang Campuchia, ước giá trị khoảng 3 tỷ đồng và xuất khẩu 1.000 cây sứ ghép sang Nhật.

Rau: Đã xuất khẩu 1.006,5 tấn rau củ quả chủ yếu là bí đỏ, bắp cải, các loại rau thơm, lá lốt, nghệ đen. Thị trường xuất khẩu là Châu Âu, Dubai, Canada, Mỹ, Hàn Quốc, Trung Quốc.

4.2- Sản phẩm cá cảnh

Năm 2014, Thành phố đã xuất khẩu 11,242 triệu con tăng 12,42% so với 2013, kim ngạch xuất khẩu ước đạt 10 triệu USD. Thị trường xuất khẩu cá cảnh của Việt Nam rất đa dạng, phong phú (với khoảng 45 quốc gia) trong đó Châu Âu chiếm 71,2%, Châu Mỹ chiếm 11,2% và Châu Á chiếm 17,6%.

4.3- Sản phẩm cá sấu

Năm 2014, các cơ sở chăn nuôi trên địa bàn Thành phố đã xuất khẩu 23.566 con (21.294 con cá sấu sống, 1530 da muối, 742 da thuộc), trong đó 14.500 con cá sấu sống xuất đi Trung Quốc, 1320 da cá sấu muối xuất đi Nhật và Hàn Quốc, 130 da cá sấu thuộc xuất đi Nga, Georgia, Trung Quốc và Hàn Quốc. Giá trị ước tính đạt được: đạt **4.598.000** USD trong đó giá cá sấu xuất chính ngạch giá 4 triệu/con.

5. Các loại hình kinh tế tham gia vào sản xuất nông nghiệp Thành phố

5.1- Doanh nghiệp

Bảng 1: Số lượng doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp

STT	Lĩnh vực	Tổng số	Doanh nghiệp nhà nước	DN ngoài Nhà nước	DN vốn nước ngoài
1	Nông nghiệp và hoạt động dịch vụ liên quan	**347**	3	343	1
2	Lâm nghiệp và hoạt động dịch vụ liên quan	**94**	-	93	1
3	Khai thác, nuôi trồng thủy sản	**59**	-	59	-
Tổng		**500**	**3**	**495**	**2**

(Nguồn: Niên giám thống kê 2014)

Đây là nhân tố tích cực trong phát triển kinh tế nông nghiệp trên địa bàn Thành phố khi các doanh nghiệp tham gia vào chuỗi cung ứng, tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm nông nghiệp.

5.2- Tổ hợp tác và Hợp tác xã

Bảng 2: Số lượng các hợp tác xã hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp

STT	Lĩnh vực	Tổ hợp tác	Hợp tác xã
1	Rau an toàn	37	12
2	Hoa, cây kiểng	34	08
3	Chăn nuôi bò sữa	25	07
4	Chăn nuôi heo	21	01
5	Thủy sản	34	05
6	Diêm nghiệp	1	02
7	Các hoạt động khác	23	29
Tổng cộng		**175**	**64**

Thành phố Hồ Chí Minh có 175 Tổ hợp tác nông nghiệp và 64 Hợp tác xã, hoạt động trong các ngành hàng nông nghiệp. Trong những năm gần đây, loại hình kinh tế này đang dần phát huy tác dụng và thu hút được sự tham gia tự nguyện từ bà con nông dân. Tuy nhiên, đặc điểm chung của loại hình kinh tế hợp tác là thiếu vốn và năng lực của đội ngũ quản trị còn hạn chế.

6. Đánh giá thuận lợi, khó khăn và thách thức

6.1- Những mặt thuận lợi

Thành phố Hồ Chí Minh là thị trường tiêu thụ nông sản lớn của các tỉnh phía Nam và cả nước. Với hệ thống các chợ đầu mối, siêu thị, nhà hàng, khách sạn...và bến cảng phục vụ cho xuất khẩu. Nhu cầu tiêu thụ đa dạng và phong phú với nhiều phân khúc thị trường khác biệt, tạo điều kiện thuận lợi cho người sản xuất lựa chọn thị trường mục tiêu phù hợp.

Các sản phẩm giống, hoa lan, bò sữa, cá cảnh, rau, nuôi cấy mô được xác định là sản phẩm chủ lực của Thành phố nên có ưu thế mở rộng, phát triển mạnh.

Thành phố là nơi tập trung đi đầu trong nghiên cứu, ứng dụng và chuyển giao khoa học công nghệ, dịch vụ về giống, vật tư chuyên ngành nông nghiệp thông qua hình thành các Trung tâm Công nghệ sinh học; Khu Nông nghiệp công nghệ cao, Trung tâm Quản lý và Kiểm định giống cây trồng - vật nuôi... tạo nền tảng cho nông nghiệp ứng dụng khoa học, cơ giới hóa từng bước được cải thiện.

Bên cạnh các cơ chế chính sách của Trung ương, Thành phố đã ban hành nhiều cơ chế chính sách đặc thù, là động lực và đòn bẩy thúc đẩy nông nghiệp Thành phố phát triển theo nền nông nghiệp đô thị hiện đại.

6.2- Những mặt khó khăn

Lao động nông nghiệp giảm dần do chuyển sang các ngành công nghiệp, dịch vụ dẫn đến thiếu nhân công, chi phí công lao động tăng.

Tính liên kết giữa các thành viên tham gia chuỗi cung ứng sản phẩm chưa bền vững. Hiện nay, đầu ra cho sản phẩm lệ thuộc chủ yếu vào thương nhân. Khả năng tiếp cận của người sản xuất đối với thông tin về thị trường, giá cả, kỹ thuật còn hạn chế.

Quy mô diện tích sản xuất nhỏ, phân tán, xen kẽ địa bàn dân cư nông thôn (khoảng 0,5 -5 ha) nên việc mở rộng sản xuất tạo lượng sản xuất lớn để đáp ứng nhu cầu của thị trường trong nước và xuất khẩu gặp nhiều khó khăn.

Các trung tâm nghiên cứu, ứng dụng, chuyển giao các giống vẫn chưa đáp ứng đủ yêu cầu của người sản xuất. Phần lớn các giống mới, thiết bị khoa học kỹ thuật mới, vật tư nông nghiệp tiên tiến phải nhập khẩu từ các nước. Cạnh tranh về sản phẩm nông nghiệp với tỉnh thành và các nước.

II. CÔNG TÁC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TIÊU THỤ NÔNG, LÂM, THỦY SẢN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ TRONG THỜI GIAN QUA

1. Các hoạt động xúc tiến thương mại trong thời gian qua

1.1- Cung cấp thông tin giá cả và định hướng thị trường

Thông qua trang Website của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; các đơn vị trực thuộc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: Trung tâm Tư vấn và Hỗ trợ nông nghiệp, Trung tâm Khuyến nông; Sở Công Thương; Hội Nông dân Thành phố đã thường xuyên cung cấp các thông tin về giá cả các sản phẩm nông nghiệp (hàng tuần); các tập tin, cẩm nang về thị trường...từ đó đã góp phần định hướng cho người sản xuất.

1.2- Kết nối sản xuất tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp

Hàng năm, Thành phố đã tổ chức nhiều buổi hội nghị, giao lưu góp phần kết nối giữa những người sản xuất và thị trường. Trong đó có một số buổi hội nghị, giao lưu quan trọng như: Hội nghị giao lưu kết nối nông dân sản xuất, đơn vị kinh doanh nhằm gắn kết đầu ra của sản phẩm nông nghiệp tại các xã nông thôn mới trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, Hội nghị giao lưu kết nối sản xuất và tiêu thụ sản phẩm đạt VietGAP cho các xã nông thôn mới, hợp tác xã, đơn vị thu mua trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, Hội nghị kết nối sản xuất và tiêu thụ hàng nông sản theo hướng VietGAP...

Tại Hội nghị kết nối sản xuất và tiêu thụ hàng nông sản theo hướng VietGAP do Sở Công Thương và Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp tổ chức trong năm 2013 đã ký kết được 48 hợp đồng ghi nhớ giữa các hợp tác xã sản xuất nông nghiệp và các hệ thống siêu thị, chợ đầu mối, cửa hàng tiện ích, doanh nghiệp. Đến nay đã ký kết được 55 hợp đồng kinh tế cho các sản phẩm, hoặc đơn vị được chứng nhận VietGAP, hay tham gia chuỗi an toàn thực phẩm với 08 loại sản phẩm là rau, nấm, thịt heo, tôm thẻ chân trắng, thịt gia cầm, trứng gia cầm, bánh tráng và bún khô[3].

1.3- Tuyên truyền, quảng bá sản phẩm thông qua tổ chức các sự kiện (triển lãm, hội chợ, hội thi)

Hàng năm, định kỳ Thành phố đã tổ chức các sự kiện hội chợ, triển lãm, hội thi chuyên ngành nông nghiệp như: Hội chợ - Triển lãm Giống nông nghiệp, Hội chợ - Triển lãm nông nghiệp công nghệ cao và công nghiệp thực phẩm, Hội chợ Nông sản xuất khẩu Việt Nam – Vietnam Farm Expo, Hội thi Trái ngon – An toàn Nam Bộ, Hội thi – Triển lãm Bò sữa. Tham gia các hội chợ, triển lãm ở các tỉnh thành như: Hội chợ Nông nghiệp quốc tế AgroViet, Hội chợ tại Diễn đàn hợp tác kinh tế vùng đồng bằng sông Cửu Long – MDEC, Hội chợ sản phẩm nông nghiệp và làng nghề Hà Nội, Hội chợ triển lãm Quốc tế Thủy sản Việt Nam, Hội chợ làng nghề Việt Nam, Festival hoa Đà Lạt... Ngoài ra còn tổ chức cho các doanh nghiệp tham gia hội chợ,

---

[3] *Theo báo cáo của các doanh nghiệp, Hợp tác xã, cơ sở sản xuất và tiêu thụ, tổng sản lượng đã cung cấp ước tính như sau:*

- Rau được chứng nhận VietGAP: 1.364,24 - 1.398,24 tấn/tháng, tương đương 16.370,88 – 16.778,88tấn/năm (tăng 1% so với tháng 7 tương đương 14 tấn/tháng).

- Nấm ăn được chứng nhận VietGAP: 1,55 tấn/tháng, tương đương 18,6 tấn/năm (tăng 3% so với tháng 7 tương đương 50 kg/tháng).

- Thịt heo được chứng nhận VietGAP: 1.580 con/tháng (150,1 tấn/tháng), tương đương 18.960 con/năm (1.801,2 tấn/năm) (không thay đổi).

- Tôm thẻ chân trắng: 1 – 2 tấn/tháng, tương đương 12 – 24 tấn/năm (không thay đổi).

- Thịt gia cầm: 90 tấn/tháng, tương đương 1.080 tấn/năm (không thay đổi).

- Trứng gia cầm: 700.000 quả/tháng, tương đương 8.400.000 quả/năm (không thay đổi).

triển lãm thương mại quốc tế ở các nước như: Lào, Campuchia, Myanmar, Hong Kong, Hoa Kỳ... Các sự kiện này đã giúp các đơn vị có điều kiện quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng trong và ngoài nước và tìm kiếm cơ hội ký kết và tiêu thụ sản phẩm.

1.4- Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu

Đến nay, Thành phố đã hỗ trợ thiết kế logo – bao bì, đăng ký nhãn hiệu, ấn phẩm quảng bá nông nghiệp cho hơn 130 đơn vị là các tổ chức, cá nhân hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp với 90 sản phẩm ấn phẩm quảng bá và 120 sản phẩm logo – bao bì. Hệ thống nhận diện thương hiệu đã giúp các đơn vị có thể tự giới thiệu và quảng bá sản phẩm, tìm kiếm và mở rộng thị trường, tạo được lòng tin của người tiêu dùng đồng thời đáp ứng nhu cầu vào hệ thống các siêu thị, cửa hàng,... góp phần tiêu thụ hàng hóa một cách đáng kể. Tuy nhiên, do năng lực cũng như nhân sự giới hạn nên các đơn vị chỉ mới ở mức độ quảng bá thông tin mà chưa có chiến lược xây dựng thương hiệu lâu dài.

1.5- Nâng cao năng lực kinh doanh

Hỗ trợ xây dựng Website: Chương trình "Mỗi nhà nông một website", với việc xây dựng các website cho các nông hộ, trang trại, hợp tác xã, tổ hợp tác và các tổ chức sản xuất - kinh doanh lĩnh vực nông nghiệp trên địa bàn Thành phố được triển khai từ năm 2009 đến nay và đã hỗ trợ cho 110 đơn vị. Thông qua website của mình, các đơn vị đã cung cấp đầy đủ thông tin cho khách hàng một cách nhanh chóng, tiện lợi, tăng cơ hội liên kết và hợp tác, xóa khoảng cách giữa doanh nghiệp lớn và nhỏ, trong nước và quốc tế. Để tăng tính hiệu quả của Chương trình, các đơn vị nhận được hỗ trợ còn được tham dự nhiều khoá tập huấn về sử dụng website và cách khai thác hiệu quả thông tin điện tử ứng dụng trong nông nghiệp.

Tổ chức, giới thiệu tham gia các lớp tập huấn về kinh doanh: Trong các năm qua, Thành phố đã tổ chức nhiều cuộc tập huấn tại các xã nhằm nâng cao nhận thức và năng lực cho các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng nông sản. Riêng Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn từ năm 2009 đến nay đã tổ chức 388 lớp tập huấn về kinh tế để phổ biến kiến thức cơ bản và nâng cao trong lĩnh vực kinh doanh như: tính toán giá thành; thương lượng đàm phán; xây dựng thương hiệu qua bao bì; kỹ năng tìm kiếm thông tin qua mạng... với đối tượng là bà con nông dân tại các xã nông thôn mới.

Tổ chức học tập mô hình kết nối chuỗi sản xuất và tiêu thụ: Từ năm 2009 đến nay, đã tổ chức gần 100 chuyến tham quan trong và ngoài Thành phố cho nông dân ở các xã nông thôn mới tìm hiểu các ứng dụng mới trong sản xuất và bước đầu hình thành liên kết sản xuất – sản xuất, sản xuất – tiêu thụ trong xây dựng chuỗi cung ứng sản phẩm nông nghiệp đa dạng giữa các tỉnh thành.

1.6- Hoạt động tuyên truyền quảng bá nông nghiệp Thành phố trên các phương tiện thông tin đại chúng

Chương trình "Phát thanh khuyến nông" do Trung tâm Khuyến nông Thành phố đã phối hợp với Đài tiếng nói nhân dân Thành phố thực hiện trên sóng AM vào lúc 5 giờ 00 sáng, thứ 5 và thứ 7 hàng tuần với thời lượng 20 phút, bao gồm các nội dung: trả lời thư nhà nông, câu chuyện nhà nông,... đã thu hút nhiều sự quan tâm của khán thính giả gần xa. Chương trình Nông dân hội nhập do Trung tâm Tư vấn và Hỗ trợ nông nghiệp phối hợp với Hãng phim Cửu Long; Ban khoa giáo Đài truyền hình Thành phố HTV9 phát sóng 95 kỳ chương trình Nông dân hội nhập với thời gian phát sóng 5-7 phút/kỳ.

1.7- Các hoạt động xúc tiến đầu tư gắn với tiêu thụ sản phẩm

Từ những năm 2000, bên cạnh các chương trình, cơ chế chính sách của Trung ương, Thành phố đã ban hành nhiều Chương trình, chính sách để định hướng và khuyến khích đầu tư phát triển nông nghiệp của Thành phố, như: Chương trình chuyển dịch cơ cấu nông nghiệp đô thị; chương trình phát triển hoa lan, cây kiểng, rau an toàn, bò sữa, nuôi tôm, chăn nuôi; giống cây con chất lượng cao; cá cảnh,...gắn liền với đó là các cơ chế chính sách như: Chương trình 419; 105; 36; 13 và 33 từ đó đã thu hút người dân, doanh nghiệp đầu tư vào sản xuất nông nghiệp của Thành phố.

Chính sách ưu đãi của Thành phố đã thu hút trên 300 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản. Các doanh nghiệp này đã và đang đi tiên phong trong việc thay đổi tập quán canh tác nhỏ lẻ lạc hậu, góp phần không nhỏ trong việc tái cơ cấu ngành nông nghiệp thành phố Hồ Chí Minh theo hướng phát triển bền vững.

2. Đánh giá chung công tác xúc tiến thương mại trong thời gian qua

2.1- Mặt làm được

- Đã tổ chức nhiều hoạt động kết nối giữa sản xuất và thị trường.

- Cung cấp cho các tổ chức cá nhân sản xuất trong lĩnh vực nông nghiệp thông tin về thị trường, sản phẩm, giá cả góp phần giúp nông dân định hướng sản xuất, tiếp cận thị trường đẩy mạnh đầu ra của sản phẩm.

- Hình thành nhận thức của người sản xuất về tính liên kết, quy luật vận động thị trường, phương thức tiếp cận người tiêu dùng. Đây là những kiến thức cơ bản hỗ trợ cho người dân hạn chế rủi ro trong các quyết định sản xuất của mình.

- Tạo được sự yên tâm của người tiêu dùng đối với các sản phẩm nông nghiệp do Thành phố sản xuất.

2.2- Mặt hạn chế

- Thông tin về thị trường nông sản hiện nay còn rất hạn chế. Chưa có được những dự báo về thị trường nhằm góp phần định hướng sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, HTX, hộ kinh doanh. Do vậy, luôn xảy ra tình trạng sản xuất theo phong trào, cơ cấu cây trồng – vật nuôi không ổn định, sản phẩm nông nghiệp làm ra mang tính cục bộ địa phương.

- Việc liên kết giữa sản xuất, thị trường và người tiêu dùng chưa bền vững.

- Người cung ứng sản phẩm nông nghiệp chưa quan tâm đến việc xây dựng thương hiệu thông qua các hoạt động đăng ký nhãn hiệu, chú trọng về bao bì sản phẩm, các giải pháp hậu bán hàng hiệu quả.

- Chưa hình thành sàn giao dịch nông sản để người bán và người mua có thể trao đổi thông tin về sản phẩm và thị trường.

Phần II
CƠ SỞ ĐỀ XUẤT VÀ ĐỊNH HƯỚNG THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM NÔNG, LÂM VÀ THỦY SẢN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH GIAI ĐOẠN 2016 – 2020

I. CĂN CỨ PHÁP LÝ

Quyết định số 800/QĐ-TTg ngày 04 tháng 6 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2010 - 2020;

Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15 tháng 11 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành Quy chế Xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia;

Quyết định số 899/QĐ-TTg ngày 10 tháng 6 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án Tái cơ cấu ngành nông nghiệp - theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững;

Quyết định số 252/QĐ-TTg ngày 13 tháng 02 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Kinh tế trọng điểm phía Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.

Quyết định số 644/QĐ-TTg ngày 05 tháng 5 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án "Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa để phát triển các cụm liên kết ngành trong chuỗi giá trị khu vực nông nghiệp nông thôn";

Chương trình hành động số 43-CTr/TU ngày 20 tháng 10 năm 2008 của Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh về thực hiện Nghị quyết số 26-NQ/TW của Ban chấp hành Trung ương Đảng (khóa X) về nông nghiệp, nông dân, nông thôn;

Quyết định số 310/QĐ-UBND ngày 15 tháng 01 năm 2014 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về việc Ban hành Kế hoạch thực hiện Đề án Tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững theo Quyết định số 899/QĐ-TTg ngày 10 tháng 6 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ;

Quyết định số 37/2015/QĐ-UBND ngày 28 tháng 7 năm 2015 của Ủy ban nhân dân Thành phố về ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại - đầu tư - du lịch trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh;

II. TIỀM NĂNG VÀ NHU CẦU THỊ TRƯỜNG - TIÊU DÙNG CÁC SẢN PHẨM NÔNG, LÂM, THỦY SẢN GIAI ĐOẠN 2016 - 2020

1. Tiềm năng, lợi thế các sản phẩm nông nghiệp đô thị của Thành phố

Các sản phẩm nông nghiệp của Thành phố như: hoa lan, cây kiểng, cá cảnh ngày một chiếm ưu thế trong cơ cấu cây trồng vật nuôi của Thành phố và của cả nước, phù hợp với lợi thế so sánh và xu hướng phát triển chung của Thành phố. Sản phẩm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân Thành phố và xuất khẩu. Bên cạnh đó, các sản phẩm như sữa bò tươi, thịt heo, các sản phẩm chế biến từ da và thịt cá sấu, thủy sản (tôm), muối cũng chiếm tỷ lệ lớn trong cơ cấu sản lượng sản xuất của cả nước.

Sự hình thành và vận hành Khu Nông nghiệp Công nghệ cao, Trung tâm Công nghệ sinh học cùng với các Trung tâm, Viện, Trường, Cơ sở nghiên cứu và các doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố đã tạo ra các sản phẩm nông nghiệp công nghệ cao.

2. Tiềm năng về thị trường tiêu thụ

2.1- Về nhu cầu tiêu dùng tại chỗ

Thành phố là nơi tập trung dân cư cao nhất nước[4], với số lượng dân khoảng 7,94 triệu người dự báo đến năm 2020 đạt 9,2 triệu người và đến năm 2025 đạt 10 triệu người (Nếu tính cả học sinh, sinh viên, người lao động tại các công ty, xí nghiệp, khu công nghiệp, khách du lịch và người dân Thành phố thì quy mô khoảng trên 10 triệu người).

Nếu định mức nhu cầu tiêu thụ cho người trưởng thành (khoảng 0,09 kg/ngày đối với nhóm cá, thủy sản; 0,05 kg/ngày đối với nhóm thịt và 0,34 kg/ngày) đối với nhóm rau thì nhu cầu tiêu thụ bình quân 01 ngày của Thành phố năm 2014 là 728 tấn/ngày đối với nhóm cá, thủy sản; 397 tấn/ngày đối với nhóm thịt và 2.750 tấn/ngày đối với nhóm rau củ quả[5]. Đồng thời dự báo đến năm 2020 nhu cầu tiêu thụ cho các nhóm sản phẩm này tương ứng là: 828 tấn/ngày; 460 tấn/ngày và 3.128 tấn/ngày.

Do đó, việc khai thác có hiệu quả thị trường tại chỗ có ý nghĩa quan trọng trong chiến lược xúc tiến thương mại tiêu thụ các sản phẩm nông lâm và thủy sản của Thành phố.

2.2- Về thị trường xuất khẩu

Cùng với thế mạnh và tiềm năng xuất khẩu nông sản của Việt Nam, các mặt hàng nông sản của Thành phố được xuất khẩu đi nhiều nước trong khu vực và trên thế giới. Việt Nam cũng đang thực hiện đầy đủ các cam kết của WTO, tham gia Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP), Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC); FTA Việt Nam với

---

[4] *Theo số liệu Tổng Cục Thống kê dân số thành phố Hồ Chí Minh năm 2014 là 8.087 nghìn người, với mật độ 3860 người/km^2 cao nhất nước.*

[5] *Nguồn Viện dinh dưỡng.*

Liên minh Châu Âu (EVFTA), với Hàn Quốc (VKFTA), với Liên minh Hải quan Nga - Bê-la-lút - Ca-dắc-tan (VCUFTA), Khối thương mại tự do châu Âu (EFTA) gồm các nước Thụy Sỹ, Na-uy, Lích-tân-xten và Ai-xơ-len, FTA giữa khối ASEAN với Hồng Kông (Trung Quốc)...đây là cơ hội rất lớn cho việc xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam nói chung và Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng.

III. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU GIAI ĐOẠN 2016 - 2020

1. Quan điểm

Hoạt động xúc tiến thương mại tiêu thụ nông, lâm và thủy sản trong thời gian tới cần hướng đến việc cải thiện, nâng cao năng lực sản xuất, gắn sản xuất với chế biến và phân phối để cung cấp hàng hóa theo nhu cầu thị trường; nâng cao hiệu quả kinh tế của ngành nông, lâm và thủy sản trên địa bàn Thành phố. Phát triển xúc tiến thương mại gắn với phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động xúc tiến thương mại.

2. Mục tiêu

2.1- Mục tiêu chung

Hỗ trợ các doanh nghiệp; cơ sở sản xuất, kinh doanh; trang trại, nông hộ, hợp tác xã, tổ hợp tác củng cố mối quan hệ với khách hàng truyền thống, khai thác tốt các thị trường hiện có; mở rộng thị trường tiêu thụ, phát triển sản phẩm mới, tạo uy tín thương hiệu trong hoạt động sản xuất kinh doanh, mang lại hiệu quả thiết thực cho các doanh nghiệp, đồng thời mang lại hiệu quả chung cho toàn xã hội.

2.2- Mục tiêu cụ thể

Phấn đấu đến năm 2020, hoạt động xúc tiến thương mại tiêu thụ nông, lâm và thủy sản đạt các chỉ tiêu sau:

- 100% các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, trang trại sản xuất, chế biến, xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp được tập huấn, bồi dưỡng nâng cao nhận thức, năng lực xúc tiến thương mại và nghiệp vụ kinh doanh.

- Trên 90% các sản phẩm VietGAP được tiêu thụ thông qua hợp đồng, trên 80% các sản phẩm nông, lâm, thủy sản khác được tiêu thụ thông qua các hình thức liên kết, tiêu thụ thông qua hợp đồng trung hạn hoặc dài hạn.

- 100% doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh, trang trại, hợp tác xã, tổ hợp tác, 90% nông hộ được tiếp cận đầy đủ thông tin thị trường.

- Trên 80% hộ nông dân và tổ chức sản xuất kinh doanh được hỗ trợ các hoạt động xúc tiến thương mại (hội chợ, triển lãm, tham dự các sự kiện, bán hàng, hỗ trợ xây dựng cơ sở dữ liệu ngành hàng, xây dựng logo, website, hỗ trợ chứng nhận VietGAP...).

- Xây dựng chuỗi cung ứng hiệu quả các sản phẩm nông, lâm và thủy sản trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

IV. ĐỊNH HƯỚNG SẢN PHẨM, THỊ TRƯỜNG

1. Các sản phẩm nông, lâm và thủy sản tại Thành phố Hồ Chí Minh

1.1- Sản phẩm trồng trọt

- Nhóm hoa cây kiểng

+ **Chủng loại sản phẩm:** gồm hoa lan (cắt cành, chậu) như Mokara, Dendrobium...; mai vàng; bonsai, kiểng lá, kiểng công trình; hoa nền ....

+ **Định hướng thị trường:** khai thác tốt thị trường tiêu thụ tại chỗ (thành phố Hồ Chí Minh) và các tỉnh thành trong cả nước; chú trọng thị trường xuất khẩu: các nước ASEAN, Trung Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Mỹ,....

- Nhóm rau củ quả, nấm

+ **Chủng loại:** gồm nhóm rau gia vị, rau ăn lá, rau ăn củ, rau ăn quả, nấm.

+ **Định hướng thị trường:** tiếp tục khai thác tốt thị trường tại chỗ (thành phố Hồ Chí Minh) và các tỉnh thành trong cả nước; chú trọng thị trường xuất khẩu: các nước ASEAN, Trung Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, EU, Mỹ....

- Nhóm cây ăn trái: chủ yếu phát triển kết hợp với các sản phẩm du lịch sinh thái, nhà vườn, nghỉ dưỡng.

- Giống cây trồng (hạt giống rau củ quả; giống cây trồng): thị trường nội địa và các nước trong khu vực ASEAN.

1.2- Sản phẩm chăn nuôi

- Sữa tươi: Thị trường nội địa, gồm Thành phố và các tỉnh thành.

- Thịt heo, thịt bò: Thị trường nội địa, gồm Thành phố và các tỉnh thành.

- Giống vật nuôi (bò thịt giống, bò sữa giống, heo giống): Thị trường nội địa, gồm Thành phố và các tỉnh thành.

1.3- Sản phẩm thủy sản: Nhóm cá cảnh; tôm, cá, tiếp tục khai thác tốt thị trường nội địa, gồm thành phố và các tỉnh thành; chú trọng thị trường xuất khẩu: các nước ASEAN, Trung Quốc, Đài Loan, Nga, Mỹ.

1.4- Sản phẩm cá sấu: Tiếp tục khai thác tốt thị trường nội địa, gồm Thành phố và các tỉnh thành; chú trọng thị trường xuất khẩu: các nước ASEAN, Trung Quốc, Đài Loan, Nga...

1.5- Muối ăn: Thị trường nội địa, gồm Thành phố và các tỉnh thành; Thị trường xuất khẩu: các nước ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, Nga.

1.6- Yến sào: Thị trường nội địa, gồm Thành phố và các tỉnh thành; Thị trường xuất khẩu.

2. Các sản phẩm nông, lâm và thủy sản nhập từ các tỉnh thành khác.

Chủ yếu xuất khẩu, một phần cung cấp cho người tiêu dùng Thành phố (thực phẩm) và các tỉnh thành; các sản phẩm khác chủ yếu xuất khẩu: cây lương thực, cây công nghiệp, thực phẩm chế biến....

Phần III
NỘI DUNG VÀ GIẢI PHÁP THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TIÊU THỤ NÔNG, LÂM VÀ THỦY SẢN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH GIAI ĐOẠN 2016 – 2020

I. CÁC HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI SẢN PHẨM NÔNG, LÂM VÀ THỦY SẢN GIAI ĐOẠN 2016 - 2020

1. Xây dựng hệ thống thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản

Thường xuyên, định kỳ thực hiện các nhiệm vụ về điều tra, nghiên cứu thị trường để cung cấp các thông tin về giá cả, nhu cầu thị trường; lượng hàng hóa nhập khẩu, xuất khẩu, tình hình sản xuất ở các tỉnh, các nước, tổ chức thông tin về thương mại và đầu tư qua mạng... làm cơ sở để người sản xuất định hướng sản xuất. Điều tra, khảo sát, nghiên cứu thị trường trong nước; xây dựng cơ sở dữ liệu các mặt hàng nông sản chủ yếu của Thành phố, các ấn phẩm để phổ biến kết quả điều tra, khảo sát, phổ biến pháp luật, tập quán, thị hiếu mua sắm.

Thông tin về dịch bệnh, thời tiết, cảnh báo trong sản xuất nông nghiệp. Thông tin về những tiến bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất nông nghiệp, những giống mới.

- Đơn vị thực hiện: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến thương mại và đầu tư, Sở Thông tin và Truyền thông.

- Đơn vị phối hợp: Hội Nông dân, Ủy ban nhân dân quận/huyện và các đơn vị, Sở ngành liên quan.

2. Xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm

Xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm đến với thị trường và người tiêu dùng; làm cầu nối cho các đơn vị cung ứng sản phẩm; củng cố và mở rộng thị trường tiêu thụ tại các chợ, siêu thị, cửa hàng bán lẻ, các nhà hàng, khách sạn, khu du lịch. Các hoạt động tập huấn, xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu, Tư vấn chiến lược xây dựng thương hiệu cho đơn vị điển hình.

Hỗ trợ thiết kế, xây dựng logo, thương hiệu, băng rôn quảng cáo, các ấn phẩm quảng cáo, tờ rơi, cẩm nang.

Tập trung xây dựng thương hiệu các sản phẩm đặc thù của nông nghiệp Thành phố như hoa cây kiểng, cá cảnh, bò sữa, bò thịt, rau, thủy sản, cá sấu...

Hỗ trợ các doanh nghiệp, trang trại, tổ hợp tác, hợp tác xã xây dựng và áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng như: ISO, HACCP, GMP... hỗ trợ chuyển giao công nghệ mới, phát triển sản phẩm mới, hỗ trợ đăng ký nhãn hiệu cho sản phẩm và doanh nghiệp, trang trại, tổ hợp tác, hợp tác xã, nông hộ.

- Đơn vị thực hiện: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư, Sở Khoa học và Công nghệ.

- Đơn vị phối hợp: Hội Nông dân, Ủy ban nhân dân quận-huyện và các đơn vị liên quan.

3. Nâng cao năng lực kinh doanh

Tổ chức tập huấn đào tạo kiến thức về thị trường, kế hoạch sản xuất kinh doanh, chiến lược xâm nhập thị trường, tổ chức mạng lưới bán lẻ; giới thiệu các tổ chức cung cấp các dịch vụ nhằm giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp.

Tập huấn cho các đối tượng người sản xuất quy mô nhỏ, tổ hợp tác, hợp tác xã, doanh nghiệp và cán bộ quản lý cấp xã, phường, thị trấn, phòng ban quận – huyện và Sở ngành, đoàn thể.

- Đơn vị thực hiện: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư.

- Đơn vị phối hợp: Hội Nông dân, Ủy ban nhân dân quận-huyện và các đơn vị liên quan.

4. Xây dựng các mô hình liên kết

Tiếp tục củng cố và xây dựng các mô hình liên kết trong sản xuất – thị trường cho các doanh nghiệp, các hợp tác xã, các tổ hợp tác. Xây dựng các mô hình liên kết dọc, liên kết ngang, liên kết vừa ngang vừa dọc, liên kết khối.

Mô hình liên kết giữa doanh nghiệp và hợp tác xã, tổ hợp tác; doanh nghiệp và nông dân; doanh nghiệp – doanh nghiệp; doanh nghiệp – ngân hàng – người nông dân. Xây dựng chuỗi giá trị về hàng hóa nông sản chủ yếu tại Thành phố.

- Đơn vị thực hiện: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương, các đơn vị sản xuất và kinh doanh.

- Đơn vị phối hợp: Hội Nông dân, Ủy ban nhân dân các quận-huyện.

5. Tổ chức các sự kiện, hội thi, hội nghị kết nối

Tổ chức các hội nghị, hội thảo kết nối, giao lưu giữa những người sản xuất và đầu mối tiêu thụ nông sản; Tổ chức các chuyến tham quan giữa các thành viên trong tham gia vào từng công đoạn trong cung ứng sản phẩm nhằm xây dựng chuỗi liên kết ngành hàng; hội thảo về tình hình sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm cây trồng – vật nuôi chủ lực tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Tổ chức sự kiện về giới thiệu sản phẩm nông nghiệp của Thành phố, tổ chức hoặc hỗ trợ các doanh nghiệp, sản phẩm tham gia các hội chợ trong và ngoài nước để trưng bày và giới thiệu các sản phẩm nông lâm và thủy sản của Thành phố.

Phối hợp tổ chức các chợ phiên cho nông dân, nhằm tạo cơ hội giao lưu học hỏi, trao đổi kinh nghiệm và gắn kết phát triển du lịch. Xây dựng các cửa hàng cung cấp các sản phẩm nông nghiệp an toàn, VietGAP.

- Đơn vị thực hiện: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư, Hội Nông dân.

- Đơn vị phối hợp: Ủy ban nhân dân quận - huyện và các đơn vị liên quan.

6. Tuyên truyền quảng bá

Tiếp tục mở rộng và nâng chất Chương trình mỗi nhà nông một website.

Hoạt động tuyên truyền được thực hiện qua các kênh thông tin (Đài Tiếng nói nhân dân, Đài Truyền hình Thành phố, Đài Truyền hình Việt Nam) nhằm tuyên truyền quảng bá, giới thiệu các sản phẩm nông nghiệp đặc thù Thành phố (chủng loại sản phẩm, giống mới, tiến bộ mới trong và ngoài nước) đến người tiêu dùng Thành phố.

- Đơn vị thực hiện: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Đài Tiếng nói nhân dân, Đài Truyền hình Thành phố, Sở Thông tin và Truyền thông.

- Đơn vị phối hợp: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Hội Nông dân, Ủy ban nhân dân các quận - huyện, Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư, Đài Truyền hình Việt Nam.

7. Kết nối sản xuất nông nghiệp đô thị với du lịch sinh thái, học tập nghiên cứu: Tổ chức kết nối các tour du lịch với việc tham quan tại các nhà vườn sản xuất lớn, kết nối việc học tập, nghiên cứu, dã ngoại...

- Đơn vị thực hiện: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Du lịch.

- Đơn vị phối hợp: Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn, Ủy ban nhân dân quận - huyện và các đơn vị liên quan.

8. Thực hiện liên kết vùng

Thực hiện liên kết vùng để khai thác tốt lợi thế và tiềm năng của từng tỉnh thành, vùng miền, kết hợp lợi thế của nông nghiệp Thành phố. Thành phố là nơi đào tạo nguồn nhân lực và cung cấp các tiến bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất, các giống mới; là nơi có thị trường tiêu thụ nội địa và đầu mối để xuất khẩu hàng hóa đi các nước trên thế giới.

- Đơn vị thực hiện: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương.

- Đơn vị phối hợp: Hội Nông dân, Ủy ban nhân dân quận/huyện, các đơn vị liên quan và các tỉnh.

II. CÁC GIẢI PHÁP XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

1. Tổ chức sản xuất – tạo nguồn hàng

1.1 Thực hiện tốt công tác quy hoạch và thực hiện theo quy hoạch

Nhằm đảm bảo ổn định sản xuất và nâng cao chất lượng, sản lượng sản phẩm nông lâm và thủy sản của Thành phố, đảm bảo cung ứng ổn định các sản phẩm theo hợp đồng. Do đó, các xã, phường, quận huyện phải đảm bảo công khai quy hoạch và hướng dẫn người thực hiện sản xuất đúng quy hoạch.

Thông tin quy hoạch được công khai trên mạng, Ủy ban nhân dân các xã, thị trấn, khu phố để đảm bảo người dân biết, có định hướng sản xuất.

Việc quy hoạch phải gắn liền với giải pháp đầu ra cho sản phẩm, quy hoạch theo hướng nâng cao chất lượng sản phẩm.

1.2- Tổ chức tập huấn, đào tạo nghề cho người sản xuất

Tập huấn nâng cao về kỹ thuật sản xuất các loại cây trồng, vật nuôi cho người sản xuất theo hướng nâng cao năng suất, giá trị, phát triển bền vững. Sản xuất theo VietGAP, GlobalGAP... Tập huấn kỹ thuật lai tạo và sản xuất nuôi cấy mô cho các trang trại có điều kiện.

1.3- Đẩy mạnh ứng dụng cơ giới hóa vào trong sản xuất

Đẩy mạnh ứng dụng cơ giới hóa trong sản xuất, sơ chế, bảo quản sản phẩm nông nghiệp: máy xới đất, máy phun thuốc, hệ thống tưới... Nghiên cứu, ứng dụng khoa học kỹ thuật trong nông nghiệp để giảm tổn thất sau thu hoạch như: thời gian thu hoạch, quy trình bao gói sản phẩm, vật liệu bao gói, quy trình bảo quản...

Hỗ trợ xây dựng trình diễn các mô hình ứng dụng cơ giới hóa trong sản xuất, gắn liền với tuyên truyền các cơ chế chính sách về hỗ trợ ứng dụng cơ giới hóa trong sản xuất hiện nay.

1.4- Đẩy mạnh sản xuất theo Quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt – VietGAP, GlobalGAP

Tuyên truyền vận động người sản xuất thực hiện theo các quy trình sản xuất nông nghiệp tốt, để đáp ứng nhu cầu chất lượng ngày càng cao của thị trường. Đồng thời thực hiện tốt công tác xúc tiến thương mại đầu ra cho sản phẩm VietGAP, GlobalGAP. Xây dựng các mô hình sản xuất GAP có hiệu quả kinh tế cao.

1.5- Liên kết sản xuất để tạo chuỗi cung ứng và tiêu thụ hàng hóa

Củng cố và nâng chất các nhóm, tổ, tổ hợp tác, hợp tác xã hiện có; nhân rộng các mô hình liên kết sản xuất có hiệu quả; mạnh dạn giải thể các tổ chức hoạt động không hiệu quả; thành lập mới các nhóm, tổ sản xuất, hợp tác xã.

Tăng cường tập huấn, đào tạo, tư vấn hướng dẫn thành lập, hỗ trợ xây dựng phương án hoạt động, kế hoạch sản xuất kinh doanh, kế hoạch tiêu thụ sản phẩm nhằm nâng cao năng lực hoạt động của các nhóm, tổ, tổ hợp tác, hợp tác xã; tạo tiền đề cho chuỗi cung ứng đầu vào – sản xuất - tiêu thụ các sản phẩm nông lâm và thủy sản tại Thành phố.

Tuyên truyền, phổ biến chính sách khuyến khích doanh nghiệp tham gia có hiệu quả vào chuỗi liên kết ngành hàng trong lĩnh vực nông nghiệp trên địa bàn Thành phố.

1.6- Tiếp tục phát huy có hiệu quả các cơ chế khuyến khích đầu tư của Thành phố và kịp thời bổ sung các cơ chế chính sách mới

Tiếp tục phát huy có hiệu quả chính sách khuyến khích chuyển dịch cơ cấu nông nghiệp đô thị của Thành phố, như Quyết định số 13/2013/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân Thành phố; các cơ chế chính sách của Trung ương như Nghị định số 210/2013/NĐ-CP, chính sách phát triển thủy sản theo Nghị định số 67/2014/NĐ-CP, Chính sách phát triển chăn nuôi theo Quyết định số 50/2014/QĐ-TTg; chính sách phát triển sản phẩm VietGAP theo Quyết định số 01/2012/QĐ-TTg và Quyết định số 21/2015/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân Thành phố; chính sách kích cầu của Thành phố; chính sách phát triển kinh tế tập thể theo Quyết định số 26/QĐ-UBND; Kịp thời đánh giá, rút kinh nghiệm để tiếp tục bổ sung, hoàn thiện đáp ứng nhu cầu thực tiễn sản xuất.

2. Giải pháp về tăng cường năng lực thông tin, dự báo cung cầu

Tổ chức lại mạng lưới thông tin về cung – cầu về thị trường nông sản tại Thành phố Hồ Chí Minh. Trên cơ sở hệ thống hóa cơ sở dữ liệu đầu vào – đầu ra trong sản xuất nông nghiệp bằng phần mềm quản lý cơ sở dữ liệu online, với các tiêu chí như: diện tích, năng suất, cung – cầu, giá cả, thông tin doanh nghiệp,....của từng ngành hàng trên từng địa bàn các quận – huyện, Thành phố Hồ Chí Minh; Hệ thống hóa các cơ sở dữ liệu về các trang trại, doanh nghiệp nông nghiệp trên địa bàn Thành phố.

Người sản xuất, doanh nghiệp có thể dễ dàng truy cập mạng lưới thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản qua các Website, tin nhắn.

Xây dựng kênh thông tin tổng hợp về cung – cầu, giá cả nông sản, phân tích các nhân tố ảnh hưởng và dự báo xu hướng của thị trường nông sản tại các quận - huyện trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

3. Giải pháp về liên kết vùng: Tổ chức triển khai có hiệu quả các chương trình hợp tác với các tỉnh thành về xây dựng chuỗi cung ứng hàng hóa giữa Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh thành.

4. Giải pháp về nâng cao hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại (XTTM)

4.1- Đối với cơ quan quản lý Nhà nước

Đào tạo và nâng cao năng lực cho đội ngũ viên chức có kiến thức về kinh tế thị trường, luật pháp quốc tế, thương mại quốc tế, thông thạo về ngoại ngữ để có thể tiến hành hoạt động XTTM một cách chuyên nghiệp;

Kịp thời bố trí nguồn kinh phí cho hoạt động XTTM, tranh thủ nguồn kinh phí hỗ trợ từ các Chương trình hợp tác quốc tế và phần đóng góp của các doanh nghiệp của Thành phố;

Ưu tiên bố trí các địa điểm thuận lợi cho tổ chức các sự kiện tại Thành phố như hội chợ, triển lãm, lễ hội, trưng bày giới thiệu sản phẩm, tổ chức các hội nghị, hội thảo và các dịch vụ khác nhằm phục vụ cho việc hỗ trợ các doanh nghiệp trong hoạt động XTTM;

Xây dựng kế hoạch hàng năm 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;

Phối hợp giữa hoạt động XTTM, xúc tiến du lịch và xúc tiến đầu tư. Khi tổ chức đoàn xúc tiến ra thị trường nước ngoài phải kết hợp 03 hình thức xúc tiến: giới thiệu môi trường đầu tư, chính sách thu hút đầu tư, giới thiệu môi trường kinh doanh, giới thiệu tiềm năng về du lịch. Kết hợp các hình thức XTTM như tham gia hội chợ thương mại quốc tế kết hợp với khảo sát thị trường, tổ chức hội thảo giao thương giữa doanh nghiệp trong tỉnh và các nhà nhập khẩu;

Đẩy mạnh công tác phối hợp trong hoạt động XTTM: Thiết lập mối quan hệ mật thiết với các cơ quan XTTM Trung ương, tỉnh bạn để tranh thủ sự hỗ trợ, đồng thời học tập kinh nghiệm và mở ra các cơ hội hợp tác trong lĩnh vực XTTM ;

Phát huy vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng trong việc liên kết giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, giữa doanh nghiệp với nông dân và làm chức năng cầu nối giữa Nhà nước với các doanh nghiệp, nông dân.

4.2- Đối với doanh nghiệp, hợp tác xã

Các doanh nghiệp, hợp tác xã phải tích cực, chủ động nhiều hơn nữa trong công tác XTTM, dành ra một khoản kinh phí cho hoạt động XTTM, có bước chuẩn bị chu đáo trước khi tham gia các chương trình XTTM, tận dụng tối đa mọi cơ hội mà cơ quan XTTM nhà nước dành cho các doanh nghiệp.

Tăng cường đầu tư đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm mới có hàm lượng công nghệ cao, từng bước xây dựng, đăng ký các tiêu chuẩn quản lý chất lượng, ISO, HACCP, GMP... cải tiến bao bì nhãn hiệu sản phẩm, đăng ký bảo hộ độc quyền nhãn hiệu, kiểu dáng nhằm tăng thêm giá trị của sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng cường liên kết chặt chẽ với người nông dân bằng nhiều hình thức nhằm đảm bảo nguồn nguyên liệu ổn định phục vụ cho sản xuất.

Chú trọng đào tạo nguồn nhân lực có trình độ quản lý, có trình độ tay nghề cao, thông thạo ngoại ngữ có khả năng giao dịch trực tiếp với khách hàng nước ngoài.

4.3- Đối với người nông dân, tổ hợp tác, câu lạc bộ

Phải liên kết và hợp tác trong sản xuất để đảm bảo cung cấp các sản phẩm đủ về lượng, chất. Thường xuyên theo dõi và cập nhật thông tin theo tín hiệu của thị trường, sản xuất các sản phẩm thị trường cần hơn là sản xuất cái mà mình có. Tích cực tham dự các khóa đào tạo về kỹ thuật, tham dự các hội chợ, hội nghị.

III. NỘI DUNG VÀ KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Nội dung và kinh phí thực hiện

Tổng kinh phí dự toán cho hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2016 – 2020 là 161.314.990.000 đồng. Trong đó:

- Ngân sách Thành phố hỗ trợ là 103.063.928.000 đồng.

- Doanh nghiệp, người dân là 58.251.062.000 đồng *(phụ lục đính kèm)*

Trên cơ sở Chương trình này, hàng năm các đơn vị, sở ngành có liên quan chủ động xây dựng kế hoạch chi tiết, tổng hợp cùng với dự toán chi ngân sách nhà nước của cơ quan, đơn vị; trình cơ quan tài chính và các đơn vị liên quan theo quy định thẩm định, Ủy ban nhân dân Thành phố bố trí vào nguồn kinh phí sự nghiệp hàng năm theo quy định.

ĐVT: Ngàn đồng

STT	NỘI DUNG	Tổng kinh phí XTTM	Ngân sách thành phố	Doanh nghiệp, người dân
1	Xây dựng thương hiệu sản phẩm, nhóm sản phẩm, đơn vị điển hình nông nghiệp	7.079.898	5.170.550	1.909.348
2	Hoạt động nâng cao năng lực đơn vị cung ứng sản phẩm	16.805.293	14.138.986	2.666.307
3	Xây dựng chuỗi liên kết ngành hàng	3.762.088	3.699.624	62.463
4	Xúc tiến thương mại	122.276.845	68.922.283	53.354.562
5	Tuyên truyền, quảng bá	5.417.260	5.417.260	0
6	Hệ thống thông tin thị trường	5.973.606	5.715.224	258.382
Tổng cộng		**161.314.990**	**103.063.928**	**58.251.062**

2. Phân kỳ thực hiện

ĐVT: Ngàn đồng

STT	Nội dung	Năm 2016		Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020	
		NSTP	DN, người dân	NSTP	DN, người dân	NSTP	DN, người dân	NSTP	DN, người dân	NSTP	DN, người dân
I	Xây dựng thương hiệu sản phẩm, nhóm sản phẩm, đơn vị điển hình nông nghiệp	1.258.200	300.000	1.112.390	343.760	995.589	391.146	880.181	426.557	924.190	447.885
II	Hoạt động nâng cao năng lực đơn vị cung ứng sản phẩm	3.229.892	610.046	3.115.743	682.469	2.482.543	427.770	2.614.355	461.474	2.696.453	484.547
III	Xây dựng chuỗi liên kết ngành hàng	740.510	19.190	596.190	0	815.981	21.109	856.780	22.164	690.164	0
IV	Xúc tiến thương mại	12.872.167	9.108.461	13.915.775	9.563.884	14.485.564	10.168.078	14.901.142	10.544.182	12.747.635	13.969.955
V	Tuyên truyền, quảng bá	1.222.000	0	973.350	0	1.022.018	0	1.073.118	0	1.126.774	0
VI	Hệ thống thông tin thị trường	647.200	0	1.329.045	0	1.267.997	0	1.248.048	83.349	1.222.934	175.033
Tổng		**16.969.969**	**10.037.697**	**21.042.493**	**10.590.114**	**21.069.691**	**11.008.103**	**21.573.624**	**11.537.727**	**19.408.151**	**15.077.421**

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Chủ trì, phối hợp triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại (Trung tâm Tư vấn và Hỗ trợ nông nghiệp là cơ quan đầu mối tổng hợp, tham mưu). Phối hợp với các Sở ngành, đoàn thể, hiệp hội và các quận, huyện tổ chức tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn, thực hiện công tác xúc tiến thương mại tiêu thụ các sản phẩm nông, lâm và thủy sản trên địa bàn Thành phố. Xây dựng và triển khai các nội dung công việc đảm bảo đạt được mục tiêu, nhiệm vụ của Chương trình.

Chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành có liên quan, các quận, huyện nghiên cứu, đề xuất Ủy ban nhân dân Thành phố ban hành hoặc điều chỉnh cơ chế, chính sách nhằm hỗ trợ đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại trên địa bàn Thành phố. Định kỳ báo cáo Ủy ban nhân dân Thành phố tiến độ thực hiện Chương trình; đề xuất và tham mưu Ủy ban nhân dân Thành phố tổ chức sơ kết, tổng kết đánh giá kết quả thực hiện.

2. Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính

Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, các quận, huyện liên quan: cân đối, bố trí kế hoạch vốn hàng năm để thực hiện chương trình xúc tiến thương mại tiêu thụ các sản phẩm nông, lâm và thủy sản trên địa bàn Thành phố giai đoạn 2016 - 2020 theo các nội dung được phê duyệt, đảm bảo thực hiện theo từng kỳ kế hoạch, tiến độ đầu tư các chương trình, dự án, đề án.

3. Sở Công Thương

Chủ trì, phối hợp đẩy mạnh thông tin, tuyên truyền nâng cao nhận thức của người kinh doanh đặc biệt tiểu thương tại các chợ nhằm tạo mối liên kết bền vững giữa người sản xuất và phân phối tiêu thụ sản phẩm. Chủ trì, phối hợp với các đơn vị có liên quan hỗ trợ các doanh nghiệp, HTX sản xuất, kinh doanh rau an toàn, thịt heo, hoa lan tiêu thụ sản phẩm vào hệ thống phân phối trên địa bàn thành phố (chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi...).

Tạo điều kiện và hỗ trợ cho các doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia Chương trình xúc tiến thương mại hàng năm của Thành phố và các hội chợ, triển lãm thương mại để quảng bá và tìm kiếm thị trường. Vận động các đơn vị phân phối lớn của Thành phố cũng như các đơn vị đang tham gia Chương trình Bình ổn thị trường có chính sách hỗ trợ, ưu tiên ký kết hợp đồng bao tiêu sản phẩm với các doanh nghiệp, hợp tác xã nông nghiệp, khuyến khích mức chiết khấu thấp và phương thức thanh toán kịp thời giúp các HTX trong việc xoay vòng nguồn vốn kinh doanh. Đồng thời, có chính sách hỗ trợ ứng trước vốn cho hợp tác xã để sản xuất theo các yêu cầu tiêu chuẩn của các đơn vị phân phối.

4. Sở Thông tin và Truyền thông

Hướng dẫn các cơ quan báo đài của Thành phố tuyên truyền các hoạt động xúc tiến thương mại, tiêu thụ nông lâm và thủy sản trên địa bàn Thành phố; Tiếp tục tuyên truyền các cơ chế chính sách của Trung ương và Thành phố về phát triển nông nghiệp, nông thôn; Tiếp tục tuyên truyền Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

5. Sở Khoa học và Công nghệ

Hỗ trợ các doanh nghiệp, trang trại, tổ hợp tác, hợp tác xã xây dựng và áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng như: ISO, HACCP, GMP... hỗ trợ chuyển giao công nghệ mới, phát triển sản phẩm mới, hỗ trợ đăng ký nhãn hiệu cho sản phẩm và doanh nghiệp, trang trại, tổ hợp tác, hợp tác xã, nông hộ.

6. Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC)

Chủ trì, phối hợp tổ chức hoạt động triển lãm, hội chợ, hội thảo, hội nghị chuyên ngành Nông nghiệp và phát triển nông thôn ở trong nước và quốc tế và các hoạt động tiếp thị, quảng cáo chuyên ngành.

Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại trong lĩnh vực nông nghiệp và phát triển nông thôn; các chương trình khảo sát, nghiên cứu thị trường ở nước ngoài; các lớp đào tạo tập huấn nâng cao nhận thức và năng lực cho các đơn vị, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng nông lâm sản và các sản phẩm ngành nghề nông thôn. Hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng, quảng bá thương hiệu, hàng hoá.

Phối hợp với Trung tâm Tư vấn và Hỗ trợ Nông nghiệp để xây dựng cơ sở dữ liệu về thị trường, sản phẩm và cơ hội đầu tư trong ngành nông nghiệp.

7. Các tổ chức đoàn thể Thành phố

Hội Nông dân, Hội Liên hiệp Phụ nữ Thành phố, các Hiệp hội ngành nghề: căn cứ vào chức năng nhiệm vụ phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương xây dựng và triển khai thực hiện các Chương trình, kế hoạch xúc tiến thương mại có liên quan của ngành.

8. Ngân hàng Nhà nước Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh: phối hợp tuyên truyền, giới thiệu các tổ chức tín dụng ưu tiên bố trí nguồn vốn vay cho các chương trình, dự án sản xuất, chế biến và xúc tiến thương mại sản phẩm nông, lâm, thủy sản.

9. Ủy ban nhân dân các quận - huyện

Xây dựng chương trình hoặc kế hoạch triển khai trên địa bàn các quận – huyện. Triển khai thực hiện tốt công tác quy hoạch sản xuất các ngành nông, lâm và thủy sản trên địa bàn các quận huyện. Phối hợp cùng các Sở ngành, đoàn thể thực hiện có hiệu quả các chương trình xúc tiến mại tiêu thụ các sản phẩm nông, lâm và thủy sản được sản xuất tại các quận, huyện.

10. Các tổ chức, cá nhân tham gia sản xuất nông lâm sản

Chủ động, tích cực hơn nữa trong công tác xúc tiến thương mại, có bước chuẩn bị chu đáo khi tham gia các chương trình xúc tiến thương mại, tận dụng khai thác có hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại do cơ quan xúc tiến thương mại nhà nước hỗ trợ. Tăng cường đổi mới, thay đổi phương thức sản xuất theo hướng nâng cao giá trị sản phẩm đảm bảo khả năng cung ứng các sản phẩm chất lượng cho người tiêu dùng; tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

Ủy ban nhân dân Thành phố đề nghị các sở ngành, các đoàn thể, hiệp hội, quận - huyện thực hiện trách nhiệm được phân công, tổ chức thực hiện, phối hợp chặt chẽ giữa các đơn vị có liên quan để đảm bảo Chương trình này được triển khai thực hiện đạt hiệu quả. Trong quá trình tổ chức thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc; các đơn vị đề xuất, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tổng hợp và trình Ủy ban nhân dân Thành phố điều chỉnh cho phù hợp./.

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

Lê Thanh Liêm