

QUYẾT ĐỊNH
Về việc ban hành Đề án phát triển và quảng bá thương hiệu
các sản phẩm nông sản của tỉnh giai đoạn 2018-2021

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH SƠN LA

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương năm 2015 ;

Căn cứ Nghị quyết số 10-NQ/ĐH ngày 24/9/2015 Đại hội đại biểu Đảng bộ Sơn La lần thứ XIV;

Căn cứ Nghị quyết số 110/NQ-HĐND ngày 04 /12/2014 của HĐND tỉnh về phê chuẩn điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Sơn La đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; Nghị quyết số 117/2015/NQ-HĐND ngày 10/12/2015 của HĐND tỉnh về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016-2020; Nghị quyết số 76/2018/NQ-HĐND ngày 04/ 4/2018 của HĐND tỉnh về chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất, chế biến, tiêu thụ nông sản, thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2018-2021.

Xét đề nghị của Sở Khoa học và Công nghệ tại Tờ trình số 373/TTr- KHCN ngày 04 tháng 5 năm 2018,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Đề án phát triển và quảng bá các sản phẩm nông sản của tỉnh giai đoạn 2018-2021.

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

Điều 3. Chánh văn phòng UBND tỉnh; Giám đốc các sở: Khoa học và Công nghệ; Tài chính; Thủ trưởng các sở, ban, ngành tỉnh; Chủ tịch UBND huyện, thành phố và các cơ quan, tổ chức có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận: *[Chữ ký]*

- Bộ KH&CN;
- TT Tỉnh ủy;
- TT HĐND tỉnh;
- CT UBND tỉnh;
- Các PCT UBND tỉnh;
- Như Điều 3;
- Trung tâm TT tỉnh;
- Lưu VT, KGVX.30b.

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



[Chữ ký]
Lê Minh Hùng



ĐỀ ÁN

**Phát triển và quảng thương hiệu
các sản phẩm nông sản của tỉnh giai đoạn 2018-2021**
(Kèm theo Quyết định số **1043/QĐ-UBND**
ngày **07** tháng **5** năm 2018 của UBND tỉnh Sơn La)

PHẦN I

**Thực trạng phát triển và quảng bá thương hiệu
các sản phẩm nông sản của tỉnh**

I. SỰ CẦN THIẾT VÀ CĂN CỨ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

1. Căn cứ pháp lý

- Luật Khoa học và Công nghệ năm 2013;
- Nghị quyết số 10-NQ/ĐH ngày 24/9/2015 Đại hội đại biểu Đảng bộ Sơn La lần thứ XIV;
- Nghị quyết số 110/NQ-HĐND ngày 04/12/2014 của HĐND tỉnh về phê chuẩn điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Sơn La đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030;
- Nghị quyết số 117/2015/NQ-HĐND ngày 10/12/2015 của Hội đồng nhân dân tỉnh về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016-2020;
- Nghị quyết số 76/2018/NQ-HĐND ngày 04/4/2018 của HĐND tỉnh về chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất, chế biến, tiêu thụ nông sản, thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2018-2021.

2. Cơ sở thực tiễn

Trong những năm qua, công tác xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu các sản phẩm nông nghiệp chủ lực của tỉnh được các cấp, các ngành, các doanh nghiệp, hợp tác xã quan tâm và đầu tư. Sở Khoa học và Công nghệ phối hợp với UBND các huyện, các doanh nghiệp, hợp tác xã xây dựng thương hiệu cho 09 sản phẩm chủ lực của tỉnh (đã được cấp văn bằng bảo hộ) bao gồm: 03 chỉ dẫn địa lý (sản phẩm Chè Shan tuyết Mộc Châu; xoài tròn Yên Châu; cà phê Sơn La); 04 nhãn hiệu chứng nhận (sản phẩm Chè Olong Mộc Châu; rau an toàn Mộc Châu; Nhân Sông Mã; Cam Phù Yên); 02 nhãn hiệu tập thể (sản phẩm Mật ong Sơn La; Chè Tà Xùa Bắc Yên). Đặc biệt, đối với sản phẩm Chè Shan tuyết Mộc Châu, năm 2017 đã đăng ký thành công chỉ dẫn địa lý tại Thái Lan, đây là sản phẩm nông nghiệp đầu tiên của tỉnh được bảo hộ nhãn hiệu tại nước ngoài.

Các sản phẩm sau khi được cấp văn bằng bảo hộ bước đầu đã dần khẳng định được giá trị trên thị trường và được nhiều người tiêu dùng biết đến. Tuy

nhiên, việc duy trì, phát triển và quảng bá thương hiệu các sản phẩm nông sản còn nhiều hạn chế, chưa được đầu tư hợp lý và tổ chức thực hiện theo cách chuyên nghiệp.

Xây dựng thương hiệu đã khó, việc duy trì và phát triển thương hiệu còn khó khăn hơn đó là cả một quá trình diễn ra đòi hỏi phải có sự đầu tư bài bản và lâu dài về tài chính, nhân lực và thời gian. Bên cạnh đó, để duy trì phát triển và quảng bá sản phẩm phải có sự vào cuộc, quan tâm của các cấp, các ngành, sự chủ động vận động của các tổ chức, cá nhân có sản phẩm đã có thương hiệu.

Trong thời kỳ kinh tế hội nhập hiện nay, hoạt động duy trì, phát triển và quảng bá thương hiệu các sản phẩm có thương hiệu là việc làm cần thiết, cần được đẩy mạnh, có đầu tư và chuyên nghiệp. Để tiếp tục có những sản phẩm nông, lâm, thủy sản đã có thương hiệu của tỉnh trở thành thương hiệu mạnh, góp phần mở rộng thị trường tiêu thụ, giúp người tiêu dùng hài lòng, tin tưởng vào thương hiệu để lựa chọn và ưu tiên sử dụng sản phẩm, dịch vụ có thương hiệu; là cầu nối cho việc xuất khẩu sản phẩm vào các thị trường tiêu thụ ngoài nước. Việc xây dựng, ban hành Đề án “phát triển và quảng bá thương hiệu các sản phẩm nông sản của tỉnh giai đoạn 2018-2021” là cần thiết nhằm góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

II. THỰC TRẠNG CÔNG TÁC PHÁT TRIỂN VÀ QUẢNG BÁ NÔNG SẢN CÓ THƯƠNG HIỆU CỦA GIAI ĐOẠN 2012-2017

1. Về xây dựng thương hiệu

- Trong giai đoạn 2005 - 2010 công tác xây dựng thương hiệu sản phẩm nông sản chưa được các cấp, các ngành, các tổ chức và cá nhân quan tâm đúng mức. Khái niệm về thương hiệu, cũng như vai trò của thương hiệu còn khá mới mẻ đối với các tổ chức, cá nhân. Các cấp, các ngành, các tổ chức, doanh nghiệp, hợp tác xã vẫn còn lúng túng trong việc xây dựng thương hiệu; Một số các doanh nghiệp, hợp tác xã đã có ý thức xây dựng thương hiệu nhưng do tập quán sản xuất kinh doanh nhỏ nên thường quan tâm lợi ích ngắn hạn, thiếu chiến lược dài hạn trong xây dựng và quảng bá thương hiệu; do đó, phát huy giá trị và hiệu quả của thương hiệu còn thấp.

- Trong giai đoạn 2011-2015, cùng với xu thế phát triển của cơ chế thị trường, sản phẩm sản xuất phải có sức cạnh tranh lớn; có nguồn gốc xuất xứ, chất lượng đảm bảo. Do đó, việc xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu sản phẩm là một giải pháp quan trọng để tăng thêm giá trị của sản phẩm, dễ thâm nhập thị trường, tạo lòng tin đối với người tiêu dùng.

Từ năm 2011-2013, Sở Khoa học và Công nghệ phối hợp với các sở, ngành, UBND huyện, thành phố tạo lập được nhãn hiệu cho 03 sản phẩm: Chè Shan tuyết Mộc Châu, quả xoài tròn Yên Châu, mật ong Sơn La, đây là bước đi đầu tiên trong xây dựng thương hiệu sản phẩm nông của tỉnh. Sau khi được cấp

văn bằng bảo hộ, các sản phẩm đều gia tăng giá trị, mở rộng thêm được thị trường và được nhiều người tiêu dùng biết đến.

Đồng thời với việc xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu, công tác tuyên truyền, phổ biến các kiến thức về sở hữu trí tuệ không ngừng được tăng cường, thường xuyên. Trên cơ sở đó, nhận thức của các cấp, các ngành, các doanh nghiệp, cá nhân đã có những chuyển biến tích cực; đầu tư cho xây dựng phát triển và quảng bá thương hiệu sản phẩm dần được hình thành và có chiều hướng phát triển tốt.

- Từ năm 2015 đến nay, vấn đề xây dựng, phát triển và quảng bá sản phẩm là một trong các yếu tố quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, gia tăng giá trị sản xuất, tăng thu nhập cho người dân, khuyến khích được các tổ chức, cá nhân đầu tư sản xuất kinh doanh chuyên nghiệp, có trọng điểm và ổn định.

- Đến năm 2017, có 09 sản phẩm nông sản của tỉnh đã được cấp văn bằng bảo hộ. Hiện nay, sở Khoa học và Công nghệ đang tiếp tục xây dựng, phát triển thương hiệu cho 12 sản phẩm. Dự kiến: đến năm 2019, có thêm 08 sản phẩm nông sản được cấp văn bằng bảo hộ; đến năm 2020 có 04 sản phẩm được cấp văn bằng bảo hộ; đến hết năm 2021 có thêm 04 sản phẩm nông sản được cấp văn bằng bảo hộ. Tổng số sản phẩm nông sản chủ lực có thương hiệu của tỉnh đến năm 2021 là 25 sản phẩm.

2. Về phát triển và quảng bá thương hiệu sản phẩm

Bên cạnh việc xây dựng thương hiệu, công tác phát triển và quảng bá thương hiệu là yếu tố quan trọng trong phát huy giá trị của thương hiệu, nhằm từng bước ổn định đầu ra cho sản phẩm.

Trong thời gian vừa qua, duy trì phát triển, quảng bá sản phẩm có thương hiệu đã được các sở, ngành, UBND các huyện, thành phố, một số các tổ chức và cá nhân quan tâm như: Đầu tư cải tạo, nâng cao chất lượng giống; ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ trong sản xuất, thu hoạch, bảo quản nhằm nâng cao giá trị sản phẩm, có sức cạnh tranh trên thị trường; hỗ trợ các hợp tác xã, tham gia chuỗi sản xuất và tiêu thụ nông sản an toàn; hỗ trợ ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp; hỗ trợ sơ chế, chế biến sản phẩm...Hỗ trợ áp dụng quy trình sản xuất nông nghiệp tốt hoặc các tiêu chuẩn tương tự.

Đẩy mạnh việc thực hiện chương trình hỗ trợ xúc tiến đầu tư, xúc tiến thương mại, xúc tiến du lịch trong và ngoài tỉnh. Các doanh nghiệp, các HTX luôn được tạo điều kiện tham gia nhiều hội nghị xúc tiến đầu tư, hội chợ xúc tiến thương mại, du lịch; các hội chợ triển lãm giới thiệu, quảng bá sản phẩm, chuỗi nông sản an toàn của tỉnh Sơn La với các tỉnh bạn; Giới thiệu, quảng bá sản phẩm chuỗi nông sản an toàn tại các phiên chợ, hội chợ trong và ngoài tỉnh.

Để phát huy lợi thế và tiềm năng sẵn có trong sản xuất nông nghiệp, một số các doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất sản phẩm đã gắn việc quảng bá sản

phẩm với du lịch canh nông, trải nghiệm như: Du lịch đồng chè Shan tuyết Mộc Châu gắn với ẩm thực uống chè, hái chè...; du lịch lòng hồ Sông Đà gắn với ẩm thực cá sông Đà, nuôi cá trên lòng hồ sông Đà... xây dựng các khu nghỉ ngơi, ẩm thực, trải nghiệm hái chè, sản xuất chè olong tại doanh nghiệp Mộc Thương... Tuy nhiên, các mô hình này đều do các tổ chức, cá nhân tự đầu tư, thực hiện chưa bài bản và chuyên nghiệp; tính liên kết giữa các điểm đến với các doanh nghiệp lữ hành còn hạn chế, dẫn tới khả năng thu hút khách du lịch chưa cao, do đó chưa đạt được hiệu quả cao trong phát triển và quảng bá sản phẩm có thương hiệu gắn với du lịch nông nghiệp.

3. Đánh giá chung về hoạt động phát triển và quảng bá sản phẩm có thương hiệu

3.1. Ưu điểm

Đã có nhiều chính sách của tỉnh được ban hành hỗ trợ các Hợp tác xã trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm; xây dựng thương hiệu các sản phẩm nông sản.

Các sản phẩm nông sản của tỉnh đã xây dựng thương hiệu về cơ bản chất lượng ổn định, danh tiếng sản phẩm được nhiều người tiêu dùng biết đến. Một số các doanh nghiệp, hợp tác xã đã chủ động trong việc duy trì phát triển và quảng bá thương hiệu sản phẩm thông qua các hoạt động giới thiệu, bán sản phẩm gắn liền với các tour du lịch sinh thái, du lịch canh nông, trải nghiệm...

Công tác xúc tiến thương mại, phát triển và quảng bá sản phẩm có thương hiệu được quan tâm và đẩy mạnh; các thị trường tiêu thụ nông sản sạch, nông sản an toàn cơ bản được định hình ngày càng rõ. Việc kết nối với các thị trường tiêu thụ sản phẩm nông sản của tỉnh có chiều hướng phát triển tốt và mở rộng.

3.2. Tồn tại, hạn chế

Việc duy trì phát triển sản phẩm có thương hiệu đã đạt được một số kết quả nhất định, nhưng bên cạnh đó còn nhiều hạn chế, khó khăn các doanh nghiệp, hợp tác xã mới chú trọng đến xây dựng thương hiệu chưa có đầu tư cho duy trì phát triển và quảng bá thương hiệu. Một số ít các doanh nghiệp, hợp tác xã đã có quan tâm đến việc duy trì phát triển và quảng bá thương hiệu sản phẩm nhưng thiếu tính chuyên nghiệp, thiếu tính liên kết trong phát triển và quảng bá thương hiệu, dẫn đến hiệu quả không cao.

Sự vào cuộc của các cấp, các ngành trong duy trì phát triển và quảng bá sản phẩm có thương hiệu chưa thường xuyên và chú trọng. Liên kết trong xây dựng thương hiệu với quy hoạch vùng sản xuất các sản phẩm còn yếu.

Công tác thông tin, quảng bá các sản phẩm nông sản đã có thương hiệu của tỉnh trên các phương tiện thông đại chúng còn hạn chế và thiếu thông tin, do đó sản phẩm thiếu sức cạnh tranh trên thị trường.

Các kiến thức về duy trì phát triển và quảng bá sản phẩm của các doanh nghiệp, hợp tác xã còn nhiều hạn chế nhất là trong việc xây dựng các công cụ phương tiện quảng bá sản phẩm.

3.3. Nguyên nhân

Nhân lực trong các doanh nghiệp, hợp tác xã được đào tạo chuyên môn về quản trị kinh doanh, tin học, ngoại ngữ còn thiếu chưa đáp ứng được yêu cầu. Các chủ doanh nghiệp, hợp tác xã còn thiếu tầm nhìn về chiến lược kinh doanh lâu dài và bền vững, chiến lược phát triển và quảng bá sản phẩm trên thị trường.

Các doanh nghiệp, hợp tác xã chưa thực sự quan tâm nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm thông qua việc duy trì phát triển và quảng bá sản phẩm như: Thực hiện nghiêm về quy trình sản xuất nông sản sạch, sản xuất an toàn; sử dụng hệ thống nhãn hiệu và hệ thống nhận diện sản phẩm đã được bảo hộ; tuyên truyền quảng bá sản phẩm lưu thông trên thị trường.

Nguyên nhân cơ bản đó là do sự giới hạn về chi phí, cũng như tiềm lực tài chính của các đơn vị sản xuất.

Để thương hiệu nông sản của tỉnh có đủ sức cạnh tranh, phát triển bền vững trên thị trường, đòi hỏi sự chung sức, đồng lòng rất lớn của các địa phương, các sở, ngành có liên quan. Nếu thiếu sự nỗ lực, quyết tâm từ nhiều phía, thương hiệu sẽ bị mai một, thiệt hại không nhỏ cho nền kinh tế. Đồng thời, sản phẩm mang tính đặc trưng vùng miền theo đó sẽ bị lãng quên, không còn chỗ đứng trên bản đồ thương hiệu ở trong và ngoài nước.

PHẦN II

Nội dung Đề án phát triển và quảng bá thương hiệu sản phẩm nông sản giai đoạn 2018-2021

I. QUAN ĐIỂM

1. Đẩy mạnh phát triển và quảng bá giới thiệu sản phẩm nông sản của tỉnh đã có thương hiệu góp phần xây dựng nền nông nghiệp bền vững, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài nước.

2. Phát triển và quảng bá giới thiệu sản phẩm nông sản gắn với lợi thế của tỉnh đó là du lịch canh nông tạo thành ngành kinh tế động lực, gia tăng kim ngạch xuất khẩu, nâng cao giá trị sản phẩm, thu nhập của người sản xuất, thu hút đầu tư và tạo điểm đến hấp dẫn thu hút du khách đến với Sơn La.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

Phát triển và quảng bá thương hiệu sản phẩm nông sản gắn với du lịch canh nông Sơn La trở thành thương hiệu mạnh của Việt nam. Tập trung các nguồn lực để phát triển và quảng bá thương hiệu cho các sản phẩm rau, hoa, quả, gạo đặc sản, thủy sản, cà phê Arabica và du lịch nông nghiệp tỉnh Sơn La giai đoạn 2018 - 2021.

2. Mục tiêu cụ thể:

- Đến năm 2021: Xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu cho 16 sản phẩm nông sản. Duy trì và phát triển thương hiệu cho 25 sản phẩm nông sản đã có nhãn hiệu được bảo hộ.

- Giai đoạn 2018 -2021: 100% các sản phẩm có thương hiệu đều xây dựng và hoàn thiện các phương tiện, công cụ truyền thông và quảng bá thương hiệu giúp người tiêu dùng nhận biết, ghi nhớ, hài lòng, tin tưởng sản phẩm có thương hiệu để lựa chọn và ưu tiên sử dụng sản phẩm, dịch vụ.

- Đến năm 2021: 100% các sản phẩm có thương hiệu được kết nối thị trường tiêu thụ, tham gia các hội nghị, hội chợ xúc tiến đầu tư, xúc tiến thương mại, du lịch theo kế hoạch và cơ chế, chính sách của tỉnh.

- Đến năm 2021: Xây dựng được 03 tuyến du lịch sinh thái, du lịch canh nông, trải nghiệm, gắn với quảng bá, giới thiệu sản phẩm có thương hiệu.

- Giai đoạn 2018 - 2021: Triển khai đồng thời công tác phát triển, quảng bá thương hiệu với quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm, dịch vụ nhằm nâng cao chất lượng, giá trị, sức cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ; nhấn mạnh sự an toàn, chất lượng và chuyên nghiệp của sản phẩm, dịch vụ khi gắn thương hiệu.

III. NHIỆM VỤ CỤ THỂ

1. Phát triển thương hiệu

a) Xây dựng, duy trì, phát triển sản phẩm

- Triển khai xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm nông sản của tỉnh.

- Điều tra, khảo sát về tình hình sản xuất, thị trường tiêu thụ của các sản phẩm, đánh giá những thuận lợi và khó khăn của từng sản phẩm có thương hiệu đề xuất các nhiệm vụ duy trì, phát triển quảng bá sản phẩm có thương hiệu trên địa bàn tỉnh.

- Xây dựng các dự án khoa học công nghệ phù hợp cho từng sản phẩm, ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ mới, công nghệ cao để nâng cao năng suất, chất lượng các sản phẩm đã có thương hiệu.

- Tổ chức tuyên truyền nâng cao nhận thức về vai trò các sản phẩm nổi tiếng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Thông qua các hình thức tuyên truyền và quảng bá nhằm thúc đẩy sản xuất và mở rộng thị trường tiêu thụ cho các sản phẩm có thương hiệu của tỉnh.

- Tạo điều kiện để các tổ chức, cá nhân tiếp cận với thị trường, giới thiệu sản phẩm đã có thương hiệu ra ngoài tỉnh thông qua các hội trợ, triển lãm...

- Đào tạo nhân lực và chuyển giao công nghệ sản xuất các sản phẩm đã có thương hiệu cho các tổ chức, cá nhân.

- Tạo điều kiện hình thành và phát triển các Hiệp hội sản xuất, tiêu thụ các sản phẩm đã có thương hiệu của tỉnh..

b) Quản lý chất lượng sản phẩm

- Xây dựng kế hoạch quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm nông sản sử dụng nhãn hiệu giai đoạn 2018-2021: Quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm trong chuỗi giá trị sản phẩm nông sản từ khâu sản xuất (giống cây trồng, vật tư nông nghiệp, quy trình sản xuất, chăm sóc,...) đến sơ chế, phân loại, bảo quản sau thu hoạch (các trung tâm sau thu hoạch, doanh nghiệp, cơ sở) chế biến và tiêu thụ sản phẩm hàng hóa (công nghệ sản xuất, chế biến, lưu thông, tiêu thụ trên thị trường).

- Tổ chức tập huấn, hướng dẫn cho các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh nông sản về các quy trình sản xuất tiên tiến, đảm bảo an toàn thực phẩm, phát triển ổn định, bền vững.

- Hướng dẫn các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, cơ sở, đầu mối thu mua nông sản, nông hộ sử dụng nhãn hiệu, xây dựng kế hoạch và các điều kiện để chuẩn hóa sản phẩm đạt tiêu chuẩn đủ điều kiện đăng ký sử dụng nhãn hiệu; chịu trách nhiệm tổ chức kiểm tra, kiểm soát và công bố chất lượng và phân loại nông sản được gắn nhãn hiệu trước khi tiêu thụ.

- Các cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành tiến hành giám sát quá trình thực hiện của các đơn vị được sử dụng nhãn hiệu chứng nhận; định kỳ và đột xuất lấy mẫu kiểm tra chất lượng sản phẩm, thực hiện các chế tài đối với các sản phẩm không đạt chất lượng và các hành vi vi phạm pháp luật về an toàn vệ sinh thực phẩm, sử dụng nhãn hiệu không hợp pháp.

2. Quảng bá thương hiệu các sản phẩm nông sản đã có thương hiệu

- Xây dựng, đăng tải các Video Clip sản phẩm nông sản đã có thương hiệu trên các Đài Phát thanh - Truyền hình Trung ương và địa phương, Internet, mạng xã hội và quảng bá ở nước ngoài. Xây dựng trang thông tin về thương hiệu các sản phẩm nông sản Sơn La phục vụ quảng bá trên các báo, tạp chí,...

- Xây dựng chuyên trang Website thương hiệu sản phẩm nông sản Sơn La phục vụ người tiêu dùng trong việc truy cập, tìm kiếm các sản phẩm chất lượng mang thương hiệu.

- Truyền thông và quảng bá thương hiệu sản phẩm gắn với du lịch canh nông theo 02 loại hình “điểm dừng” và “tuyến điểm”.

- Các hình thức truyền thông:

+ Truyền thông trên truyền hình, báo chí; truyền thông trên màn hình và biển quảng cáo ngoài trời, tờ rơi, áp phích, phướn; truyền thông qua các chương trình, sự kiện, các lễ hội... Lắp đặt một số pano tấm lớn trên Quốc lộ 6, 279, 37, 4G... để phục vụ quảng bá các nhãn hiệu nông sản đến với nhân dân và du khách khi đến với Sơn La.

+ Xây dựng, thiết kế tập gấp, tờ rơi về nhãn hiệu các sản phẩm có thương hiệu của tỉnh; ấn phẩm, clip quảng cáo các loại hình du lịch canh nông

để phát hành miễn phí đến người tiêu dùng thông qua các kênh như: Các chương trình lễ hội, hội nghị, hội chợ thương mại trong và ngoài nước, các đoàn đi xúc tiến ngoài nước, du khách đến Sơn La, các trung tâm phân phối nông sản, hệ thống các siêu thị, các khu, điểm du lịch,...

+ Kết hợp quảng bá, giới thiệu thương hiệu các sản phẩm nông sản tại các buổi làm việc, hội nghị hoặc các hoạt động kết nối giao thương giữa tỉnh Sơn La với các thành phố lớn, một số tỉnh trong nước và các thị trường xuất khẩu mục tiêu: Trung Quốc, Hàn Quốc, Mỹ, Úc...

+ Hợp tác với các trung tâm phân phối nông sản lớn, với đơn vị dịch vụ du lịch (cơ sở lưu trú, lễ hành, phương tiện vận chuyển công cộng...), với chuỗi chương trình truyền hình (chương trình đối thoại chia sẻ thông tin kinh nghiệm sản xuất nông sản Sơn La, quảng bá hình ảnh, sản phẩm nông sản Sơn La trong các chương trình truyền hình,...); hợp tác với Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) - chuỗi chương trình truyền hình.

+ Tổ chức công bố nhãn hiệu sản phẩm đã được bảo hộ, gắn logo, nhãn bao bì đóng gói sản phẩm cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ sản xuất, kinh doanh sản phẩm nông sản.

+ Quảng bá, tuyên truyền cho các đối tượng: Hộ nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác, các doanh nghiệp trực tiếp sản xuất hoặc tham gia vào chuỗi sản xuất, cung cấp dịch vụ, giúp nâng cao ý thức, thực hiện tốt công tác quản lý chất lượng sản phẩm, nâng cao giá trị thương hiệu trong quá trình triển khai thực hiện.

III. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Giải pháp về cơ chế, chính sách của tỉnh

- Rà soát, sửa đổi, bổ sung hoặc cụ thể hóa cơ chế, chính sách phù hợp với tình hình thực tế của địa phương về hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã đầu tư vào nông nghiệp.

- Lồng ghép việc duy trì phát triển và quảng bá thương hiệu các sản phẩm nông sản có thương hiệu vào các chương trình, kế hoạch phát triển ngành và địa phương.

2. Giải pháp về đào tạo, chuyển giao công nghệ:

- Chú trọng đào tạo nghề tại chỗ cho người lao động ở nông thôn, để người lao động trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất tại các cơ sở, doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất sản phẩm nông sản.

- Tăng cường đào tạo kiến thức quản trị kinh doanh, marketing các doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, các hộ gia đình.

- Thực hiện các hoạt động ứng dụng khoa học công nghệ, áp dụng công nghệ sản xuất sạch hơn, đổi mới công nghệ sản xuất sản phẩm mới.

- Tổ chức hội nghị, hội thảo chuyên đề, trưng bày giới thiệu thiết bị máy móc, công nghệ mới nhằm tăng cường mối quan hệ giữa nhà khoa học với các

doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, các hộ gia đình có nhu cầu đổi mới công nghệ.

3. Giải pháp về xúc tiến thương mại và hội nhập quốc tế:

- Khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi và hỗ trợ cho các cơ sở sản xuất, doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm nông sản đã có thương hiệu hoạt động xúc tiến thương mại theo các Chương trình xúc tiến thương mại Quốc gia, Chương trình xúc tiến thương mại Du lịch và Đầu tư của tỉnh.

- Đa dạng hóa sản phẩm và hỗ trợ quảng bá, tìm kiếm thị trường cho các cơ sở sản xuất, doanh nghiệp qua các hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước nhằm tạo điều kiện tiếp thị các sản phẩm, nắm bắt thị trường, trao đổi kinh nghiệm để định hướng phát triển sản xuất các sản phẩm có giá trị xuất khẩu, phù hợp với điều kiện của tỉnh.

- Xây dựng các tour du lịch gắn với du lịch canh nông để tăng hiệu quả quảng bá sản phẩm từ khâu sản xuất đến thu hoạch.

- Xây dựng trung tâm trưng bày, giới thiệu và bán các sản phẩm mang thương hiệu của tỉnh ở các địa bàn cửa ngõ và các trung tâm thương mại, du lịch của tỉnh (Vân Hồ, Mộc Châu, thành phố Sơn La...)

4. Phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ:

Có các chính sách hỗ trợ, khuyến khích các doanh nghiệp vừa và nhỏ đầu tư đổi mới thiết bị công nghệ tiên tiến sản xuất các sản phẩm đã có thương hiệu của tỉnh để nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng sức cạnh tranh trong quá trình hội nhập kinh tế thế giới.

IV. KẾ HOẠCH VÀ TIẾN ĐỘ, KINH PHÍ THỰC HIỆN ĐỀ ÁN

1. Kế hoạch và tiến độ: (Có phụ lục chi tiết kèm theo).

2. Kinh phí thực hiện Đề án:

2.1. Ngân sách tỉnh giao hàng năm cho các sở, ngành (Sự nghiệp Công thương; vốn sự nghiệp kinh tế giao cho sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; nguồn vốn sự nghiệp khoa học và công nghệ; nguồn vốn sự nghiệp Văn hóa, Thể thao và Du lịch; nguồn vốn sự nghiệp....)

2.2. Ngân sách các huyện, thành phố.

2.3. Kinh phí huy động từ các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh và các nguồn kinh phí hợp pháp.

2.4. Kinh phí thực hiện theo Nghị quyết số 76/2018/NQ-HĐND ngày 04/4/2018 của HĐND tỉnh.

3. Trên cơ sở nội dung đề án, hàng năm các sở, ngành có liên quan, UBND các huyện, thành phố xây dựng kế hoạch, dự toán cụ thể cho từng nhiệm vụ trình cấp có thẩm quyền phê duyệt.

4. Trong quá trình thực hiện đề án cần rà soát, lồng ghép với các chương trình, kế hoạch đề án khác để tránh trùng lặp về nội dung thực hiện.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Khoa học và Công nghệ:

- Hướng dẫn, đôn đốc các sở, ngành liên quan và UBND các huyện, thành phố xây dựng Kế hoạch triển khai thực hiện đề án phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của từng đơn vị.

- Chủ động phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính trình UBND tỉnh bố trí vốn hàng năm để triển khai thực hiện các dự án xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu cho sản phẩm chủ lực của tỉnh Sơn La.

- Chủ động phối hợp với các cơ quan có liên quan xây dựng các công cụ, phương tiện quảng bá cho các sản phẩm có thương hiệu của tỉnh (trang Website, tờ rơi, ấn phẩm, video...)

- Tổ chức các lớp đào tạo, tập huấn, hội thảo liên quan đến xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu sản phẩm.

- Tổ chức thực hiện các chương trình, dự án, các nhiệm vụ khoa học công nghệ cấp tỉnh có liên quan đến việc nâng cao chất lượng, giá trị, khả năng cạnh tranh của sản phẩm có thương hiệu.

- Tổ chức kiểm tra, giám sát hoạt động quản lý và sử dụng nhãn hiệu đã được bảo hộ của các tổ chức, cá nhân được cấp quyền sử dụng nhãn hiệu.

- Đẩy mạnh hoạt động đổi mới công nghệ, ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm thương hiệu.

- Định kỳ hàng năm tổng hợp báo cáo kết quả triển khai đề án theo quy định của các đơn vị có liên quan để báo cáo UBND tỉnh.

2. Sở Công Thương:

- Tập trung các hoạt động quảng bá thương hiệu, mở rộng thị trường tiêu thụ, tìm kiếm đối tác tiêu thụ trong và ngoài nước, hỗ trợ xuất khẩu sản phẩm hàng hóa, hỗ trợ hợp tác thương mại, xúc tiến tiêu thụ sản phẩm.

- Đẩy mạnh công tác quản lý chất lượng sản phẩm hàng hóa; kiểm tra, kiểm soát thị trường, chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, hàng kém chất lượng và các hành vi vi phạm nhãn hiệu, thương hiệu sản phẩm.

3. Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn:

- Tổ chức tập huấn, hướng dẫn cho cán bộ, công chức quản lý nhà nước; tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh nông sản về cơ chế chính sách, các quy trình sản xuất tiên tiến, đảm bảo an toàn thực phẩm, phát triển bền vững.

- Phát triển giống cây trồng có năng suất, chất lượng cao, phù hợp với điều kiện phát triển của từng địa phương trên địa bàn tỉnh; xây dựng quy trình

sản xuất, chăm sóc cây trồng theo hướng ứng dụng công nghệ cao; triển khai thực hiện việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm để đảm bảo quản lý chất lượng nông sản trong quá trình sản xuất. Định kỳ, đột xuất kiểm tra chất lượng nông sản đối với các đơn vị sản xuất các sản phẩm đã có thương hiệu.

4. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Lựa chọn xây dựng và hoàn thiện 03 tuyến du lịch sinh thái, du lịch canh nông, trải nghiệm gắn với quảng bá, giới thiệu sản phẩm có thương hiệu. Nghiên cứu, đề xuất với UBND tỉnh ban hành các quy định về quản lý và khai thác loại hình du lịch canh nông: “Một điểm dừng” và “Tuyến điểm”. Thực hiện công tác thẩm định, hướng dẫn công bố đối với các đơn vị đạt tiêu chí 02 loại hình du lịch nêu trên.

- Phối hợp triển khai công tác truyền thông và quảng bá thương hiệu du lịch canh nông trên địa bàn tỉnh. Phối hợp với các sở, ngành, địa phương, các cơ quan, đơn vị truyền thông thực hiện tốt công tác tuyên truyền, quảng bá thương hiệu vào các dịp tổ chức các lễ hội của tỉnh tổ chức.

5. Sở Tài chính

Chủ trì, phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư tham mưu, đề xuất UBND tỉnh hàng năm bố trí nguồn vốn, thẩm định dự toán, trình phê duyệt để các sở ngành, UBND các huyện, thành phố, cơ quan, đơn vị thực hiện đề án.

6. Trung tâm Xúc tiến Đầu tư tỉnh

Chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành, địa phương, đơn vị có liên quan thực hiện các nhiệm vụ xúc tiến thương mại, tuyên truyền, quảng bá sản phẩm có thương hiệu của tỉnh.

7. Sở Thông tin và Truyền thông; Đài Phát thanh - Truyền hình tỉnh; Báo Sơn La

- Tổ chức truyền thông, quảng bá sản phẩm có thương hiệu gắn với du lịch canh nông. Chủ động xây dựng chương trình, kế hoạch để thực hiện công tác truyền thông, quảng bá thương hiệu sản phẩm của tỉnh.

- Giành một thời lượng phát sóng cho quảng bá sản phẩm có thương hiệu của tỉnh. Liên kết với các chương trình của Đài truyền hình Việt Nam để giới thiệu, quảng bá sản phẩm nông sản có thương hiệu của tỉnh Sơn La. Phối hợp Tổ chức tuyên truyền, truyền thông giúp nâng cao ý thức tổ chức sản xuất nông sản đảm bảo an toàn thực phẩm, phát triển du lịch canh nông lành mạnh, đúng mục tiêu, có hiệu quả; nâng cao ý thức tiêu dùng và sử dụng dịch vụ cho người dân.

8. UBND các huyện, thành phố

- Chủ động xây dựng kế hoạch, tổ chức triển khai thực hiện Đề án. Rà soát, điều chỉnh quy hoạch, ưu tiên quy hoạch vùng sản xuất sản phẩm đã có thương hiệu. Chủ động tổ chức công bố nhãn hiệu sản phẩm gắn với lễ hội của địa phương.

- Tổ chức sản xuất theo hướng quy mô tập trung, phát triển cây trồng, vật nuôi là lợi thế của địa phương, có khả năng cạnh tranh trên thị trường đáp ứng nhu cầu trong và ngoài tỉnh, phục vụ xuất khẩu.

- Chủ động huy động, bố trí nguồn kinh phí hỗ trợ cho phát triển và quảng bá thương hiệu các sản phẩm của địa phương. Lồng ghép việc phát triển và quảng bá thương hiệu sản phẩm của địa phương vào các chương trình, kế hoạch khác của huyện, thành phố.

9. Các tổ chức chính trị - xã hội của tỉnh

Căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ chủ động phối hợp với các cơ quan, địa phương liên quan tổ chức các hoạt động nhằm nâng cao năng lực của các thành viên trong việc duy trì, phát triển và quảng bá thương hiệu các sản phẩm có thương hiệu của tỉnh./.

TM.ỦY BAN NHÂN DÂN

KT. CHỦ TỊCH

PHÓ CHỦ TỊCH



Lô Minh Hùng

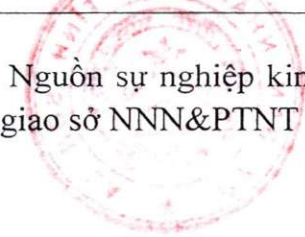


Phụ lục

KẾ HOẠCH VÀ TIẾN ĐỘ THỰC HIỆN CÁC NHIỆM VỤ PHÁT TRÊN VÀ QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU SẢN PHẨM

(Ban hành kèm theo Quyết định số 1013/QĐ-UBND ngày 03 tháng 5 năm 2018 của UBND tỉnh Sơn La)

TT	Nội dung	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Thời gian thực hiện	Kinh phí thực hiện
I	Phát triển thương hiệu				
1	Xây dựng, duy trì thương hiệu các sản phẩm nông sản của tỉnh	Sở Khoa học và Công nghệ	Sở NN&PTNT; UBND các huyện, thành phố; Các doanh nghiệp, HTX	Hàng năm	Nguồn kinh phí sự nghiệp KHCN bố trí trong Kế hoạch hàng năm
2	Khảo sát, đánh giá về tình hình sản xuất, thị trường tiêu thụ sản phẩm có thương hiệu đề xuất các nhiệm vụ duy trì, phát triển quảng bá sản phẩm có thương hiệu		UBND các huyện, thành phố; Các doanh nghiệp, HTX.	Hàng năm	Nguồn kinh phí sự nghiệp KHCN bố trí trong Kế hoạch hàng năm
3	Tổ chức các lớp tập huấn kiến thức về duy trì, phát triển và quảng bá sản phẩm có nhãn hiệu. Tuyên truyền phổ biến kiến thức về sở hữu trí tuệ trên các phương tiện thông tin đại chúng		Các sở, ngành có liên quan; UBND các huyện, thành phố; Các doanh nghiệp, HTX.	Hàng năm	Nguồn kinh phí sự nghiệp KHCN bố trí trong Kế hoạch hàng năm
4	Đào tạo nhân lực và chuyển giao công nghệ sản xuất các sản phẩm đã có thương hiệu cho các tổ chức, cá nhân		Các sở, ngành có liên quan; UBND các huyện, thành phố; Các doanh nghiệp, HTX.		Nguồn kinh phí sự nghiệp KHCN bố trí trong Kế hoạch hàng năm
II	Quản lý chất lượng sản phẩm có thương hiệu				
1	Xây dựng kế hoạch quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm mang nhãn hiệu	UBND huyện có sản phẩm được bảo hộ nhãn hiệu	Các doanh nghiệp, HTX	Hàng năm	Nguồn kinh phí ngân sách UBND huyện, thành phố bố trí hàng năm.

2	Tổ chức tập huấn hướng dẫn cho các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh các sản phẩm nông nghiệp về các quy trình sản xuất tiên tiến, đảm bảo an toàn thực phẩm. Định kỳ, đột xuất kiểm tra chất lượng nông sản đối với các sản phẩm đã có thương hiệu	Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	UBND các huyện, thành phố; Các doanh nghiệp, HTX.	Hàng năm	 Nguồn sự nghiệp kinh tế giao sở NNN&PTNT
3	Thực hiện việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm.		Sở KH&CN;UBND các huyện, thành phố; Các doanh nghiệp, HTX.	Hàng năm	
4	Tổ chức sản xuất để nâng cao chất lượng sản phẩm nông sản có thương hiệu đảm bảo các điều kiện tham gia xuất khẩu				
III Truyền thông, quảng bá thương hiệu du lịch canh nông					
1	Lựa chọn, xây dựng 03 tuyến du lịch canh nông gắn với quảng bá, giới thiệu sản phẩm có thương hiệu	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	UBND các huyện,thành phố; Các doanh nghiệp, HTX	Hàng năm	Nguồn kinh phí sự nghiệp Văn hóa – Thông tin TDTT bố trí trong Kế hoạch hàng năm
2	Tham mưu, xây dựng quy định về quản lý và khai thác loại hình du lịch canh nông “một điểm dừng” và “tuyến điểm”.		UBND các huyện,thành phố; Các doanh nghiệp, HTX	Hàng năm	
3	Xây dựng lộ trình truyền thông, quảng bá du lịch canh nông “một điểm dừng” và “tuyến điểm”.		Các sở, Trung tâm xúc tiến đầu tư,UBND huyện,thành phố; Các doanh nghiệp, HTX	Hàng năm	
4	Tổ chức hội nghị xúc tiến quảng bá du lịch canh nông; tổ chức công bố các loại hình du lịch canh nông được công nhận.		Các sở, TT xúc tiến đầu tư, UBND huyện,thành phố; doanh nghiệp, HTX	Hàng năm	



Truyền thông, quảng bá thương hiệu					
1	Tổ chức công bố nhãn hiệu sản phẩm gắn với các lễ hội của địa phương	UBND các huyện, thành phố	Các sở; Các doanh nghiệp, HTX	Theo sự kiện	Nguồn kinh phí ngân sách UBND các huyện, thành phố bố trí trong kế hoạch hàng năm
2	Xây dựng các công cụ quảng bá phương tiện quảng bá sản phẩm có thương hiệu (video clip; ấn phẩm, tờ rơi, trang website...)	Sở KH&CN	Các Sở; UBND các huyện, thành phố; các doanh nghiệp, HTX	Hàng năm	Nguồn kinh phí sự nghiệp KH&CN bố trí trong kế hoạch hàng năm.
3	Triển khai các hình thức truyền thông: Một chiều, tương tác, hợp tác. Hợp tác với VTV xây dựng chuỗi chương trình truyền hình	Đài phát thanh truyền hình tỉnh	Các sở; UBND các huyện, thành phố; các doanh nghiệp, HTX	Hàng năm	Nguồn kinh phí sự nghiệp Phát thanh truyền hình bố trí trong kế hoạch hàng năm.
4	Truyền thông trên màn hình và biển quảng cáo ngoài trời; truyền thông, thông qua các chương trình, sự kiện, lễ hội	Sở VH&DL	Các sở; UBND các huyện, thành phố; các doanh nghiệp, HTX	Hàng năm	Nguồn kinh phí sự nghiệp Văn hóa TT&DL bố trí trong Kế hoạch hàng năm
5	Xúc tiến thương mại, hỗ trợ xuất khẩu các sản phẩm có thương hiệu	Sở Công Thương	Các sở; UBND các huyện, thành phố; các doanh nghiệp, HTX	Hàng năm	Nguồn kinh phí sự nghiệp Công thương bố trí trong Kế hoạch hàng năm.

