|  |  |
| --- | --- |
| UBND TỈNH TUYÊN QUANG  **SỞ CÔNG THƯƠNG**  Số: /BC-SCT  **DỰ THẢO** | **CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**  *Tuyên Quang, ngày tháng năm 2025* |

## BÁO CÁO

**Đánh giá thực trạng quan hệ xã hội có liên quan đến chính sách thực hiện công tác Xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang**

Thực hiện Luật số 64/2025/QH15 ngày 19 tháng 02 năm 2025 của Quốc hội khoá 15 ban hành văn bản quy phạm pháp luật; Nghị định số 78/2025/NĐ-CP ngày 01/4/2025 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp để tổ chức, hướng thi hành Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật. Sở Công Thương đánh giá thực trạng quan hệ xã hội có liên quan đến chính sách thực hiện công Xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang với nội dung như sau:

**I. BỐI CẢNH THỰC HIỆN TỔNG KẾT ĐÁNH GIÁ**

**1. Bối cảnh trong nước và quốc tế liên quan đến chính sách thực hiện xúc tiến thương mại**

Thực hiện chủ trương chính quyền địa phương hai cấp của Bộ Chính trị, tỉnh Hà Giang đã sáp nhập với tỉnh Tuyên Quang lấy tên là tỉnh Tuyên Quang. Do vậy, Quyết định số 24/2015/QĐ-UBND ngày 22/12/2015 của Uỷ ban nhân dân tỉnh Hà Giang về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh Hà Giang cũ cũng như các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến công tác xúc tiến thương mại của tỉnh đến nay không còn phù hợp và hết hiệu lực thi hành.

Với sự phát triển lớn mạnh của nền công nghệ hiện đại đặc biệt là công tác chuyển đổi số và truyền thông số trong nước và quốc tế đã tác động tích cực và trực tiếp đến sự phát triển của mọi ngành, mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, trong đó có hoạt động xúc tiến thương mại. Điều này, đòi hỏi cơ quan tham mưu về công tác xúc tiến thương mại của tỉnh phải chủ động, tích cực, nhanh nhạy nắm bắt kịp thời tham mưu cho tỉnh xây dựng cơ chế chính sách phù hợp với sự phát triển của tình hình, tạo điều kiện thuận lợi giúp các cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn phát triển thương hiệu sản phẩm, tìm kiếm được thị trường tiêu thụ ổn định trên mọi nền tảng, đặc biệt là nền tảng số.

**2. Quá trình thực hiện, đánh giá thực trạng**

Nhìn chung tỉnh Tuyên Quang và Hà Giang cũ nay là tỉnh Tuyên Quang trong nhiệm kỳ 2020-2025 đã chủ động đổi mới phương thức xúc tiến thương mại: xây dựng cơ chế, chương trình, đẩy mạnh OCOP, tham gia hội chợ, kết nối cung cầu, và tăng cường chuyển đổi số phục vụ xúc tiến. Kết quả hoạt động xúc tiến có quy mô và dấu ấn rõ rệt, đặc biệt về phát triển thị trường nội địa, phát triển sản phẩm OCOP và thương mại điện tử

Trong giai đoạn 2020-2025, với sự lãnh chỉ đạo sát xao của Tỉnh uỷ, Ủy ban nhân dân tỉnh, Sở Công Thương đã tham mưu chỉ đạo tổ chức nhiều chương trình xúc tiến thương mại mang tính trọng điểm của tỉnh đã giúp cho phần lớn các cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn phát triển thương hiệu sản phẩm, tìm được thị trường tiêu thụ tương đối ổn định cho sản phẩm của địa phương qua các kết quả cụ thể sau:

- Hoạt động xúc tiến, hội chợ, kết nối cung-cầu:

Tuyên Quang: hỗ trợ 13 Điểm bán hàng/giới thiệu sản phẩm OCOP, hỗ trợ 18 lượt đơn vị tham gia gian hàng tại các hội chợ/tuần hàng, đã tổ chức 5 hội nghị kết nối cung-cầu (từ 2023) và nhiều chương trình kết nối vùng.

Hà Giang: tham gia/hỗ trợ tham gia trên 70 hội chợ, triển lãm, sự kiện; xây dựng/duy trì 3 điểm trưng bày/tiêu thụ sản phẩm, tổ chức 17 Phiên chợ đưa hàng Việt về miền núi/biên giới.

- Chuyển đổi số và Thương mại điện tử hỗ trợ xúc tiến:

Hà Giang duy trì sàn Thương mại điện tử tỉnh dacsanhagiang.net, hỗ trợ 24 doanh nghiệp/Hợp tác xã lập website, mở gian hàng trên sàn lớn; trên 70% sản phẩm OCOP của tỉnh đã được đăng tải trên các sàn Thương mại điện tử; tổ chức gần 10 lớp tập huấn với hơn 500 học viên về Thương mại điện tử.

Tuyên Quang: xây dựng phần mềm truy xuất nguồn gốc, cơ sở dữ liệu kinh tế - công nghiệp - thương mại (csdl.congthuongtuyenquang.vn), triển khai giải pháp CRM, giải pháp bán hàng thông minh cho doanh nghiệp.

- Chính sách, kế hoạch và kết cấu hạ tầng hỗ trợ xúc tiến:

Hai tỉnh ban hành nhiều quyết định/kế hoạch (Quyết định, Kế hoạch thực hiện EVFTA/CPTPP/UKVFTA, đề án xúc tiến thương mại, kế hoạch Thương mại điện tử, kế hoạch xuất nhập khẩu đến 2030…), tạo khung hành lang pháp lý cho hoạt động xúc tiến.

- Kết quả định vị sản phẩm/nhãn hiệu:

Tuyên Quang: đã hướng dẫn 2 đơn vị tham gia xét chọn Thương hiệu quốc gia; 4 sản phẩm của Công ty CP Giấy An Hòa và Woodsland đạt Thương hiệu quốc gia. Điều này hỗ trợ thương hiệu, tiêu thụ hàng hoá.

**II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN/ THỰC TRẠNG QUAN HỆ XÃ HỘI**

**1. Việc tổ chức thi hành văn bản quy phạm pháp luật/ thực trạng các quan hệ xã hội**

Trong thời gian qua, công tác tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến hoạt động xúc tiến thương mại đã được triển khai tương đối đồng bộ. Các văn bản như:

- Nghị định số [81/2018/NĐ-CP](https://thuvienphapluat.vn/van-ban/thuong-mai/nghi-dinh-81-2018-nd-cp-huong-dan-luat-thuong-mai-ve-hoat-dong-xuc-tien-thuong-mai-352393.aspx) ngày 22 tháng 5 năm 2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại Quyết định số [72/2010/QĐ-TTg](https://thuvienphapluat.vn/van-ban/thuong-mai/quyet-dinh-72-2010-qd-ttg-quy-che-xay-dung-quan-ly-thuc-hien-chuong-trinh-114740.aspx) ngày 15 tháng 11 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia.

- Thông tư số [11/2019/TT-BCT](https://thuvienphapluat.vn/van-ban/thuong-mai/thong-tu-11-2019-tt-bct-xuc-tien-thuong-mai-phat-trien-ngoai-thuong-chuong-trinh-cap-quoc-gia-420673.aspx) ngày 30 tháng 7 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Công Thương.

- Quyết định số 24/2015/QĐ-UBND ngày 22/12/2015 của Ủy ban nhân dân tỉnh Hà Giang về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh Hà Giang cũ.

Những văn bản này đã tạo **hành lang pháp lý quan trọng** để các cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp, Hợp tác xã, hộ kinh doanh trên địa bàn tỉnh triển khai nhiều chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm góp phần thúc đẩy hoạt động xúc tiến thương mại tỉnh nhà ngày một phát triển, là cầu nối, tạo chỗ đứng vững chắc cho các cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn phát triển thương hiệu sản phẩm địa phương.

**2. Kết quả thi hành/thực trạng pháp luật có liên quan đến quan hệ xã hội**

**Về quản lý nhà nước:** Các cơ quan quản lý nhà nước và đơn vị tổ chức công tác úc tiến thương mại đã làm tốt vai trò, phối hợp chặt chẽ với các sở, ngành liên quan trong việc tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm của tỉnh. Tuy nhiên, do chưa có văn bản quy định cụ thể nội dung, mức chi hỗ trợ xúc tiến thương mại của tỉnh, nên còn lúng túng trong quá trình áp dụng, dẫn đến hiệu quả chưa như mong muốn.

**Về doanh nghiệp và** Hợp tác xã**:** Nhu cầu quảng bá, giới thiệu sản phẩm, mở rộng thị trường ngày càng cao. Doanh nghiệp, Hợp tác xã, hộ kinh doanh ngày càng chủ động tham gia các hội chợ, kết nối cung cầu, ứng dụng thương mại điện tử. Tuy nhiên, nhiều đơn vị còn hạn chế về năng lực tài chính, kỹ năng số, dẫn đến khó khăn trong công tác đầu tư phát triển thương hiệu và quảng bá sản phẩm.

**Về người dân và cộng đồng xã hội:** Người tiêu dùng quan tâm hơn đến sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc sản địa phương và các kênh mua sắm trực tuyến. Điều này thúc đẩy sự thay đổi trong quan hệ cung - cầu, hình thành thói quen tiêu dùng mới, song cũng đặt ra yêu cầu quản lý chặt chẽ hơn về chất lượng, truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

**III. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ**

Hiện nay, tỉnh Tuyên Quang hiện **chưa ban hành Nghị quyết hoặc Quyết định quy định** về nội dung và mức chi hỗ trợ cho hoạt động xúc tiến thương mại. Chính sách hỗ trợ hiện hành mới dừng lại ở khung pháp lý chung của Trung ương, thiếu các quy định chi tiết, cụ thể phù hợp với đặc thù địa phương. Nhu cầu phát triển thương mại điện tử, chuyển đổi số trong xúc tiến thương mại rất lớn nhưng chưa có cơ chế, định mức hỗ trợ rõ ràng.

Vì lý do trên kính đề nghị Ủy ban nhân dân trình Hội đồng nhân dân cấp tỉnh xem xét, ban hành Nghị quyết quy định mức chi cụ thể cho các hoạt động Xúc tiến thương mại địa phương trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang phù hợp với khả năng cân đối ngân sách địa phương là hết sức cần thiết.

Trên đây là Báo cáo Đánh giá thực trạng quan hệ xã hội có liên quan đến chính sách thực hiện công tác Xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang của Sở Công Thương kính gửi Ủy ban nhân dân tỉnh, Hội đồng nhân dân tỉnh và gửi Sở Nội vụ, Sở Tư pháp, Sở Tài chính xem xét cho ý kiến./.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | ***Nơi nhận:***  - HĐND tỉnh;  - UBND tỉnh;  - Các Sở: Nội vụ; Tư pháp; Tài chính;  - Lưu: VT, XTTM, TM. | **GIÁM ĐỐC**  **Hoàng Anh Cương** | |  |