

**SỐ 2
2025**

Bản tin chuyên đề ISG

CHƯƠNG TRÌNH HỖ TRỢ QUỐC TẾ BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN

TRONG SỐ NÀY:

Tổng quan kinh nghiệm quốc tế hỗ trợ doanh nghiệp thông qua các mô hình tổ chức ngành hàng nông sản

I. KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ MÔ HÌNH TỔ CHỨC NGÀNH HÀNG

Sau khi nghiên cứu về mô hình tổ chức một số ngành hàng hiệu quả của các quốc gia trên thế giới mà Việt Nam có thể học tập, báo cáo này tóm tắt các bài học kinh nghiệm từ các quốc gia có mô hình tổ chức ngành hàng hiệu quả xây dựng trên nền tảng hợp tác công tư, chú trọng vào tiêu chuẩn hóa, liên kết chuỗi

giá trị, nghiên cứu và phát triển, cũng như thúc đẩy đối thoại và đại diện tiếng nói ngành hàng mà Việt Nam có thể học hỏi để phát triển các tổ chức ngành hàng chủ lực, nhằm nâng cao giá trị nông sản và tăng cường vị thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Một số kinh nghiệm cụ thể như sau:



Ngành hàng Lúa mì của Úc

1. XÂY DỰNG CƠ CHẾ HỢP TÁC CÔNG TƯ (PPP)

Một trong những bài học quan trọng từ các quốc gia như Malaysia và Brazil là việc xây dựng các mô hình hợp tác công tư (PPP) để phát triển ngành hàng. Hợp tác này tận dụng nguồn lực tài chính, kỹ thuật từ chính phủ và khu vực tư nhân nhằm phát triển các chuỗi giá trị nông sản bền vững. Chẳng hạn, Hội đồng Dầu cọ Quốc gia Malaysia (MPOC) hoạt động dựa trên sự phối

hợp chặt chẽ giữa chính phủ và doanh nghiệp để thúc đẩy tiêu chuẩn MSPO (Malaysian Sustainable Palm Oil) và cải thiện hình ảnh dầu cọ Malaysia trên thị trường quốc tế. Mô hình PPP không chỉ giúp giải quyết các vấn đề tài chính mà còn tạo cơ chế phối hợp hiệu quả để triển khai các chương trình quảng bá, nghiên cứu và phát triển bền vững cho ngành hàng.



Dầu cọ là một trong những mặt hàng xuất khẩu hàng đầu của Malaysia

2. VAI TRÒ ĐIỀU PHỐI VÀ LIÊN KẾT CHUỖI GIÁ TRỊ

Mô hình hội đồng ngành hàng như Hội đồng Lúa mì Úc (GRDC) và Hội đồng Cà phê Quốc gia Brazil (CNC) nhấn mạnh vai trò điều phối các bên trong chuỗi giá trị từ sản xuất, chế biến đến tiêu thụ. Các tổ chức này không chỉ hỗ trợ về kỹ thuật, nâng cao chất lượng sản phẩm mà còn đảm bảo sự ổn định cung cầu và

giá cả thị trường. CNC tổ chức các buổi tọa đàm định kỳ để gắn kết nông dân, doanh nghiệp và cơ quan nhà nước trong việc xây dựng chiến lược xuất khẩu cà phê Brazil. Vì vậy cần thiết lập một cơ chế điều phối mạnh mẽ, tập trung vào liên kết vùng và đảm bảo tiếng nói của các bên trong chuỗi giá trị.

3. XÂY DỰNG TIÊU CHUẨN VÀ THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

Nhiều mô hình thành công trên thế giới cho thấy tầm quan trọng của việc thiết lập các tiêu chuẩn chất lượng và xây dựng thương hiệu quốc gia cho sản phẩm nông sản. Hội đồng Bông Quốc gia Mỹ (NCC) đã phát triển chương trình “Niềm Tin Bông Mỹ” nhằm đảm bảo các tiêu chuẩn bền vững và chất lượng cao, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh

của bông Mỹ trên thị trường quốc tế. Tương tự, MPOC thúc đẩy áp dụng tiêu chuẩn MSPO để định vị dầu cọ Malaysia là sản phẩm bền vững và thân thiện với môi trường. Việc thiết lập các tiêu chuẩn quốc gia phù hợp với yêu cầu quốc tế, đồng thời phát triển các chiến lược quảng bá sản phẩm để tăng giá trị xuất khẩu đóng vai trò hết sức quan trọng.

4. ĐẨY MẠNH NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN (R&D)

Các tổ chức ngành hàng như GRDC ở Úc và NCC tại Mỹ đều chú trọng vào nghiên cứu và phát triển (R&D) nhằm cải thiện năng suất, chất lượng sản phẩm và ứng phó với các thách thức như biến đổi khí hậu hay dịch bệnh. GRDC đầu tư vào các dự án nghiên cứu để cải tiến giống cây

trồng, kỹ thuật canh tác, và phát triển thị trường xuất khẩu ngũ cốc. Kinh nghiệm cho thấy cần xây dựng quỹ R&D được tài trợ từ chính phủ và khu vực tư nhân, đồng thời ưu tiên nghiên cứu ứng dụng công nghệ cao để tăng hiệu quả sản xuất và giảm tác động môi trường.

5. TĂNG CƯỜNG TRAO ĐỔI VÀ TỌA ĐÀM GIỮA CÁC BÊN

Một yếu tố quan trọng trong sự thành công của các mô hình tổ chức ngành hàng là thúc đẩy trao đổi và đối thoại giữa các bên liên quan. Các diễn đàn như Hội nghị Beltwide Cotton Conferences (Mỹ) hay các hội thảo của CNC tại Brazil tạo điều kiện để nông dân, doanh nghiệp, và nhà hoạch định chính sách chia sẻ ý tưởng, thách thức, và giải

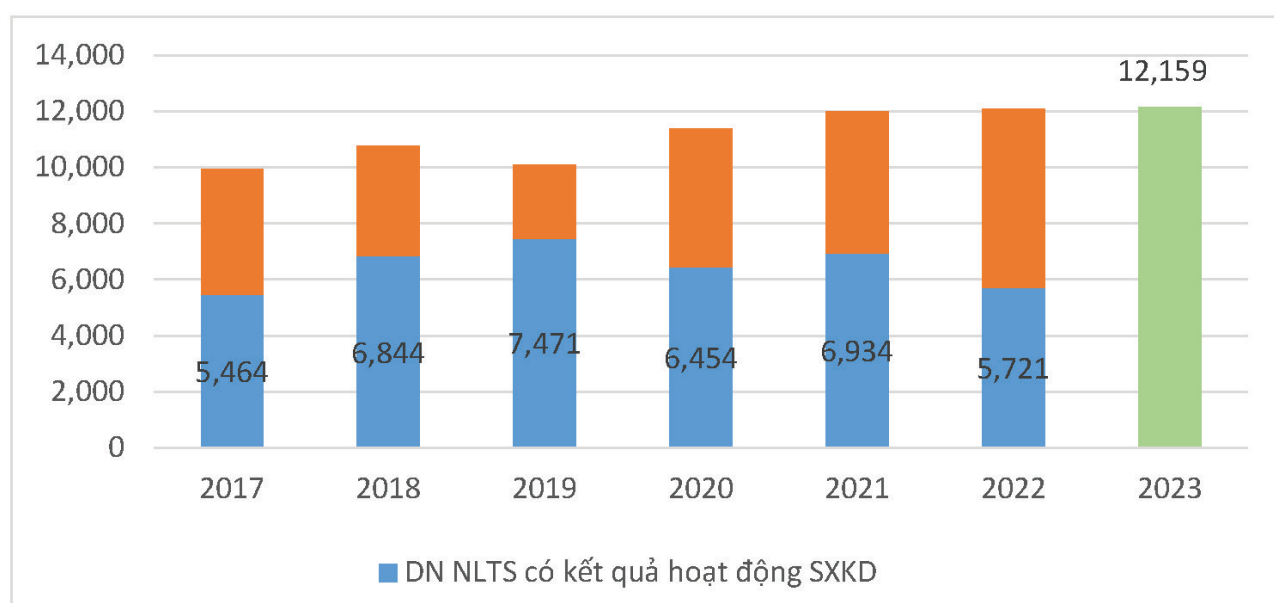
pháp cho ngành hàng. Các tổ chức này cũng sử dụng nền tảng trực tuyến để mở rộng đối thoại khi khoảng cách địa lý hoặc tình hình dịch bệnh gây cản trở. Điều này cho thấy việc tổ chức các buổi tọa đàm định kỳ, hội thảo kỹ thuật, và diễn đàn chính sách là cách hiệu quả để tăng cường hợp tác và tìm kiếm giải pháp chung.

II. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP NÔNG NGHIỆP TẠI VIỆT NAM

Số lượng doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực nông, lâm, thủy sản tăng đáng kể và ngày càng lớn mạnh, trở thành nòng cốt trong chuỗi giá trị nông sản. Trong giai

đoạn 2017 - 2023, số lượng doanh nghiệp trong lĩnh vực nông, lâm ngư nghiệp biến động theo xu hướng tăng từ 9.951 doanh nghiệp lên 12.159 doanh nghiệp.

Hình 1. Số lượng doanh nghiệp nông nghiệp từ năm 2017-2023



Nguồn: Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê 2023

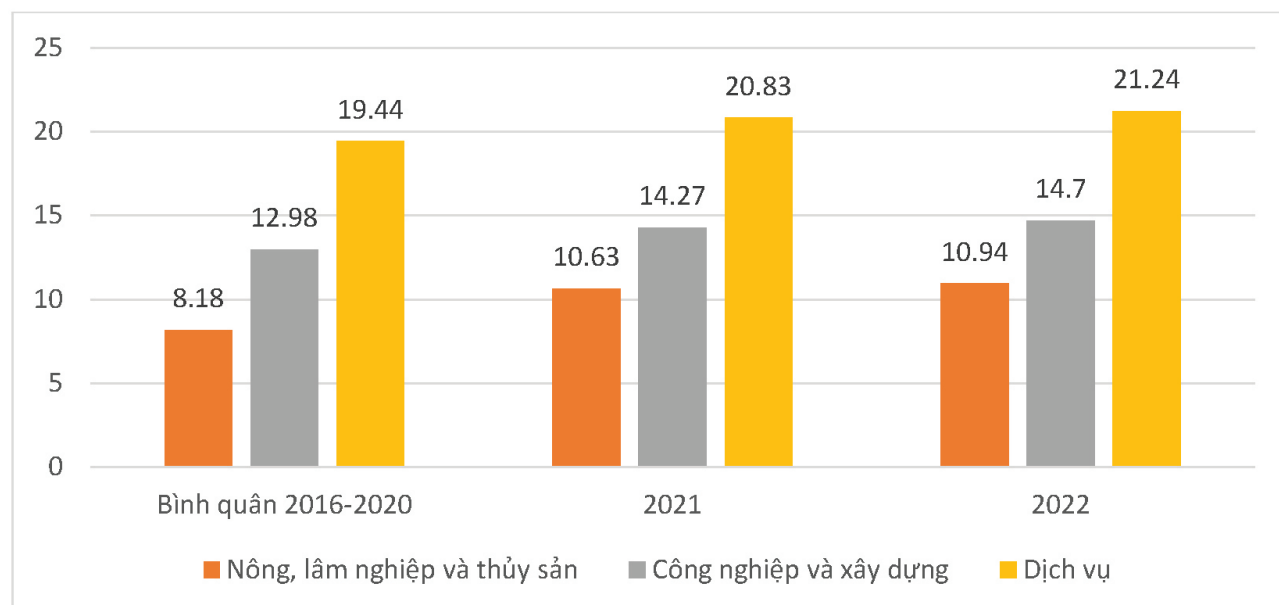
Tuy nhiên doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn còn tồn tại nhiều hạn chế, cụ thể như sau:

- Số doanh nghiệp hoạt động trong ngành NLTS còn rất ít, chỉ chiếm khoảng 1,3% tổng số doanh nghiệp có đăng ký đang hoạt động trên cả nước. Quy mô của các doanh nghiệp trong lĩnh vực NLTS còn khá nhỏ. Doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm 96,5% tổng số doanh nghiệp nông, lâm, ngư nghiệp trong đó các doanh nghiệp có quy mô siêu nhỏ (dưới 10 lao động) luôn chiếm tỷ lệ khoảng 50%,

rất ít doanh nghiệp đủ lực hình thành vùng nguyên liệu sản xuất hàng hóa quy mô lớn.

- Hiệu quả sử dụng lao động thấp. Hiệu suất sử dụng lao động trong các doanh nghiệp nông, lâm, ngư nghiệp đã có sự cải thiện nhất định, thể hiện qua mức tăng 2,9% so với năm 2021, đạt 10,94 lần vào năm 2022. Tuy nhiên, con số này vẫn thấp hơn đáng kể khi so với ngành công nghiệp và xây dựng (14,7 lần) cũng như ngành dịch vụ (21,24 lần).

Hình 2. Hiệu suất sử dụng lao động của doanh nghiệp theo ngành kinh tế



Nguồn: Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2024

Nhìn chung hiệu quả sản xuất kinh doanh của các DN NLTS vẫn còn kém so với các khu vực khác nhưng đã có những cải thiện rất đáng kể trong những năm gần đây. Một nguyên nhân quan trọng dẫn đến sự cải thiện này là sự tái cơ cấu trong ngành sau đại dịch Covid-19. Các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, vốn có khả năng chịu

đựng yếu và bị ảnh hưởng nặng nề bởi dịch bệnh, đã giảm rất nhiều. Sự sụt giảm này đã khiến tỷ lệ các doanh nghiệp lớn trong ngành tăng lên, làm cải thiện một phần các chỉ số tài chính tổng thể, đặc biệt là ROS, nhờ vào khả năng vận hành hiệu quả hơn và sử dụng tài sản, vốn chủ sở hữu với hiệu quả cao hơn..

Bảng 1. Một số chỉ số phản ánh hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Năm	Chỉ số	Hiệu suất sinh lợi trên tài sản ROA (%)	Hiệu suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu ROE (%)	Hiệu suất sinh lợi trên doanh thu thuần ROS (%)
2016-2020	Toàn bộ DN	2,4	7,6	3,8
	NLTS	1,2	1,9	3,2
	Công nghiệp & XD	4	10	4,3
	Dịch vụ	1,6	5,9	3,3
2021	Toàn bộ DN	2,5	7,9	4,2
	NLTS	2,4	3,8	5,7
	Công nghiệp & XD	4,1	9,6	4,6
	Dịch vụ	1,7	5,9	3,8
2022	Toàn bộ DN	2,6	8,2	4,1
	NLTS	2,2	3,5	4,6
	Công nghiệp & XD	3,6	8,4	3,8
	Dịch vụ	2,1	8,1	4,3

Nguồn: Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2024

- Năng lực khoa học công nghệ (KHCN) yếu, tỷ lệ ứng dụng công nghệ cao thấp. Theo Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 75% doanh nghiệp sản xuất ở Việt Nam đang sử dụng máy móc hết khấu hao. Các doanh nghiệp trong nước, đặc biệt

là các doanh nghiệp vừa và nhỏ vẫn đang sử dụng máy móc có công nghệ lạc hậu 2 - 3 thế hệ. Điều này cho thấy sự chậm chạp trong đổi mới công nghệ, dẫn tới sự khó khăn trong cạnh tranh với doanh nghiệp nước ngoài.



Nâng cao năng lực sử dụng khoa học công nghệ trong nông nghiệp

- Năng lực liên kết hợp tác và phát triển các chuỗi giá trị còn hạn chế. Liên kết trực tiếp giữa doanh nghiệp chế biến – xuất khẩu với nông dân còn ít, trừ ngành nuôi trồng thủy sản. Mỗi liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác vẫn khá lỏng lẻo, thiếu bền vững, chưa gắn kết được lợi ích và trách nhiệm của các bên với nhau. Trong hầu hết các chuỗi giá trị vẫn tồn tại nhiều khâu trung gian với năng lực công nghệ, tài chính và đạo đức kinh doanh khác nhau, dẫn tới rất khó truy nguyên nguồn gốc của nhà cung ứng.

- Đầu tư theo hình thức đối tác công tư (PPP) mới ở giai đoạn thí điểm, quy mô nhỏ, phạm vi hẹp. Các chính sách mới chưa được triển khai và chưa thu hút được sự quan tâm của các doanh nghiệp về loại hình đầu tư này. Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư 2020 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2021 thu hẹp các lĩnh vực đầu tư so với Luật Đầu tư và Nghị định hướng dẫn thi hành Luật Đầu tư. Nhiều lĩnh vực sẽ không còn được đầu tư theo phương thức PPP trong đó có lĩnh vực Nông nghiệp và phát triển nông thôn

- Dòng vốn FDI vào lĩnh vực nông lâm ngư nghiệp còn hạn chế, quá nhỏ cả về quy mô dự án và tỷ trọng vốn đầu tư so với tổng FDI của cả nước. Tính đến tháng 6/2023, ngành nông lâm thủy sản có 536 dự án FDI còn hiệu lực (chiếm 1,3% số dự án FDI cả nước), với tổng vốn đăng ký gần 3,87 triệu USD, chỉ chiếm 0,8% tổng vốn FDI đăng ký của cả nước. Dự án đầu tư FDI nông nghiệp có xu hướng giảm về quy mô.

- Một hạn chế nữa là nhiều dự án FDI đang hoạt động theo mục tiêu và nhu cầu riêng rẽ của từng doanh nghiệp, thiếu đi sự liên kết trong chuỗi cung ứng và sản xuất. FDI trong nông nghiệp hiện nay của Việt Nam chưa tạo ra nhiều giá trị gia tăng. Rất nhiều nhà đầu tư thường chỉ mua nguyên liệu thô của nông dân, thực hiện những khâu sơ chế và xuất khẩu những sản phẩm có rất ít giá trị gia tăng này ra thị trường quốc tế.

- Các doanh nghiệp quy mô khác nhau đối mặt nhiều

khó khăn khi đầu tư vào nông nghiệp. Các doanh nghiệp nước ngoài gặp khó khăn về quy trình, thủ tục đăng ký hoạt động sản xuất, kinh doanh, xây dựng vùng nguyên liệu ổn định, tiếp cận hạ tầng và mặt bằng sản xuất thuận lợi. Các doanh nghiệp trong nước quy mô lớn ngoài lĩnh vực nông nghiệp khi đầu tư vào nông nghiệp tuy có vốn, công nghệ nhưng chưa có kỹ năng và kinh nghiệm quản lý các chuỗi giá trị nông sản và tiếp cận thị trường một cách hiệu quả. Các doanh nghiệp tư nhân trong nước quy mô lớn đã hoạt động lâu năm trong lĩnh vực nông nghiệp có trình độ, vốn, công nghệ cao nhưng đối mặt với nguy cơ độc quyền của các doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp đa quốc gia quy mô lớn trong cùng lĩnh vực. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ đối mặt với tất cả khó khăn từ tiếp cận vốn đến giảm thiểu rủi ro, tiếp cận mặt bằng sản xuất kinh doanh, tiếp cận thị trường đầu vào, đầu ra, tiếp cận công nghệ, tuyển dụng nhân lực đảm bảo đủ chất lượng, và xúc tiến thương mại.

- Một số doanh nghiệp coi nông, lâm, ngư nghiệp là lĩnh vực trực lợi để phục vụ cho các lợi ích khác như chiếm dụng đất nông nghiệp, trốn thuế, lợi dụng gói hỗ trợ chính sách, áp dụng công nghệ lạc hậu, gây ô nhiễm môi trường, phá hủy tài nguyên.



Việt Nam là quốc gia xuất khẩu cà-phê lớn thứ 2 thế giới

III. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP VÀ MÔ HÌNH TỔ CHỨC NGÀNH HÀNG PHÙ HỢP TẠI VIỆT NAM

Tại các nước có các ngành hàng xuất khẩu chiến lược quy mô quốc gia và quốc tế như ngành cọ dầu ở Malaysia, ngành cà phê ở Brazil, ngành lúa gạo ở Thái Lan,... bên cạnh các tổ chức của người sản xuất kinh doanh như các hiệp hội, nghiệp đoàn, liên hiệp hợp tác xã... còn có mô hình tổ chức ngành hàng như “Hội đồng ngành hàng” ở cấp quốc gia.

Tại Việt Nam, các ngành hàng cũng đã hình thành nhiều tổ chức hiệp hội của người sản xuất kinh doanh và nông dân, hỗ trợ mạnh mẽ cho doanh nghiệp và các đơn vị sản xuất. Tuy nhiên các mô hình hội đồng ngành còn chưa phổ biến. Hiện nay mới chỉ có ngành hàng lúa gạo xây dựng đề xuất thành lập hội đồng lúa gạo quốc gia.

Việt Nam có rất nhiều ngành hàng nông nghiệp chiến lược có giá trị xuất khẩu cao. Trong năm 2024,



Các ngành hàng nông nghiệp chiến lược của Việt Nam

có đến 5 ngành hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 5 tỷ USD, gồm: gỗ và sản phẩm gỗ, thủy sản, rau quả, gạo và cà phê. Những mặt hàng này không chỉ tăng trưởng về giá trị, mà còn củng cố vững chắc vị trí của Việt Nam trên bản đồ xuất khẩu nông sản thế giới. Chính vì vậy cùng với việc đẩy mạnh nâng cao vai trò của các hiệp hội ngành hàng, cần đẩy mạnh xây dựng các mô hình hội đồng ngành hàng quốc gia phù hợp với từng ngành hàng chiến lược.

1. NÂNG CAO VAI TRÒ CỦA HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG



Lúa gạo là ngành hàng chủ lực của Việt Nam

Về vai trò đại diện, bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp hội viên, trước hết, cần phát huy vai trò là cầu nối giữa cơ quan quản lý nhà nước với các doanh nghiệp, tăng cường tương tác, hợp tác chặt chẽ với các cơ quan nhà nước, trước hết là bộ, ngành quản lý nhà nước về ngành hàng, “tích cực tham gia” và “chủ động

doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp thường xuyên cập nhật, theo dõi thông tin thị trường xuất khẩu, xem hàng hóa của mình có đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng hay có nguy cơ bị từ chối nhập khẩu hoặc trả về hay không để kịp thời có những điều chỉnh thích hợp, tránh thiệt hại

đề xuất” nhằm góp phần hoàn thiện thể chế thuận lợi cho sự phát triển của ngành hàng.

Hiệp hội ngành hàng là chủ thể chính trong các hoạt động dự báo, chứng minh, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp trong các tranh chấp thương mại quốc tế, đặc biệt là các vụ kiện về chống bán phá giá để có biện pháp chủ động phòng chống từ xa; cần làm tốt công tác tổ chức thông tin thị trường, ngành hàng và xúc tiến thương mại, thể hiện vai trò trong các hoạt động nâng cao nhận thức và phổ biến kiến thức về các FTA thế hệ mới cho cộng đồng



Nâng cao vai trò của Hiệp hội ngành hàng trong xuất khẩu

1.1 Về vai trò tổ chức liên kết, hợp tác theo chuỗi giá trị

Các Hiệp hội doanh nghiệp, Hiệp hội ngành hàng cần tuyên truyền, phổ biến và khuyến khích doanh nghiệp thực hiện Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn, từ đó đảm bảo sản xuất theo quy hoạch, kế hoạch và thích ứng nhanh với cơ chế thị trường, nâng cao khả năng truy xuất nguồn gốc và bảo đảm cạnh tranh lành mạnh. Việc tư duy theo chuỗi giá trị tạo cơ sở để các bên liên quan thảo luận, thương lượng về cơ chế lợi nhuận, đảm bảo nguồn cung hàng hóa ổn định, có chất lượng, giá trị gia tăng cao, giá thành giảm, đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật và chất lượng của các thị trường nhập khẩu.

1.2 Về phát triển hợp tác quốc tế

Các Hiệp hội doanh nghiệp, Hiệp hội ngành hàng trong nước cần đẩy mạnh hoạt động hợp tác quốc tế với các tổ chức, hiệp hội ngành nghề trong khu vực và trên thế giới nhằm tranh thủ hỗ trợ về tài chính, kỹ năng chuyên môn, công nghệ và kinh nghiệm hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp phát triển xuất khẩu. Đồng thời, chủ động kết nối với các doanh nghiệp FDI cùng ngành, giúp doanh nghiệp trong nước tham gia nhiều hơn, sâu hơn vào chuỗi giá trị do doanh nghiệp FDI tạo ra và nâng nhanh tỷ trọng xuất

khẩu của khu vực doanh nghiệp trong nước nói chung và Hiệp hội nói riêng.

1.3 Về vai trò thúc đẩy tiến bộ ngành hàng

Các Hiệp hội doanh nghiệp, Hiệp hội ngành hàng trước hết cần tập trung huy động, sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực và tài chính, lấy đó làm cơ sở để xây dựng, triển khai kế hoạch nâng cao sức cạnh tranh của ngành hàng, gia tăng lợi ích cho các hội viên. Bên cạnh đó, các Hiệp hội cũng cần chủ động thúc đẩy việc nghiên cứu, hợp tác chuyển giao, ứng dụng quy trình kỹ thuật tiên tiến vào sản xuất, kinh doanh để nâng cao sản lượng, hiệu quả sản xuất - xuất khẩu; đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, cung cấp dịch vụ, hỗ trợ các doanh nghiệp đăng ký, bảo vệ thương hiệu, bảo hộ chỉ dẫn địa lý, tên gọi xuất xứ ... để phát triển và củng cố thương hiệu hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam.

1.4 Đề xuất xây dựng các hội đồng ngành hàng quốc gia cho các ngành hàng nông nghiệp chiến lược

Hội đồng ngành hàng quốc gia là thiết chế thích hợp cần được thúc đẩy xây dựng đồng hành cùng các mô hình tổ chức dành riêng cho các nhà sản xuất, kinh doanh. Đây là sự gắn kết giữa các cơ quan bộ ngành của Nhà nước với các tổ chức đại diện cho các tác nhân trong chuỗi giá trị (nông dân, đến người chế biến, người kinh doanh) và giữa các địa phương tham gia sản xuất.

2. VAI TRÒ CỦA HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG

Hội đồng ngành hàng quốc gia sẽ là tổ chức phối hợp liên ngành tham mưu giúp Thủ tướng Chính phủ nghiên cứu, chỉ đạo, phối hợp giải quyết các vấn đề quan trọng, liên ngành đối với sự phát triển ngành hàng lúa gạo. Hội đồng này sẽ đóng vai trò như một diễn đàn để các bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp, nhà khoa học và người nông dân cùng nhau bàn bạc,

thống nhất đưa ra những quyết sách quan trọng liên quan đến từng ngành hàng tại những thời điểm và tình huống khác nhau; nâng cao được vai trò, trách nhiệm của từng thành viên trong Hội đồng. Đây là kênh thông tin hoạt động rất đa chiều, có phân tích đánh giá xử lý thông tin và đưa ra quyết định thống nhất và tập trung.

3. CHỨC NĂNG NHIỆM VỤ CỦA HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG

Tư vấn giúp Chính phủ chỉ đạo, phối hợp giải quyết những công việc quan trọng, liên ngành đối với ngành hàng Việt Nam như quy hoạch và quản lý quy hoạch, đầu tư phát triển, quản lý thị trường, quản lý kỹ thuật...

Tư vấn, đề xuất với Thủ tướng Chính phủ các cơ chế chính sách, chiến lược, chương trình đề án ở cấp độ quốc gia liên quan đến ngành hàng.

Tham gia tư vấn xử lý các vấn đề quốc gia liên quan

đến ngành hàng trong phạm vi phép theo quy định của Pháp luật (đàm phán thương mại, xử lý tranh chấp, đánh giá hiệu quả chính sách, đề án, dịch vụ...)

Tham gia xây dựng các chương trình, chính sách thúc đẩy nghiên cứu khoa học công nghệ, khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo, thúc đẩy hợp tác quốc tế trong lĩnh vực ngành hàng.

Tham gia huy động và tư vấn huy động nguồn lực xã hội cho phát triển ngành hàng. Liên doanh, liên kết

4. THÀNH VIÊN VÀ CƠ CẤU TỔ CHỨC HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG

Hội đồng ngành hàng quốc gia sẽ do Thủ tướng phê duyệt thành lập. Hội đồng lúa gạo quốc gia là một tổ chức liên ngành nên việc xây dựng thành lập sẽ căn cứ theo Quyết định 23/2023/QĐ-TTg ngày 18/9/2023 về thành lập, tổ chức và hoạt động của tổ chức phối hợp liên ngành. Bộ Công Thương là đơn vị thường trực cho các hoạt động chung của Hội đồng lúa gạo quốc gia.

Hội đồng mỗi ngành hàng quốc gia bao gồm đầy đủ các Bộ, ngành liên quan, Hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp và địa phương cũng như người dân. Hội đồng sẽ gồm các thành viên chính thức và không chính thức. Thành viên chính thức gồm Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và PTNT, Bộ trưởng Bộ Công Thương, Chủ tịch các hiệp hội trong lĩnh vực ngành hàng, Đại diện Hội nông dân, đại diện các lãnh đạo Bộ liên quan, Đại diện lãnh đạo UBND tỉnh có vùng nguyên liệu lớn của ngành hàng. Các thành



Lúa gạo là ngành hàng chủ lực của Việt Nam

viên không chính thức gồm các doanh nghiệp sản xuất và thương mại lúa gạo lớn, các chuyên gia chuyên ngành có thể điều chỉnh thay đổi.

5. NGUYÊN TẮC HOẠT ĐỘNG

Hội đồng ngành hàng quốc gia hoạt động theo các quy định về Tổ chức phối hợp liên ngành do Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ đứng đầu thuộc thẩm quyền quyết định của Thủ tướng Chính phủ.

Chủ tịch, Phó Chủ tịch và các thành viên Hội đồng ngành hàng quốc gia hoạt động theo chế độ kiêm nhiệm. Các thành viên Hội đồng ngành hàng quốc gia chịu trách nhiệm tổ chức, triển khai các nhiệm vụ trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và theo sự phân công

của Chủ tịch Hội đồng ngành hàng quốc gia. Trong quá trình tổ chức thực hiện nhiệm vụ, Chủ tịch, Phó Chủ tịch và các thành viên Hội đồng ngành hàng quốc gia được quyền sử dụng công chức, viên chức, các chuyên gia, nhà khoa học về ngành, lĩnh vực thuộc cơ quan để giúp tổ chức phối hợp liên ngành thực hiện hiệu quả nhiệm vụ, nhưng bảo đảm không tăng biên chế.

Nghiên cứu trích quỹ hoạt động từ lợi nhuận thu được của ngành thông qua xuất khẩu.

Hợp tác xuất bản: Công ty TNHH Dịch vụ và thương mại ATC Việt Nam

Ý kiến đóng góp xin gửi về: Văn phòng ISG: Phòng 1705 tòa nhà A, Bộ Nông nghiệp và Môi trường, số 10 Tôn Thất Thuyết, Mỹ Đình 2, Nam Từ Liêm, Hà Nội

✦ ĐT: 024 37711 736

✦ Email: isgmard@mard.gov.vn

✦ Website: www.isgmard.org.vn