

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH PHÚ YÊN**

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

Số: 1860/QĐ-UBND

Phú Yên, ngày 08 tháng 11 năm 2011

QUYẾT ĐỊNH

Ban hành Kế hoạch tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại và tiếp tục thực hiện có hiệu quả cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Phú Yên giai đoạn 2011-2015

CHỦ TỊCH ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH PHÚ YÊN

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

Căn cứ Thông báo Kết luận số 264-TB/TW ngày 31 tháng 7 năm 2009 của Bộ Chính trị về việc tổ chức cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”;

Căn cứ Quyết định số 72/QĐ-TTg ngày 15 tháng 11 năm 2011 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 và Thông tư số 88/2011/TT-BTC ngày 17 tháng 6 năm 2011 của Bộ Tài chính hướng dẫn cơ chế tài chính hỗ trợ ngân sách nhà nước để thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia;

Căn cứ Nghị định số 134/2004/NĐ-CP ngày 09 tháng 6 năm 2004 của Chính phủ về khuyến khích phát triển công nghiệp nông thôn; Quyết định số 136/2007/QĐ-TTg ngày 20 tháng 8 năm 2007 của Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình khuyến công quốc gia đến năm 2012; Thông tư liên tịch số 125/2009/TTLT-BTC-BCT ngày 17 tháng 6 năm 2009 của liên Bộ: Tài chính, Công Thương quy định việc quản lý và sử dụng kinh phí sự nghiệp đối với chương trình khuyến công và Quyết định số 1426/2002/QĐ-UBND ngày 27 tháng 5 năm 2002 của UBND tỉnh Phú Yên về việc ban hành Quy định tạm thời về hỗ trợ, cho vay và quản lý kinh phí khuyến công;

Căn cứ Chương trình hành động số 01/CTr-UBND ngày 10 tháng 3 năm 2011 của UBND tỉnh Phú Yên thực hiện Nghị quyết số 02/NQ-CP ngày 09 tháng 01 năm 2011 của Chính phủ về một số giải pháp chủ yếu chỉ đạo điều hành thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và dự toán ngân sách nhà nước năm 2011 và Nghị quyết số 11/NQ-CP ngày 24 tháng 02 năm 2011 của Chính phủ về những giải pháp chủ yếu tập trung kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, đảm bảo an sinh xã hội;

Căn cứ Quyết định số 677/QĐ-UBND ngày 19 tháng 4 năm 2011 của UBND tỉnh Phú Yên về việc phê duyệt Dự án chiến lược phát triển xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ trên địa bàn tỉnh Phú Yên đến năm 2020 và Quyết định số 968/QĐ-UBND ngày 17 tháng 6 năm 2011 của UBND tỉnh Phú Yên về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Phú Yên đến năm 2020;

Theo đề nghị của Giám đốc Sở Công Thương (tại Tờ trình số 85/TTr-SCT ngày 02 tháng 11 năm 2011),

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại và tiếp tục thực hiện có hiệu quả cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Phú Yên giai đoạn 2011-2015.

Điều 2. Giao Sở Công Thương chủ trì, phối hợp với các sở, ban, ngành; UBND các huyện, thị xã, thành phố tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch này.

Điều 3. Chánh Văn phòng UBND tỉnh, Giám đốc các Sở: Công Thương, Kế hoạch và Đầu tư, Tài chính; Chủ tịch UBND các huyện, thị xã, thành phố; Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này kể từ ngày ký./.

**KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**

Nguyễn Ngọc Ân

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH PHÚ YÊN**

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

KẾ HOẠCH

**Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại và tiếp tục thực hiện
có hiệu quả cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”
trên địa bàn tỉnh Phú Yên giai đoạn 2011-2015**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 1860/QĐ-UBND ngày 08/11/2011
của Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh Phú Yên)*

I. Mục tiêu

1. Mục tiêu chung:

- Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại nhằm phát triển thị trường xuất khẩu, thị trường trong nước bao gồm thị trường nông thôn, miền núi phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội theo từng thời kỳ đã được Chính phủ và UBND tỉnh phê duyệt.

- Tạo sự chuyển biến về ý thức trong nhân dân, các đơn vị sản xuất kinh doanh, tổ chức - kinh tế xã hội, phát huy mạnh mẽ lòng yêu nước, tinh thần tự lực tự cường, tự tôn dân tộc, xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam và sản xuất ra nhiều hàng Việt Nam có chất lượng, sức cạnh tranh cao, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

- Nâng cao ý thức trách nhiệm của các cơ quan, doanh nghiệp trong việc cải tiến chất lượng sản phẩm, sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; cải tiến chất lượng kinh doanh phục vụ, thu hút người tiêu dùng Việt Nam nói chung, người tiêu dùng Phú Yên nói riêng hướng về hàng hóa mang thương hiệu Việt Nam, thương hiệu Phú Yên.

2. Mục tiêu cụ thể và nhiệm vụ:

- Phân đấu tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân giai đoạn 2011-2015 đạt mức 23,90%/năm; giá trị kim ngạch xuất khẩu tăng từ 120 triệu USD năm 2010 lên 350 triệu USD vào năm 2015.

- Phân đấu tốc độ tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng bình quân giai đoạn 2011-2015 đạt 24%/năm.

- Góp phần nâng cao sức cạnh tranh cho các sản phẩm Việt Nam, góp phần xây dựng thương hiệu Việt, đồng thời ngăn chặn việc sản xuất hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng nhằm bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp và người tiêu dùng.

- Góp phần thực hiện Nghị quyết số 11/NQ-CP ngày 24/02/2011 của Chính phủ về những giải pháp chủ yếu tập trung kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, đảm bảo an sinh xã hội.

Để đạt được các mục tiêu trên nhiệm vụ chủ yếu của Kế hoạch là:

- Đẩy mạnh công tác tổ chức thông tin, tuyên truyền, định hướng và vận động người tiêu dùng Việt Nam sử dụng hàng Việt Nam, xem đó là tinh thần yêu nước, nét đẹp trong văn hóa tiêu dùng người Việt Nam.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Phú Yên trong các hoạt động xúc tiến thương mại theo quy định của pháp luật như: thông tin thương mại; tổ chức điều tra, khảo sát thị trường, điều tra người tiêu dùng, mạng lưới phân phối, xây dựng cơ sở dữ liệu ngành hàng, tuyên truyền xuất khẩu; tư vấn phát triển sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển xuất khẩu, thâm nhập thị trường nước ngoài; Hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia Hội chợ triển lãm trong và ngoài nước.

- Tổ chức các hoạt động bán hàng, thực hiện các chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, khu công nghiệp; khu đô thị thông qua doanh nghiệp kinh doanh theo ngành hàng, hợp tác xã cung ứng dịch vụ trên địa bàn tỉnh theo các Đề án đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt;

- Xúc tiến thương mại nội địa, tăng cường hệ thống phân phối bán lẻ nhất là ở vùng sâu, vùng xa, nông thôn; nghiên cứu phát triển hệ thống phân phối, cơ sở hạ tầng thương mại. Hỗ trợ công tác quy hoạch, quản lý, vận hành cơ sở hạ tầng thương mại;

- Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại trong nước: tháng khuyến mại, tuần hàng Việt Nam, chương trình hàng Việt, chương trình giới thiệu sản phẩm mới,... Đào tạo, tập huấn ngắn hạn về kỹ năng kinh doanh, tổ chức mạng lưới bán lẻ; Tổ chức hội thảo, tham dự hội thảo;

- Tiếp tục đổi mới công tác quản lý nhà nước, tăng cường các hoạt động quản lý thị trường.

II. Nội dung của kế hoạch

A. Chương trình xúc tiến thương mại định hướng xuất khẩu

1. Hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu:

- Mục tiêu: Hỗ trợ các doanh nghiệp về thông tin thương mại, nghiên cứu thị trường, xây dựng cơ sở dữ liệu các thị trường xuất khẩu trọng điểm theo ngành hàng.

- Đối tượng đăng ký, nhận thông tin: Các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu: thủy sản, nhân hạt điều, may mặc, gỗ mỹ nghệ, sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ mây - tre - lá xuất khẩu,... trên địa bàn tỉnh.

- Số lượng hỗ trợ: 20-25 doanh nghiệp/năm.

2. Tư vấn phát triển sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển xuất khẩu, thâm nhập thị trường nước ngoài:

- Mục tiêu: Thuê chuyên gia trong và ngoài nước tư vấn cho các doanh nghiệp về phát triển sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển xuất khẩu, thâm nhập thị trường nước ngoài.

- Đối tượng tham gia: Các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu trên địa bàn tỉnh.

- Số lượng: 10 doanh nghiệp/năm.

3. Tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm thương mại:

Mục tiêu: Giúp các doanh nghiệp có cơ hội tìm kiếm bạn hàng, tiến hành giao dịch thương mại, giới thiệu sản phẩm, nắm bắt nhu cầu thị hiếu khách hàng, mở rộng thị trường xuất khẩu.

3.1. Hỗ trợ các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh tham gia hội chợ thương mại tại nước ngoài:

- Đối tượng tham gia: Các đơn vị sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh.

- Số lượng: Hàng năm giới thiệu 02 doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm tại khu vực: ASEAN, Trung Quốc, EU, Liên bang Nga, Mỹ, Nhật Bản,...

3.2. Tổ chức hội chợ triển lãm định hướng xuất khẩu tại Phú Yên:

- Đối tượng tham gia: Đơn vị xúc tiến thương mại, các đơn vị sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh;

- Thời gian tổ chức: Năm 2011 và 2015.

4. Hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia xúc tiến thương mại đã thực hiện có hiệu quả trong việc xuất khẩu vào thị trường mới và xuất khẩu mặt hàng mới:

- Mục tiêu: Hỗ trợ đối với các tổ chức, cá nhân có hoạt động sản xuất, kinh doanh xuất khẩu trực tiếp các mặt hàng thuộc Danh mục các mặt hàng khuyến khích xuất khẩu của tỉnh.

- Đối tượng tham gia: Các loại hình doanh nghiệp được thành lập theo Luật Doanh nghiệp, Luật Hợp tác xã, các cá nhân, hộ gia đình được thành lập và đăng ký kinh doanh trên địa bàn tỉnh Phú Yên.

- Mức hỗ trợ: Theo quy định tại Khoản 1, 2 Điều 4 Quyết định số 1711/2010/QĐ-UBND ngày 22/10/2010 của Ủy ban nhân dân tỉnh Phú Yên.

B. Chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước

1. Tổ chức, hướng dẫn và hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm công nghiệp - thương mại:

1.1. Hội chợ, triển lãm trong tỉnh:

a) Hội chợ cấp khu vực, cấp tỉnh:

- Mục tiêu: Hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm công nghiệp - thương mại cấp khu vực, cấp tỉnh tổ chức tại thành phố Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên; tham gia trưng bày sản phẩm của tỉnh Phú Yên tại các khu trưng bày nhằm giúp các doanh nghiệp và các hộ kinh doanh giới thiệu, quảng bá các sản phẩm hàng hóa của mình, nắm bắt nhu cầu thị hiếu khách hàng, tìm cơ hội đầu tư, hợp tác sản xuất, kinh doanh thương mại;

- Đối tượng tham gia: Đơn vị xúc tiến thương mại, các đơn vị sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh;

- Số lượng: 02 Hội chợ/năm.

b) Hội chợ thương mại cấp huyện, thị xã:

- Mục tiêu: Hàng năm tổ chức Hội chợ thương mại cấp huyện, thị xã trên địa bàn tỉnh để các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh Phú Yên quảng bá sản phẩm hàng Việt Nam gắn với hàng Phú Yên chất lượng cao đến mọi người dân tại các địa phương, góp phần tạo thói quen người Phú Yên sử dụng hàng Việt. Đồng thời tạo điều kiện để các doanh nghiệp có điều kiện tiếp xúc tìm hiểu thị hiếu người tiêu dùng để có những sản phẩm đáp ứng tốt hơn cho nhu cầu của thị trường;

- Đối tượng tham gia: Đơn vị xúc tiến thương mại, các đơn vị sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh;

- Số lượng: 03 Hội chợ/năm.

1.2. Hội chợ triển lãm trong nước:

- Mục đích: Hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm công nghiệp - thương mại tại các tỉnh trong khu vực miền Trung - Tây nguyên, các tỉnh, thành phố trong cả nước mà hàng hóa của Phú Yên có thể tiêu thụ được; tham gia trưng bày sản phẩm của tỉnh Phú Yên tại khu trưng bày. Nhằm giúp các doanh nghiệp và hộ kinh doanh giới thiệu, quảng bá các sản phẩm hàng hóa của mình, nắm bắt nhu cầu thị hiếu khách hàng, tìm cơ hội đầu tư, hợp tác sản xuất, kinh doanh thương mại;

- Đối tượng tham gia: Đơn vị xúc tiến thương mại, các đơn vị sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh;

- Các hội chợ trong nước dự kiến tham gia:

+ 07 Hội chợ Công nghiệp - Thương mại tổ chức tại các tỉnh, thành phố khu vực miền Trung - Tây Nguyên và một số tỉnh phía Nam;

+ 03 Hội chợ hàng thủ công mỹ nghệ, hàng nông sản... (01 phía Nam, 01 miền Trung, 01 phía Bắc).

2. Tổ chức các hoạt động bán hàng, thực hiện các chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, các khu công nghiệp, khu đô thị:

- Mục tiêu: Thực hiện có hiệu quả cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, tạo sự chuyên biến về ý thức trong nhân dân, các đơn vị sản xuất kinh doanh, tổ chức kinh tế - xã hội, phát huy mạnh mẽ lòng yêu nước, ý thức tự lực tự cường, tự tôn dân tộc, xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam.

- Đối tượng tham gia: Các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh các ngành hàng trên địa bàn tỉnh.

- Số lượng đợt bán hàng: 08 đợt/năm, trong đó:

+ Bán hàng Việt về nông thôn: 06 đợt, quy mô tối thiểu 05 doanh nghiệp cho 01 đợt bán hàng;

+ Bán hàng cho công nhân tại khu công nghiệp: 02 đợt, quy mô tối thiểu 03 doanh nghiệp cho 01 đợt bán hàng.

3. Tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa, dịch vụ Việt Nam đối với người tiêu dùng trong nước:

- Mục tiêu: Tổ chức tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa, dịch vụ của Việt Nam nói chung, Phú Yên nói riêng đến người tiêu dùng thông qua các hoạt động truyền thông trên báo giấy, báo điện tử, truyền thanh, truyền hình, ấn phẩm và các hình thức phổ biến thông tin khác.

- Đối tượng tham gia tuyên truyền: Báo Phú Yên, Đài Phát thanh Phú Yên, Trung tâm truyền hình Việt Nam tại Phú Yên và các báo, đài khác trên cả nước.

4. Hỗ trợ công tác quy hoạch, quản lý, vận hành cơ sở hạ tầng thương mại (đối với các đơn vị chưa được nhà nước cấp kinh phí):

- Mục tiêu: Hỗ trợ kinh phí phục vụ công tác quy hoạch, quản lý, vận hành các cụm, điểm cơ sở hạ tầng thương mại.

- Đối tượng tham gia: Các đơn vị lập quy hoạch, quản lý, vận hành các cụm, điểm cơ sở hạ tầng thương mại.

5. Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại thị trường trong nước tổng hợp:

- Mục tiêu: Tổ chức tháng khuyến mãi, tuần hàng Việt Nam, Chương trình hàng Việt, chương trình giới thiệu sản phẩm mới, bình chọn sản phẩm Việt Nam được yêu thích nhất theo tháng, quý, năm.

- Đối tượng tham gia: Các đơn vị sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh.

6. Đào tạo, tập huấn ngắn hạn:

- Mục tiêu: Nâng cao năng lực cho cán bộ quản lý nhà nước, cán bộ quản lý doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế trong tỉnh về: hội nhập kinh tế quốc tế, kỹ năng xây dựng thương hiệu, kỹ năng xúc tiến thương mại, kỹ năng tổ chức mạng lưới bán lẻ, kỹ năng đàm phán,...

- Đối tượng tham gia: Cán bộ quản lý nhà nước, đơn vị Xúc tiến thương mại, các đơn vị sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh.

- Đào tạo: 02 lớp/năm.

7. Tổ chức, tham dự hội thảo:

- Mục tiêu: Trao đổi thông tin về thị trường, kỹ năng xúc tiến thương mại, quá trình hội nhập, xây dựng và quảng bá thương hiệu, giải pháp để phát triển thương mại nông thôn, miền núi, tiếp tục thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

- Đối tượng tham gia: Cán bộ quản lý nhà nước, đơn vị xúc tiến thương mại, các đơn vị sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh.

- Một số chủ đề hội thảo chính là: Cam kết gia nhập WTO và tác động đến doanh nghiệp; Xây dựng và quảng bá thương hiệu; phát triển thị trường cho các sản phẩm nông - lâm - thủy sản; Phát triển thị trường cho các sản phẩm tiểu thủ công nghiệp; xúc tiến quảng bá thương hiệu sản phẩm ra thị trường nước ngoài, kỹ năng xây dựng thương hiệu; kỹ năng đàm phán, ký kết hợp đồng thương mại quốc tế; kỹ năng khai thác và ứng dụng thương mại điện tử trong kinh doanh xuất khẩu; nâng cao năng lực xuất khẩu hàng hóa của tỉnh Phú Yên vào một số thị trường trọng điểm; Cuộc vận động “ Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam – Người Phú Yên ưu tiên dùng hàng Phú Yên”.

III. Kinh phí thực hiện kế hoạch

1. Nguồn kinh phí: Kinh phí sự nghiệp kinh tế thuộc ngân sách nhà nước Trung ương và của tỉnh dành cho hoạt động xúc tiến thương mại, hoạt động khuyến công.

2. Dự toán kinh phí:

Tổng dự toán kinh phí thực hiện Kế hoạch là: 23.110 triệu đồng, trong đó:

- Từ nguồn ngân sách quốc gia: 6.770 triệu đồng.

Gồm: + Từ nguồn kinh phí XTTM quốc gia: 5.800 triệu đồng.

+ Từ nguồn kinh phí khuyến công quốc gia: 970 triệu đồng.

- Từ nguồn khuyến công và XTTM địa phương: 4.766 triệu đồng.

- Từ nguồn đóng góp của đơn vị thụ hưởng: 11.574 triệu đồng.

(Chi tiết nội dung Chương trình, kinh phí thực hiện tại Phụ lục kèm theo Kế hoạch này).

IV. Tổ chức thực hiện

1. Sở Công Thương:

- Sở Công Thương là cơ quan được Ủy ban nhân dân tỉnh giao trách nhiệm triển khai thực hiện Kế hoạch này.

- Chủ trì, xây dựng trình Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt chương trình, kế hoạch dự toán kinh phí xúc tiến thương mại địa phương theo các nội dung chương trình xúc tiến thương mại hàng năm. Xây dựng trình Bộ Công Thương phê duyệt chương trình, kế hoạch dự toán kinh phí khuyến công và kinh phí xúc tiến thương mại quốc gia theo các nội dung chương trình xúc tiến thương mại hàng năm. Chỉ đạo Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại thuộc Sở tổ chức triển khai thực hiện nội dung các chương trình sau khi được phê duyệt.

- Tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành Quy định về xây dựng, quản lý và tổ chức thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Phú Yên.

- Chỉ đạo Chi cục Quản lý thị trường tăng cường công tác kiểm tra, xử lý vi phạm, gian lận thương mại, chống hàng giả, hàng nhái; kiểm tra việc thực hiện chính sách pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong nước; phối hợp với các ngành chức năng liên quan tăng cường công tác kiểm tra đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm cho hàng hóa Việt Nam.

- Chủ trì, phối hợp với Sở Tài chính kiểm tra định kỳ, đột xuất tình hình thực hiện các chương trình Xúc tiến thương mại, đảm bảo việc quản lý, sử dụng kinh phí xúc tiến thương mại đúng mục đích, có hiệu quả.

- Thực hiện báo cáo định kỳ về tình hình triển khai các chương trình, kế hoạch Xúc tiến thương mại theo quy định của Ủy ban nhân dân tỉnh và Bộ Công Thương.

2. Sở Tài chính, Sở Kế hoạch và Đầu tư: Phối hợp với Sở Công Thương tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh bố trí cân đối nguồn ngân sách tỉnh đảm bảo kinh phí hàng năm để thực hiện các nhiệm vụ theo Kế hoạch này.

3. Đài Phát thanh, Báo Phú Yên; Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại Phú Yên: Tích cực thông tin, tuyên truyền để các cơ quan, đơn vị và nhân dân trong tỉnh nắm bắt kịp thời, đầy đủ về chính sách Xúc tiến thương mại của Nhà nước, của tỉnh và hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” của Bộ Chính trị.

4. Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố: Phối hợp với Sở Công Thương triển khai thực hiện tuyên truyền, nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa Việt Nam đến người tiêu dùng trên địa bàn và chỉ đạo, hướng dẫn các doanh nghiệp trên địa bàn tích cực tham gia chương trình xúc tiến thương mại theo Kế hoạch này./.

**KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**

Nguyễn Ngọc Ân

Phụ lục:**Nội dung chương trình, kinh phí thực hiện Kế hoạch tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại và tiếp tục thực hiện có hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Phú Yên giai đoạn 2011-2015**

TT	Nội dung chương trình	Kinh phí thực hiện (triệu đồng)					
		2011	2012	2013	2014	2015	Tổng cộng
I	Chương trình xúc tiến thương mại định hướng xuất khẩu	2.380	1.070	1.270	1.270	3.370	9.360
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	1.240	400	400	400	1.500	3.940
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	464	664	664	764	2.556
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	1.140	206	206	206	1.106	2.864
	Trong đó:						
1	Hỗ trợ thông tin thương mại, nghiên cứu thị trường, xây dựng cơ sở dữ liệu các thị trường xuất khẩu theo ngành hàng cho các DN sản xuất hàng xuất khẩu: chế biến thủy sản; nhân hạt điều; sản xuất sản phẩm gỗ mỹ nghệ; sản xuất hàng TCMN từ mây tre lá; may mặc;...	-	20	20	20	20	80
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	14	14	14	14	56
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	6	6	6	6	24
2	Thuê chuyên gia trong và ngoài nước tư vấn cho 10 DN về phát triển SP, nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển xuất khẩu, thâm nhập thị trường nước ngoài	-	50	50	50	50	200
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	50	50	50	50	200
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	-	-	-	-	-
3	Hỗ trợ 02 doanh nghiệp Phú Yên tham gia hội chợ triển lãm ở nước ngoài	-	600	600	600	600	2.400
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	400	400	400	400	1.600
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	200	200	200	200	800
4	Tổ chức hội chợ, triển lãm định hướng xuất khẩu:	2.380	-	-	-	2.000	4.380
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	1.240	-	-	-	1.100	2.340
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc	-	-	-	-	-	-

	tiền thương mại tỉnh						
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	1.140	-	-	-	900	2.040
4.1	Tổ chức Hội chợ TMQT MT-TN năm 2011 tại Phú Yên, quy mô 400 gian hàng	2.380	-	-	-	-	2.380
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	1.240	-	-	-	-	1.240
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	1.140	-	-	-	-	1.140
4.2	Tổ chức Hội chợ triển lãm thương mại khu vực miền Trung - Tây nguyên, quy mô 300 gian hàng	-	-	-	-	2.000	2.000
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	1.100	1.100
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến Thương mại tỉnh	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	-	-	-	900	900
5	Hỗ trợ DN tham gia XTTM đã thực hiện có hiệu quả trong việc xuất khẩu vào thị trường mới và xuất khẩu mặt hàng mới	-	400	600	600	700	2.300
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	400	600	600	700	2.300
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	-	-	-	-	-
II.	XTTM thị trường trong nước:	690	4.525	2.805	2.925	2.805	13.750
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	465	465	605	325	1.860
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	850	-	120	-	970
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	210	560	500	300	640	2.210
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	480	2.650	1.840	1.900	1.840	8.710
1	Tổ chức Hội chợ, triển lãm:	480	3.400	1.680	1.800	1.680	9.040
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	850	-	120	-	970
	- Nguồn kinh phí xúc tiến thương mại tỉnh	60	120	60	-	60	300
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	420	2.430	1.620	1.680	1.620	7.770
1.1	Tổ chức HCTL CNNT tiêu biểu khu vực MT-TN qui mô 250 gian hàng	-	1.600	-	-	-	1.600
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	850	-	-	-	850
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	750	-	-	-	750
1.2	Tổ chức hội chợ thương mại hàng năm tại TP Tuy Hòa (02 Hội chợ, quy mô 200 gian hàng/ hội chợ)	-	1.200	1.200	1.200	1.200	4.800
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc	-	-	-	-	-	-

	<i>tiền thương mại tỉnh</i>						
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	1.200	1.200	1.200	1.200	4.800
1.3	Tổ chức hội chợ thương mại hàng năm tại các huyện, thị xã (03 Hội chợ, quy mô 100 gian hàng/hội chợ)	360	360	360	360	360	1.800
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	360	360	360	360	360	1.800
1.4	Hỗ trợ các cơ sở CNNT tham gia các HCTL do các tỉnh, thành phố tổ chức	120	240	120	240	120	840
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	120	-	120
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	60	120	60	-	60	300
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	60	120	60	120	60	420
2	Tổ chức các hoạt động bán hàng, thực hiện chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, các khu công nghiệp thông qua doanh nghiệp kinh doanh, cung ứng dịch vụ theo đề án được cấp có thẩm quyền phê duyệt (tổ chức 08 đợt/năm)	210	400	400	400	400	1.810
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	140	140	140	140	560
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	150	140	140	140	140	710
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	60	120	120	120	120	540
3	Tổ chức tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa và dịch vụ Việt Nam đến người tiêu dùng trên các phương tiện thông tin đại chúng	-	150	150	150	150	600
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	100	100	100	100	400
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	50	50	50	50	200
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	-	-	-	-	-
4	Hỗ trợ công tác quy hoạch, quản lý, vận hành cơ sở hạ tầng thương mại cho 01 cụm/điểm quy hoạch/năm	-	175	175	175	175	700
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	175	175	175	175	700
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	-	-	-	-	-
5	Tổ chức các sự kiện XTTM thị trường trong nước tổng hợp: Tháng khuyến mại, tuần hàng Việt Nam, chương trình hàng Việt,...	-	200	200	200	200	800
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	-	-

	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	100	100	100	100	400
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	100	100	100	100	400
6	Đào tạo, tập huấn ngắn hạn về kỹ năng kinh doanh, tổ chức mạng lưới bán lẻ,... (02 lớp/năm)	-	100	100	100	100	400
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	50	50	50	50	200
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	50	50	50	50	200
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	-	-	-	-	-
7	Tổ chức, tham dự hội thảo	-	100	100	100	100	400
	- Nguồn kinh phí XTTM quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia	-	-	-	-	-	-
	- Nguồn kinh phí khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh	-	100	100	100	100	400
	- Nguồn đóng góp từ đơn vị thụ hưởng	-	-	-	-	-	-
	TỔNG CỘNG (I+II)	3.070	5.595	4.075	4.195	6.175	23.110