

Số: /KH-UBND

Phú Thọ, ngày tháng 8 năm 2020

KẾ HOẠCH
Xúc tiến Thương mại tỉnh Phú Thọ giai đoạn 2021-2025

Giai đoạn 2016-2020, tỉnh Phú Thọ đã có định hướng phát triển thương mại dịch vụ theo hướng hiện đại hóa, gắn liền với quy mô, trình độ phát triển sản xuất thời kỳ công nghiệp hóa và tiến trình hội nhập kinh tế của cả nước. Gắn kết chặt chẽ việc sản xuất và tiêu thụ, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao của nhân dân và nhu cầu xuất khẩu tiêu thụ hàng hóa của doanh nghiệp. Nhiều nội dung xúc tiến thương mại được thực hiện nhằm ổn định, phát triển thị trường trong nước và mở rộng thị trường xuất khẩu góp phần đẩy mạnh chỉ tiêu xuất khẩu ngày càng tăng (năm 2019 chỉ tiêu xuất khẩu đã đạt trên 2 tỷ USD). Nhiều chương trình kết nối cung cầu, hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm công nghiệp, nông sản tiêu biểu của tỉnh ra thị trường ngoài tỉnh đã triển khai có hiệu quả. Các sản phẩm có thế mạnh của tỉnh được hỗ trợ xây dựng thương hiệu, thiết kế mẫu mã, bao bì đóng gói, nâng cao giá trị và chất lượng sản phẩm, đáp ứng các điều kiện cần thiết để đưa hàng hoá vào tiêu thụ tại các kênh phân phối hiện đại trong nước và xuất khẩu.

Tuy nhiên, công tác xúc tiến thương mại thời gian qua còn một số hạn chế như: Các hoạt động XTTM chưa được đa dạng hóa; Cách thức tiếp cận thị trường qua môi trường thương mại điện tử và các nền tảng công nghệ số còn hạn chế; Chưa có kế hoạch phát triển xuất khẩu trung và dài hạn, có trọng tâm, trọng điểm; các hoạt động cung cấp thông tin thị trường, tư vấn thông tin ngoài thị trường, kết nối giữa người mua và người bán, giữa các nhà xuất khẩu của tỉnh với các nhà nhập khẩu nước ngoài và ngược lại chưa được thực hiện thường xuyên; Nhiều doanh nghiệp chưa hiểu hết lợi ích và quan tâm đúng mức đến công tác xúc tiến thương mại, chưa có nhiều sản phẩm của tỉnh tiếp cận được với hệ thống bán hàng lớn, hệ thống bán hàng toàn cầu; công tác xây dựng, nhận diện phát triển thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp chưa được quan tâm đúng mức;...

Để duy trì và đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại của tỉnh thời gian tới, nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa của tỉnh, tăng kim ngạch xuất khẩu, góp phần vào phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Xét đề nghị của Sở Công tại Tờ trình số 39/TTr-SCT ngày 20 tháng 8 năm 2020, UBND tỉnh Phú Thọ ban hành Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Phú Thọ giai đoạn 2021-2025; với các nội dung sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU:

1. Mục đích:

- Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp (đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa) các tổ chức, cá nhân sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh tìm kiếm đối tác, thúc

đẩy cơ hội mua, bán hàng hóa và cung ứng dịch vụ; chú trọng hỗ trợ các làng nghề truyền thống, các sản phẩm chủ lực có thế mạnh của tỉnh, các sản phẩm chăn nuôi (thịt gà, lợn, trâu, bò, cá...), các sản phẩm nông, lâm sản chế biến. Duy trì và mở rộng mạng lưới phân phối, ổn định thị trường tiêu thụ sản phẩm tại thị trường trong và ngoài nước; mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế, phát triển sản xuất, kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh, đẩy mạnh xuất khẩu và đứng vững trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

- Thúc đẩy và tăng cường mối liên kết trao đổi, hợp tác giữa các địa phương, doanh nghiệp nhằm đẩy mạnh phát triển mạng lưới phân phối hàng Việt tới thị trường nông thôn, miền núi góp phần thực hiện có hiệu quả cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam". Đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu hàng hóa theo hướng tăng xuất khẩu những mặt hàng chế biến sâu có giá trị gia tăng cao, giảm dần tỷ trọng hàng xuất khẩu thô.

- Nâng cao nhận thức của cán bộ quản lý nhà nước, các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh về vai trò, lợi ích và kỹ năng xúc tiến thương mại trong sản xuất kinh doanh, phục vụ phát triển kinh tế.

- Khai thác, huy động tối đa nguồn lực của các thành phần kinh tế vào thực hiện công tác xúc tiến thương mại góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất, tạo thêm nhiều việc làm cho người lao động và nhân dân trong tỉnh, góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

2. Yêu cầu:

- Hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2021-2025 phải phù hợp với kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh cùng thời kỳ, phù hợp kế hoạch được UBND tỉnh phê duyệt, gắn kết các hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư và xúc tiến du lịch; tạo động lực thúc đẩy sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh, phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" giai đoạn 2020-2025; đồng thời mở rộng thị trường xuất khẩu, phấn đấu đạt mục tiêu xuất khẩu theo kế hoạch đề ra.

- Phát triển xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh Phú Thọ nhằm phát huy hết tiềm năng, lợi thế của tỉnh để phát triển thương mại, nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trong tỉnh, thực hiện tốt công tác quảng bá, giới thiệu và tìm kiếm thị trường cho hàng hóa, sản phẩm của các doanh nghiệp của tỉnh trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.

- Tranh thủ nguồn lực của Trung ương; phân bổ nguồn lực địa phương hỗ trợ công tác xúc tiến thương mại của tỉnh có trọng tâm, trọng điểm, tập trung chủ yếu vào các hoạt động hỗ trợ tiêu thụ các mặt hàng chủ lực của tỉnh, các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh như nông sản tiêu biểu, thực phẩm chế biến, sản phẩm OCOP của tỉnh.

II. NỘI DUNG:

1. Công tác thông tin truyền thông, quảng bá:

- Phát hành ấn phẩm xúc tiến thương mại, như: Bản tin Công Thương (4 số/năm, 600 cuốn/số); mỗi năm phát hành 1.000 tờ rơi, tờ gấp giới thiệu các sản phẩm, các đơn vị, doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh; biên tập và phát hành Cẩm nang xúc tiến thương mại với nhiều chủ đề giới thiệu tiềm năng, lợi

thể phát triển công nghiệp, thương mại của tỉnh; giới thiệu, quảng bá các sản phẩm nông sản, sản phẩm tiểu thủ công nghiệp tiêu biểu, thế mạnh của tỉnh thông qua các kênh hội nghị, hội thảo, hội chợ trong và ngoài nước, các chương trình xúc tiến thương mại của Trung ương và các địa phương trong nước và nước ngoài.

- Thu thập và cập nhật kịp thời các thông tin liên quan đến tình hình thương mại trong và ngoài nước, tuyên truyền, quảng bá các sản phẩm hàng hóa của địa phương, đồng thời tuyên truyền phổ biến các chính sách pháp luật của nhà nước trong lĩnh vực xúc tiến thương mại bằng các hình thức đa dạng, phong phú, như: Đăng trên Trang thông tin tổng hợp Sở Công Thương Phú Thọ; Sàn giao dịch thương mại điện tử tỉnh Phú Thọ giaothuong.net.vn; Bản tin Công thương; Báo Phú Thọ; Xây dựng từ 5-10 phóng sự phát sóng trên Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh Phú Thọ và các kênh thông tin, truyền thông khác.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất các sản phẩm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, sản phẩm nông sản tiêu biểu tham gia thành viên, mở gian hàng giao dịch mua bán trên Sàn giao dịch thương mại điện tử tỉnh Phú Thọ giaothuong.net.vn và các sàn thương mại điện tử khác, hướng dẫn doanh nghiệp tiếp cận và thực hiện các phương thức quảng bá và bán hàng online.

2. Tổ chức các hoạt động giới thiệu sản phẩm

- Hàng năm tổ chức từ 5-10 khu trưng bày, giới thiệu sản phẩm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp; sản phẩm nông, lâm sản chế biến tiêu biểu của tỉnh Phú Thọ tại các hội chợ triển lãm trọng điểm, các Hội chợ triển lãm chuyên ngành trong nước và quốc tế được tổ chức tại các tỉnh, thành phố.

- Mỗi năm tổ chức từ 8-10 hội chợ triển lãm trên địa bàn tỉnh, trong đó duy trì việc tổ chức Hội chợ Hùng Vương trong dịp Giỗ tổ Hùng Vương – Lễ hội Đền Hùng hàng năm. Nâng cao chất lượng, hiệu quả tổ chức các hội chợ, triển lãm thường niên tại các huyện, thành phố và thị xã.

- Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại thị trường trong nước nhằm tuyên truyền, hưởng ứng và thực hiện có hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”: Mỗi năm tổ chức từ 2-3 phiên chợ hàng Việt về nông thôn, miền núi và khu công nghiệp; Hỗ trợ xây dựng từ 2-3 điểm bán hàng Việt tại nông thôn, miền núi; Tổ chức từ 3 -5 tuần lễ hàng nông sản, hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu của tỉnh tại các thành phố, khu đô thị trong nước; Tổ chức các chương trình giới thiệu sản phẩm mới; Tổ chức bình chọn sản phẩm được yêu thích nhất; Duy trì việc tổ chức tháng khuyến mãi hàng năm;

- Duy trì hoạt động có hiệu quả Trung tâm bán và giới thiệu sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của tỉnh Phú Thọ nhằm giúp các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở công nghiệp nông thôn quảng bá thương hiệu, tiêu thụ sản phẩm hàng hóa.

3. Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại ra nước ngoài, gặp gỡ các doanh nghiệp xuất nhập khẩu trong và ngoài nước.

- Tổ chức 2-3 đoàn xúc tiến thương mại ra nước ngoài và tổ chức 1-2 đoàn doanh nghiệp nước ngoài vào tỉnh giao dịch, mua hàng nhằm khảo sát thị trường tiêu thụ sản phẩm nông, lâm sản, sản phẩm có thế mạnh của tỉnh:

+ Tổ chức xúc tiến tiêu thụ mặt hàng chè chế biến sang thị trường các nước: Nga, Afghanistan đối với chè xanh; Thị trường các nước: Nga, Trung Quốc, Indonesia, Pakistan, Iraq, Thái Lan... và các nước Trung Đông đối với chè đen và Thị trường Nhật bản và các nước EU cho các sản phẩm chè biến chế cao cấp, như: Chè nhúng túi lọc, chè ướp hương, nước trà các loại...

+ Tổ chức xúc tiến tiêu thụ mặt hàng gỗ chế biến: Sản phẩm gỗ gồm gỗ ván ép, gỗ thanh, ván gỗ thanh, viên gỗ nén... kết nối với thị trường: Hàn Quốc, Nhật Bản, Indonesia, tăng dần tỷ trọng vào thị trường Mỹ. Tìm kiếm nhu cầu kết nối các sản phẩm được sản xuất từ gỗ rừng trồng, như: Đồ nội thất, ván lát sàn... vào thị trường Mỹ và các nước EU...

+ Kết nối phát triển thêm đơn hàng cho sản phẩm may mặc, giày da tại các nước như: Hàn Quốc, Mỹ, các nước EU,...

+ Nghiên cứu nhu cầu thị trường Nhật Bản để kết nối tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp, sản phẩm chăn nuôi; như: Trứng gà, các loại hoa quả tươi như: Quả có múi (bưởi, cam...), chuối, đu đủ... và các các loại sản phẩm rau, củ, quả đã qua chế biến.

- Tổ chức 5-6 Hội nghị kết nối cung cầu trên địa bàn tỉnh và các tỉnh thành trong khu vực nhằm liên kết các doanh nghiệp, các nhà phân phối, các nhà bán lẻ có uy tín, năng lực đến tỉnh Phú Thọ để thực hiện kết nối giao thương với các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh;

- Tổ chức các hoạt động kết nối tiêu thụ từ 10-15 sản phẩm chăn nuôi (Thịt gà, thịt vịt; thịt lợn; cá...), sản phẩm nông sản (các loại rau, củ, quả đã chế biến và chưa qua chế biến), các sản phẩm OCOP của tỉnh vào được hệ thống các siêu thị: BigC, Coopmart, Vinmart, Lottemart, Alohamal, Mega Market, Emart, hệ thống cửa hàng trên trạm dừng nghỉ đường cao tốc và hệ thống chợ đầu mối...

- Tổ chức các hoạt động xúc tiến tổng hợp (thương mại kết hợp đầu tư và du lịch) nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ của tỉnh ra nước ngoài, đồng thời thu hút đầu tư, thu hút khách du lịch nước ngoài đến Phú Thọ.

4. Hỗ trợ xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý, xuất sứ hàng hóa cho các Doanh nghiệp, Hợp tác xã và hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm

- Hàng năm hỗ trợ xây dựng nhãn hiệu, thiết kế mẫu bao bì và hỗ trợ in bao bì sản phẩm cho từ 8-10 doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất trên địa bàn tỉnh, trong đó tập trung ưu tiên hỗ trợ các đơn vị sản xuất sản phẩm nông sản tiêu biểu và các sản phẩm OCOP của tỉnh Phú Thọ.

- Hỗ trợ xây dựng từ 5 - 10 nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý, xuất sứ hàng hóa cho các sản phẩm của các làng nghề, các doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất, chế biến hàng nông sản thực phẩm, sản phẩm nông nghiệp, chăn nuôi, trồng trọt; như: Chè xanh Tân Sơn, Thanh Sơn, Hạ Hòa, Thanh Ba,...; Quả có múi (Bưởi, cam, mít...); Gà đồi Thanh Sơn, Tân Sơn; Cá lồng Thanh Thủy; Rau, củ, quả Lâm Thao, Thanh Thủy...

- Hỗ trợ thuê Đại sứ thương hiệu để tuyên truyền, quảng bá ngành hàng, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận của các sản phẩm trong tỉnh ra thị trường trong và ngoài nước dần hình thành và phát triển thương hiệu mạnh.

- Hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp, hợp tác xã thuê gian hàng tham gia các Hội chợ trong nước tham gia các chương trình trong các hoạt động xúc

tiên thương mại trong nước để tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, như: Tháng khuyến mại, tuần “hàng Việt Nam”, chương trình “hàng Việt Nam”, hội nghị kết nối cung cầu, chương trình giới thiệu sản phẩm mới...

5. Công tác đào tạo, bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực xúc tiến thương mại và thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại khác

- Mỗi năm tổ chức từ 2-3 khóa đào tạo hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận, áp dụng và tuân thủ các quy định, tiêu chuẩn, điều kiện của các tổ chức nhập khẩu, cam kết quốc tế về sản phẩm xuất khẩu, nhập khẩu; Nghiệp vụ về xúc tiến thương mại, như: Kỹ năng bán lẻ hàng hóa, kỹ năng xuất khẩu hàng hóa, khởi sự doanh nghiệp, xây dựng thương hiệu cho các doanh nghiệp, đơn vị, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh. Trong các năm nội dung đào tạo có thể được thay đổi theo hướng chuyên sâu phù hợp với điều kiện và định hướng cụ thể.

- Thuê chuyên gia trong và ngoài nước gặp gỡ, phổ biến kiến thức và tư vấn cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh phát triển sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển xuất khẩu, thâm nhập thị trường nước ngoài, lựa chọn sản phẩm xây dựng thương hiệu quốc gia;

- Tổ chức cho các cán bộ chuyên trách trong lĩnh vực xúc tiến thương mại tham gia các khóa đào tạo nghiệp vụ chuyên sâu về xúc tiến thương mại do Bộ Công Thương tổ chức và thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại khác.

III. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Kinh phí thực hiện.

Dự kiến tổng kinh phí thực hiện giai đoạn 2021-2025 là: **19.059 triệu đồng** (*Mười chín tỷ, không trăm năm mươi chín triệu đồng*). Trong đó:

+ Đề nghị Ngân sách trung ương hỗ trợ: 5.545 triệu đồng;

+ Nguồn ngân sách tỉnh cấp: 10.543 triệu đồng;

+ Kinh phí đóng góp của doanh nghiệp: 2.971 triệu đồng.

Kinh phí chia ra từng năm cụ thể như sau:

Đơn vị tính: Triệu đồng

STT	Nguồn kinh phí	Năm thực hiện					Tổng cộng giai đoạn 2021-2025
		2021	2022	2023	2024	2025	
1	Ngân sách Trung ương	1.050	1.050	1.115	1.115	1.215	5.545
2	Ngân sách tỉnh	2.030	2.030	2.070	2.130	2.283	10.543
3	Đóng góp của doanh nghiệp	590	590	590	590	611	2.971
	Cộng	3.670	3.670	3.775	3.835	4.109	19.059

2. Bố trí và sử dụng kinh phí.

- Kinh phí từ ngân sách Trung ương và ngân sách tỉnh cấp cho việc thực hiện các nội dung của kế hoạch.

- Kinh phí đóng góp của doanh nghiệp tham gia thực hiện kế hoạch.

Việc sử dụng các nguồn kinh phí phải phù hợp với các quy định của pháp luật hiện hành.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN:

1. Sở Công Thương.

- Chủ trì chỉ đạo thực hiện kế hoạch, phối hợp chặt chẽ với Vụ thị trường trong nước, Cục Xúc tiến thương mại và các đơn vị thuộc Bộ Công Thương và các sở, ban, ngành, UBND các huyện, thành, thị và các đơn vị có liên quan triển khai có hiệu quả nội dung kế hoạch.

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan xây dựng, tổng hợp Dự toán kinh phí thực hiện kế hoạch hàng năm gửi Sở Tài chính, Sở Kế hoạch và Đầu tư thẩm định, trình UBND tỉnh bố trí kinh phí. Việc xây dựng dự toán trên cơ sở ưu tiên những nhiệm vụ quan trọng, cần thiết với tình hình phát triển của tỉnh.

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan, kịp thời tham mưu cấp có thẩm quyền ban hành các văn bản quản lý, văn bản hướng dẫn thực hiện của các Chương trình xúc tiến thương mại.

- Chủ trì phối hợp với các Sở, Ban, Ngành và UBND các huyện, thành, thị, các tổ chức đoàn thể triển khai thực hiện kế hoạch. Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát hoạt động các hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh nhằm tháo gỡ khó khăn tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển xúc tiến thương mại của tỉnh.

- Hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra, đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch sau khi được phê duyệt. Lập báo cáo tổng kết đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch hàng năm và cả giai đoạn báo cáo UBND tỉnh và Bộ Công Thương theo quy định.

- Sở Công Thương, Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển Công Thương là đầu mối tổ chức triển khai thực hiện các nội dung của Kế hoạch xúc tiến thương mại đã được UBND tỉnh ban hành. Sử dụng có hiệu quả kinh phí và thực hiện đầy đủ chế độ báo cáo, thanh quyết toán theo quy định của Nhà nước.

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

- Tổng hợp cân đối, lồng ghép các nguồn lực, các chương trình phát triển kinh tế - xã hội trong tỉnh với kế hoạch xúc tiến thương mại hàng năm.

- Hàng năm căn cứ vào khả năng cân đối ngân sách, phối hợp với các sở, ngành có liên quan thẩm định dự toán kinh phí, tham mưu UBND tỉnh bố trí nguồn kinh phí thực hiện theo quy định.

- Phối hợp với Sở Công Thương hướng dẫn, kiểm tra việc thực hiện kế hoạch.

3. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

Phối hợp với Sở Công Thương, các Sở, ngành liên quan, UBND các huyện, thành, thị chỉ đạo, hướng dẫn, hỗ trợ phát triển sản xuất hàng hóa, nâng cao năng suất chất lượng sản phẩm nông sản chủ lực, sản phẩm OCOP... đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ xúc tiến thương mại, kết nối tiêu thụ sản phẩm nông sản, phát triển các chuỗi cung ứng nông sản an toàn; tăng cường công tác quản lý chất lượng nông, lâm sản, thủy sản.

4. Sở Khoa học và Công nghệ.

Phối hợp với Sở Công Thương và các sở ngành chức năng có liên quan triển khai đồng bộ kế hoạch với các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, đề án, chương trình phát triển khoa học công nghệ của tỉnh; hỗ trợ hướng dẫn các cơ sở, doanh nghiệp áp dụng khoa học công nghệ, nâng cao năng suất, tiêu chuẩn chất lượng, xây dựng và bảo vệ thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm hàng hóa. Xây dựng

kế hoạch thực hiện các nội dung theo lĩnh vực ngành lồng ghép các chương trình thuộc lĩnh vực khoa học và công nghệ triển khai thực hiện kế hoạch.

5. Cục Quản lý thị trường.

Tăng cường công tác thanh kiểm tra, kiểm soát thị trường. Tăng cường phối hợp với các đơn vị trong việc kiểm tra, xử lý nghiêm theo quy định pháp luật đối với các tổ chức, cá nhân có hành vi vi phạm kinh doanh, buôn bán hàng nhập lậu, hàng cấm, hàng giả mạo nhãn hiệu, giả mạo xuất xứ, hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ, hàng hóa vi phạm về an toàn thực phẩm...

6. UBND các huyện, thành phố, thị xã.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp trên địa bàn áp dụng tiến bộ khoa học, kỹ thuật phát triển sản xuất - kinh doanh, đẩy mạnh công tác xúc tiến kết nối tiêu thụ sản phẩm hàng hóa.

- Căn cứ nội dung Kế hoạch xúc tiến thương mại đã được phê duyệt, phối hợp với Sở Công Thương và các sở, ngành liên quan xây dựng Kế hoạch triển khai thực hiện tại địa phương. Cân đối, bố trí kinh phí địa phương cho công tác xúc tiến thương mại tại địa phương.

7. Các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân có liên quan trên địa bàn tỉnh.

- Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại trong hoạt động sản xuất, kinh doanh để tiết giảm chi phí, tiết kiệm thời gian và mang lại hiệu quả cao nhất.

- Phối hợp với các sở ngành có liên quan tham gia thực hiện kế hoạch sau khi được phê duyệt.

Các cơ quan, đơn vị được phân công nhiệm vụ thường xuyên kiểm tra, giám sát, đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch trên địa bàn và định kỳ (trước ngày 15 tháng 12 hàng năm) báo cáo kế hoạch thực hiện hàng năm về Sở Công Thương để tổng hợp báo cáo UBND tỉnh và Bộ Công Thương.

Trong quá trình tổ chức thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc vượt thẩm quyền các cơ quan, đơn vị có trách nhiệm báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh (thông qua Sở Công Thương tổng hợp, đề xuất) xem xét, quyết định./.

Nơi nhận:

- Bộ Công Thương;
- TTTU, HĐND tỉnh;
- CT và các PCT UBND tỉnh;
- Các sở, ban, ngành;
- CVP, các PCVP UBND tỉnh;
- UBND các huyện, thị, thành;
- Công TTĐT tỉnh;
- Lưu: VT, KT4.

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

Nguyễn Thanh Hải