

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH LÂM ĐỒNG**

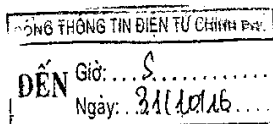
**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số 230/QĐ-UBND

Lâm Đồng, ngày 27 tháng 10 năm 2016

QUYẾT ĐỊNH

**Về việc ban hành Kế hoạch Xúc tiến thương mại
tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2016-2020**



ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH LÂM ĐỒNG

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương số 77/2015/QH13, ngày 19 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 04 tháng 4 năm 2006 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại;

Căn cứ Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg, 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;

Căn cứ Quyết định số 228/QĐ-TTg, ngày 04 tháng 02 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án nâng cao năng lực công tác thông tin về Xúc tiến Thương mại giai đoạn 2016-2020;

Thông tư số 171/2014/TT-BTC, ngày 14 tháng 11 năm 2014 của Bộ Tài chính về việc hướng dẫn Cơ chế tài chính hỗ trợ từ nguồn ngân sách nhà nước để thực hiện Chương trình XTMM Quốc gia;

Xét đề nghị của Giám đốc Trung tâm xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch Lâm Đồng tại Tờ trình số 08/TTr-Trung tâm xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch ngày 27 tháng 6 năm 2016.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch Xúc tiến thương mại tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2016-2020.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực sau 10 ngày, kể từ ngày ký ban hành.

Điều 3. Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân tỉnh, Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch, Giám đốc các Sở: Công Thương; Kế hoạch và Đầu tư; Văn hóa; Thể thao và Du lịch; Tài chính; Chủ tịch Ủy ban nhân dân thành phố Đà Lạt, Bảo Lộc; các tổ chức, cá nhân có liên quan căn cứ Quyết định thi hành./. *tham*

Nơi nhận:

- VPCP, Website CP;
- Như điều 3;
- Bộ Công Thương;
- TT TU, TT HĐND tỉnh;
- Đoàn đại biểu Quốc hội tỉnh Lâm Đồng;
- CT, các PCT UBND tỉnh;
- Sở Tư Pháp;
- TTCB, Website VP;
- Lưu: VT, KT.



Nguyễn Văn Yên

**KẾ HOẠCH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
TẠI TỈNH LÂM ĐỒNG GIAI ĐOẠN 2016-2020**
(Ban hành kèm theo Quyết định số: 233/QĐ-UBND
ngày 27/ 10/2016 của UBND tỉnh Lâm Đồng)

**PHẦN I
TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÔNG TÁC XÚC TIẾN
THƯƠNG MẠI TẠI LÂM ĐỒNG GIAI ĐOẠN 2010-2015**

Trong những năm qua công tác xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, đã được các cấp, các ngành, các địa phương, doanh nghiệp, các hợp tác xã và nhân dân trên địa bàn tỉnh quan tâm triển khai thực hiện; qua đó đã tạo điều kiện cho các sản phẩm nông, lâm, thủy sản Lâm Đồng từng bước gia nhập, mở rộng thị trường; đặc biệt trong những năm gần đây, qua việc áp dụng khoa học công nghệ trong sản xuất nông nghiệp. Lâm Đồng đã trở thành địa phương đi đầu trong cả nước về sản xuất nông nghiệp công nghệ cao, gia tăng giá trị trên cùng diện tích, nâng cao chất lượng sản phẩm; kết hợp với tăng cường công tác quảng bá xúc tiến thương mại, Lâm Đồng từng bước khẳng định được thương hiệu nông sản trên thị trường trong nước, các nước trong khu vực và quốc tế, qua đó từng bước giảm bớt tình trạng được mùa mất giá, góp phần nâng cao đời sống nhân dân, ổn định an ninh trật tự và phát triển kinh tế, xã hội.

I. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG XTMM GIAI ĐOẠN 2010-2015.

1. Công tác thông tin, tuyên truyền:

Giai đoạn 2010-2015, hoạt động thông tin, tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu các sản phẩm đặc trưng, có lợi thế của tỉnh được đẩy mạnh, được thể hiện qua các nhiệm vụ cụ thể sau:

- Công tác phát hành các ấn phẩm tuyên truyền: Trong những năm qua ngoài việc chủ động tuyên truyền, quảng bá sản phẩm của các đơn vị, doanh nghiệp, các hợp tác xã; UBND tỉnh đã bố trí kinh phí để biên tập, in ấn và phát hành hơn 60.000 ấn phẩm các loại, bằng các thứ tiếng: Việt, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc... với nhiều chủ đề và thông qua các hội nghị, hội thảo, hệ thống các siêu thị, chợ đầu mối, các kỳ hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước, các đoàn đi công tác nước ngoài và các nhà đầu tư, du khách khi đến với Đà Lạt Lâm Đồng....; để giới thiệu, quảng bá sản phẩm đặc trưng, các thương hiệu nông sản của tỉnh đến với người tiêu dùng.

- Hoạt động ứng dụng công nghệ thông tin trong xúc tiến thương mại:

Nhằm tạo điều kiện hỗ trợ doanh nghiệp, nhà đầu tư, người tiêu dùng và du khách trong việc tiếp cận thông tin về các sản phẩm đặc trưng, các địa điểm

kinh doanh sản phẩm nông sản Lâm Đồng, các kỳ hội chợ, hội nghị, hội thảo, chương trình xúc tiến thương mại quốc gia trong và ngoài nước. Trong những năm qua ngoài việc tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá các sản phẩm nông sản của tỉnh trên các ấn phẩm; Trung tâm xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch, đơn vị được giao chủ trì thực hiện đề án xúc tiến thương mại, luôn quan tâm nâng cấp Website <http://dalat-info.vn>, đổi mới giao diện, công cụ tìm kiếm và thu thập, cập nhật các thông tin liên quan đến thương mại để phục vụ tốt nhất cho người truy cập, qua theo dõi Website <http://dalat-info.vn> luôn có một lượng truy cập lớn (bình quân khoảng 6.000 lượt truy cập/ngày); ngoài ra Trung tâm đã phối kết hợp với Trung tâm xúc tiến các tỉnh, thành trong cả nước, Website của một số Bộ, ngành Trung ương và các sở ngành, địa phương trong tỉnh để tổ chức liên kết cung cấp thông tin phục vụ công tác xúc tiến thương mại; các thông tin luôn được cập nhật một cách kịp thời, chính xác đảm bảo không gây nhầm lẫn cho người truy cập;

- Triển khai việc thực hiện tuyên truyền quảng bá, giới thiệu về các đặc sản địa phương được xác lập kỷ lục top 50 quà tặng nổi tiếng Châu Á do Trung tâm sách Kỷ lục công bố bao gồm: Atiso Đà Lạt, Chè Bảo Lộc và Mứt Đà Lạt.

2. Tổ chức hội nghị, hội thảo kết nối giao thương:

Trong 5 năm qua tỉnh Lâm Đồng đã tổ chức 13 hội nghị, hội thảo về xúc tiến thương mại và kết nối giao thương giữa các doanh nghiệp, hợp tác xã, đơn vị sản xuất, chế biến trong tỉnh với các doanh nghiệp, nhà phân phối, hệ thống các siêu thị, chợ đầu mối trong cả nước; qua đó đã giúp các doanh nghiệp, hợp tác xã, đơn vị sản xuất, chế biến của tỉnh ký kết liên kết phân phối và tiêu thụ các sản phẩm nông sản Lâm Đồng được gần 200 hợp đồng, biên bản ghi nhớ với các đối tác là các nhà phân phối, hệ thống các siêu thị, chợ đầu mối trong cả nước, đặc biệt là các thành phố lớn như Hà Nội, Tp. Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Đà Nẵng, Nha Trang ...; trong đó có 04 hội nghị, hội thảo hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh, xây dựng thương hiệu; ngoài ra đã giới thiệu đến các doanh nghiệp, hợp tác xã trong tỉnh tham gia nhiều hội nghị, hội thảo do Cục Xúc tiến thương mại – Bộ Công thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn và các tỉnh thành phố trong cả nước tổ chức.

3. Tổ chức và tham gia các hội chợ trong và ngoài nước:

Trong 5 năm từ 2011 đến 2015, tỉnh Lâm Đồng đã tổ chức 11 hội chợ trên địa bàn tỉnh, trong đó có 02 hội chợ mang tầm quốc tế, 09 hội chợ mang tầm khu vực; tổ chức Đoàn các doanh nghiệp, hợp tác xã ... của tỉnh tham gia 56 hội chợ thương mại do các Bộ, ngành và các tỉnh thành trong cả nước tổ chức; trong đó có 06 kỳ hội chợ tại các nước: Campuchia, Trung Quốc, Nhật Bản, Thái Lan và Nga. Kết quả sau các đợt tổ chức, tham gia, đều có từ 3 - 4 hợp đồng, biên bản ghi nhớ hợp tác kinh doanh tiêu thụ sản phẩm, được ký kết giữa doanh nghiệp Lâm Đồng và các nhà phân phối của các địa phương nơi diễn ra sự kiện.

4. Tổ chức các đoàn của tỉnh đi khảo sát thị trường trong và ngoài nước:

Nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại trong tỉnh nắm bắt tình hình thị trường trong nước, cũng như tham quan học tập các mô hình sản xuất nông nghiệp công nghệ cao của các nước trong khu vực và trên thế giới; các thông tin về chính sách xuất, nhập khẩu và những yêu cầu về chất lượng sản phẩm hàng hóa khi tham gia xuất khẩu, tỉnh Lâm Đồng đã phối hợp với Cục Xúc tiến Thương mại – Bộ Công Thương và Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, tổ chức 12 Đoàn là Lãnh đạo UBND tỉnh, các sở, ngành và các doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất, kinh doanh hàng nông sản của tỉnh đến các tỉnh, thành phố trên cả nước và các nước: Thái Lan, Singapore, Nhật Bản, Trung Quốc, Lào, Malaysia, Nga...., qua đó góp phần phát triển sản xuất nông nghiệp công nghệ cao, tăng thị phần xuất khẩu hàng hóa, từng bước khẳng định chất lượng, thương hiệu hàng nông sản Lâm Đồng trong nước, trên thế giới và trong khu vực, góp phần phát triển kinh tế xã hội, ổn định an ninh trật tự của tỉnh một cách bền vững; đáp ứng công cuộc hội nhập quốc tế.

5. Tổ chức đón các Đoàn từ các tỉnh, thành phố trong cả nước và nước ngoài đến khảo sát, tìm kiếm đối tác hợp tác sản xuất, kinh doanh:

Với mục tiêu hỗ trợ doanh nghiệp, đơn vị và nhân dân giới thiệu về quy trình sản xuất, chế biến các sản phẩm nông sản; đặc biệt là quy trình sản xuất nông nghiệp theo quy trình VietGAP, Global GAP, qua đó giới thiệu đến các nhà phân phối, đơn vị xuất, nhập khẩu và người tiêu dùng về chất lượng các sản phẩm phục vụ cho công tác xúc tiến thương mại trên địa bàn; trong 5 năm qua, kết hợp với các chương trình du lịch canh nông, tham quan học tập kinh nghiệm, Lâm Đồng đã đón, tiếp trên 30 Đoàn là các nhà phân phối, hệ thống các siêu thị, du khách.... đến tham quan, qua đó từng bước khẳng định chất lượng hàng hóa, tạo niềm tin cho người tiêu dùng trong và ngoài nước, góp phần gia tăng thị phần tiêu thụ nông sản của tỉnh trên thị trường.

6. Công tác hỗ trợ doanh nghiệp trong xúc tiến-thương mại:

Thực hiện chương trình hỗ trợ doanh nghiệp trong quảng bá, giới thiệu các mô hình sản xuất, chế biến sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, ngoài các chương trình xúc tiến thương mại do tỉnh thực hiện; trong những năm qua bằng nhiều hình thức cụ thể như: Thông qua Website <http://dalat-info.vn>, gửi văn bản đến các doanh nghiệp, lập các thủ tục đăng ký tham gia các Đoàn khảo sát thị trường, các kỳ hội chợ triển lãm, hội nghị, hội thảo trong và ngoài nước, ... đã thực hiện thông báo đến các doanh nghiệp hơn 400 chương trình hội nghị, hội thảo, hội chợ, ... trong và ngoài nước; trong đó 320 chương trình trong nước và 80 chương trình ngoài nước.

Thực hiện hỗ trợ về cơ sở pháp lý, kinh phí trực tiếp cho 07 đơn vị (*Hợp tác xã Dịch vụ nông nghiệp tổng hợp Anh Đào, Công ty TNHH Vĩnh Tiến, Công ty TNHH sản xuất TM DV Ngô Mai Hoa, Cơ sở SX Cà phê Long Triều, Công ty TNHH XNK Âu Việt và Công ty TNHH Thực phẩm Bông Mai*) mở Cửa hàng trưng bày, giới thiệu, quảng bá và kinh doanh sản phẩm nông sản Lâm Đồng tại Tp. Hồ Chí Minh với tổng diện tích sử dụng trên 200m².

7. Kinh phí hoạt động Xúc tiến Thương mại giai đoạn 2010 -2015:

Trong giai đoạn 2010-2015, mặc dù kinh tế thế giới cũng như trong nước có nhiều biến động nhưng Bộ Công Thương và Lâm Đồng đã bố trí 27.690 triệu đồng kinh phí từ ngân sách để phục vụ hoạt động Xúc tiến Thương mại, Trong đó :

+ Kinh phí XTMM quốc gia, do Trung ương hỗ trợ 3.559 triệu đồng cho hoạt động: Hội chợ khảo sát thị trường tại Trung Quốc, Campuchia, Lào, Nhật Bản, Nga, tổ chức 02 Hội chợ trong tỉnh và các hội nghị, hội thảo lớn trên địa bàn cả nước.

+ Kinh phí từ nguồn ngân sách tỉnh 7.198 triệu đồng¹ (đạt 99,98% so với kế hoạch Đề án Xúc tiến Thương mại giai đoạn 2010-2015 của tỉnh) để phục vụ cho các hoạt động: In ấn, biên soạn các ấn phẩm tuyên truyền, quảng bá xúc tiến Thương mại, khảo sát thị trường; Hội chợ, hội nghị, hội thảo trong và ngoài nước và mở cửa hàng giới thiệu sản phẩm tại các thành phố lớn; tham gia chương trình Festival và lễ hội lớn trong và ngoài tỉnh, ...

+ Kinh phí từ nguồn Xã hội hóa 16.933 triệu đồng (đạt 75,66% nguồn xã hội hóa theo đề án Xúc tiến Thương mại giai đoạn 2010-2015 của tỉnh) Chủ yếu cho các hoạt động: Khảo sát thị trường; tham gia các kỳ hội chợ, hội nghị, hội thảo trong và ngoài nước; mở Cửa hàng giới thiệu sản phẩm tại các thành phố lớn; tham gia các chương trình tại lễ hội Festival hoa và lễ hội lớn trong và ngoài tỉnh...

(Chi tiết kèm theo phụ lục 1). Năm 2010 là 720 triệu, Năm 2011 là 1.248,3 triệu, năm 2012 là 1.230 triệu, năm 2013 là 960 triệu, năm 2014 là 1.500 triệu, năm 2015 là 1.540 triệu đồng

II. NHỮNG THUẬN LỢI, KHÓ KHĂN VÀ TỒN TẠI:

1. Thuận lợi:

- Tình hình chính trị xã hội của nước ta tiếp tục ổn định, Nhà nước tiếp tục có nhiều chính sách cải cách kinh tế, chính sách đối ngoại..., đây là những điều kiện thuận lợi để đưa hoạt động xúc tiến thương mại đi vào nề nếp và thực chất hơn, tăng cường hoạt động giao lưu thương mại trong nước cũng như quốc tế, góp phần gia tăng kim ngạch xuất khẩu, tạo động lực sản xuất hàng hóa, tăng thu cho ngân sách và tạo thêm việc làm, nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho nhân dân.

- Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, các Bộ, ngành Trung ương đã ban hành nhiều giải pháp tháo gỡ khó khăn cho sản xuất kinh doanh, hỗ trợ thị trường của Chính phủ. Sự quan tâm chỉ đạo kịp thời của Bộ Công Thương, Tỉnh ủy và UBND tỉnh; sự phối hợp có hiệu quả của các cơ quan ban ngành, các địa phương trong tỉnh; sự chủ động và năng động của các doanh nghiệp trong những năm.

¹ Năm 2010 là 720 triệu, Năm 2011 là 1.248,3 triệu, năm 2012 là 1.230 triệu, năm 2013 là 960 triệu, năm 2014 là 1.500 triệu, năm 2015 là 1.540 triệu đồng.

- Các doanh nghiệp đã nắm bắt được được xu hướng hội nhập quốc tế, đặc biệt là xu hướng thương mại toàn cầu, qua đó tận dụng nhiều hơn các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương mà Việt Nam đã ký kết để thâm nhập thị trường xuất khẩu truyền thống và mở rộng thêm những thị trường xuất khẩu có nhiều ưu đãi dành cho hàng hóa của Việt Nam nói chung và tỉnh Lâm Đồng nói riêng.

2. Khó khăn – Tồn tại :

- Hoạt động xúc tiến thương mại trong thời gian qua chưa thật sự trở thành cầu nối có hiệu quả giữa sản xuất và tiêu dùng, chưa trở thành động lực liên kết giữa các ngành nghề; chưa khai thác có hiệu quả các tiềm năng, lợi thế của tỉnh để thúc đẩy phát triển sản xuất kinh doanh, chuyển dịch cơ cấu kinh tế một cách mạnh mẽ, đặc biệt là công tác xúc tiến thương mại ra ngoài nước, phục vụ mở rộng thị trường xuất khẩu.

- Việc tham gia xúc tiến thương mại của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh còn hạn chế và chưa đạt hiệu quả cao, nhất là hoạt động tham gia các hội chợ, hội thảo quốc tế trực tiếp từ các doanh nghiệp.

- Các sản phẩm của Lâm Đồng phần lớn là các sản phẩm nông nghiệp, sản xuất còn manh mún, nhỏ lẻ, chất lượng chưa đồng đều; do đó chưa đáp ứng được nhu cầu xuất khẩu sang một số thị trường khó tính.

- Công tác quảng bá xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm chủ lực của Lâm Đồng còn nhiều hạn chế; các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh chưa thực sự quan tâm phát triển thương hiệu nông sản thế mạnh của tỉnh.

- Việc xây dựng chiến lược, quy trình, lộ trình và hình thức xúc tiến thương mại trong tiêu thụ sản phẩm, mở rộng thị trường, gắn với chiến lược sản xuất hàng hóa của các doanh nghiệp trên địa bàn, đặc biệt là các doanh nghiệp mới thành lập, doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ chưa được quan tâm đúng mức.

- Nguồn kinh phí bố trí cho hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh, các địa phương và doanh nghiệp trong thời gian qua còn hạn chế đã ảnh hưởng đến hoạt động xúc tiến thương mại; đặc biệt là xúc tiến ra nước ngoài.

3. Nguyên nhân Tồn tại:

- Các đơn vị sản xuất kinh doanh trên địa bàn Lâm Đồng chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, chiến lược phát triển thị trường, mở rộng mạng lưới kinh doanh, kinh nghiệm tuyên truyền quảng bá có nhiều khó khăn cả về năng lực tài chính cũng như nghiệp vụ chuyên môn.

- Một số doanh nghiệp và một số địa phương chưa thật sự quan tâm và chưa nhận thức rõ vai trò của công tác Xúc tiến thương mại. Do đó việc tham gia hưởng ứng các hoạt động Xúc tiến thương mại còn hạn chế.

- Đa số doanh nghiệp sản xuất nông sản và chế biến trên địa bàn hoạt động theo mô hình nhỏ, lẻ, không có tính liên kết và hợp tác trong sản xuất. Dẫn đến việc sản xuất không có kế hoạch và gây khó khăn trong việc ký kết các hợp đồng tiêu thụ lớn, nên khi có các hợp đồng lớn thì không đáp ứng được.

- Tư tưởng trông chờ và ỷ lại vào nguồn kinh phí hỗ trợ của nhà nước vẫn còn tồn tại trong đại đa số các doanh nghiệp và hộ sản xuất hoặc có tham gia các chương trình xúc tiến; chiến lược phát triển thị trường của một số doanh nghiệp chưa cụ thể; chưa chú trọng và mạnh dạn đầu tư, áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật và các hình thức kinh doanh thương mại hiện đại.

- Do điều kiện khách quan về khí hậu, thời tiết nên việc tổ chức hội chợ gặp nhiều khó khăn. Thời điểm tổ chức các sự kiện lớn của tỉnh thường trùng với các sự kiện lớn của các tỉnh, thành khác nên các hoạt động xúc tiến thương mại như Hội chợ, hội nghị, hội thảo... số lượng các doanh nghiệp ở các tỉnh bạn tham gia chưa nhiều, dẫn đến kết quả chưa đạt cao.

- Kinh phí bố trí cho công tác xúc tiến thương mại của tỉnh cũng như các doanh nghiệp còn nhiều hạn chế.

PHẦN II

CÔNG TÁC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

GIẢI ĐOẠN 2016 – 2020

I. MỤC TIÊU:

1. Mục tiêu tổng quát:

- Tăng cường quảng bá, giới thiệu các sản phẩm đặc trưng của Lâm Đồng đến với người tiêu dùng trong và ngoài nước, từng bước đưa các sản phẩm của Lâm Đồng hội nhập sâu rộng vào thị trường các nước trong khu vực, các nước thuộc khối EU; mở rộng các thị trường truyền thống trong và ngoài nước.

- Giúp doanh nghiệp các nhà sản xuất, kinh doanh của tỉnh mở rộng mạng lưới phân phối, ổn định thị trường tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài nước, góp phần phát triển sản xuất kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng cường xuất khẩu.

- Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể... trong việc mở rộng sản xuất kinh doanh, nâng cao chất lượng sản phẩm, thu hút và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, 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 nói riêng và đất nước nói chung.

2. Mục tiêu cụ thể:

a) Công tác tuyên truyền, quảng bá:

- Tăng cường phát hành các ấn phẩm giới thiệu tiềm năng, thế mạnh Thương mại của Lâm Đồng; hàng năm 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 quốc tế phát hành khoảng 5.000 ấn phẩm các loại bằng các thứ tiếng Việt – Anh, Việt – Nhật, Việt – Hàn...

- Thu thập và cập nhật kịp thời các thông tin liên quan đến tình hình thương mại trong và ngoài nước trên Website <http://dalat-info.vn> bằng hai thứ

tiếng Việt – Anh, để phục vụ các nhà sản xuất, kinh doanh, các đơn vị phân phối và người tiêu dùng trong việc nắm bắt các thông tin về sản phẩm mang thương hiệu Lâm Đồng, thu thập và cập nhật kịp thời về điều kiện hạ tầng phục vụ vận chuyển hàng hóa, giá thành vận tải, dịch vụ logistics trong khu vực..., các chính sách của Trung ương, của tỉnh trong việc phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm...

b) Tổ chức và tham gia các sự kiện, hội nghị, hội thảo và hội chợ triển lãm trong và ngoài nước theo Chương trình xúc tiến thương mại Quốc gia, Festival Hoa Đà Lạt, Lễ hội trà hàng năm (từ 6 – 8 lượt tham gia/năm).

c) Nghiên cứu phát triển thị trường tiềm năng:

- Trong nước: Tập trung các thị trường trọng điểm như TP. HCM, Hà Nội, Đà Nẵng, Cần Thơ và các tỉnh Miền Trung – Tây Nguyên.

- Nước ngoài: Chú trọng vào các thị trường mục tiêu theo thứ tự ưu tiên như sau:

+ Các nước ASEAN (Lào, Campuchia, Singapore,...)

+ Trung Quốc, Đài Loan và các nước Đông Bắc Á (Nhật Bản và Hàn Quốc).

+ Các nước trong khối EU và các nước Bắc Mỹ, Hoa Kỳ

3. Hỗ trợ doanh nghiệp mở cửa hàng giới thiệu sản phẩm đặc trưng của tỉnh tại các thành phố lớn và thị trường nước ngoài.

4. Phối hợp tổ chức các sự kiện (theo chương trình hàng năm của tỉnh và chương trình XTTM Quốc gia).

5. Qua công tác xúc tiến thương mại giai đoạn 2016-2020, phấn đấu sản lượng và giá trị hàng hóa xuất khẩu của các lĩnh vực, đảm bảo cao hơn so với giai đoạn 2010-2015.

III. NỘI DUNG HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI:

1. Tổ chức các Đoàn nghiên cứu, khảo sát thị trường trong và ngoài nước theo nhóm ngành hàng mà Lâm Đồng có lợi thế, để định hướng phát triển sản phẩm, phát triển thị trường và xây dựng các chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm.

a) Đối với thị trường trong nước:

Tập trung chủ yếu khảo sát, nghiên cứu một số thị trường chính như: Hà Nội, Tp. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Cần Thơ, Khánh Hoà với các sản phẩm tham gia xúc tiến: Cần lựa chọn các sản phẩm thương mại đặc trưng của Lâm Đồng và đồng thời phải phù hợp với nhu cầu thị hiếu của từng vùng miền, cụ thể như:

- Tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và Khánh Hoà: Sản phẩm cần xúc tiến là: Rau, hoa, trà, cà phê, hạt điều, rượu vang, tranh thêu tay, tơ tằm, Mây tre đan Madaguil, Sầu riêng Đa Huoai, sản phẩm gia công chế biến tinh từ gỗ rừng trồng, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ lâm sản ngoài gỗ...

- Tại Cần Thơ và các tỉnh phía nam: Rau, hoa, trà, cà phê.
- Hình thức tổ chức xúc tiến:
 - + Phát hành các ấn phẩm bằng nhiều hình thức qua nhiều kênh như: Hội nghị, hội thảo, hội chợ, hệ thống các siêu thị, chợ đầu mối, các điểm công cộng và thông qua Trung tâm xúc tiến thương mại của các tỉnh, thành bạn.
 - + Tham gia trưng bày và bán sản phẩm tại các hội chợ triển lãm, các sự kiện được tổ chức trong nước.
 - + Tham gia các hội nghị, hội thảo chuyên ngành về rau, hoa, trà, cà phê...
 - + Cung cấp thông tin, chủ trương chính sách về thương mại, đầu tư của tỉnh.
 - + Tổ chức gặp gỡ, giao lưu giữa các doanh nghiệp, các đơn vị sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng với các nhà phân phối, nhà xuất nhập khẩu trong nước.
 - + Mở các cửa hàng giới thiệu sản phẩm của Lâm Đồng tại một số tỉnh, thành phố Hà Nội, Tp.HCM, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Cần Thơ, Bà Rịa – Vũng Tàu...

b) Đối với thị trường nước ngoài:

Tăng cường khảo sát, nghiên cứu tại các thị trường mục tiêu theo thứ tự ưu tiên sau:

- Các nước ASEAN: Trước mắt ưu tiên các nước Lào, Campuchia, Singapore, Thái Lan, Indonesia...
 - + Sản phẩm xúc tiến: Rau, hoa, trà, cà phê, tơ tằm, hạt giống, Mây tre đan Madaguil, hạt điều, Sầu riêng Đa Huoai, sản phẩm gia công chế biến tinh từ gỗ rừng trồng, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ lâm sản ngoài gỗ....
 - + Hình thức xúc tiến: Cung cấp thông tin bằng hình thức phát hành các ấn phẩm, cập nhật thông tin trên website dalat-info.vn. Tham gia các hội chợ triển lãm quốc tế chuyên ngành. Tổ chức gặp gỡ các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể của Lâm Đồng với các nhà nhập khẩu. Tổ chức Đoàn doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể đi khảo sát, nghiên cứu và mở rộng thị trường. Tiến hành thành lập văn phòng đại diện, chi nhánh của các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể của Lâm Đồng tại thị trường một số nước trong ASEAN, trước mắt nghiên cứu thành lập văn phòng đại diện tại Singapore.
- Các nước Đông Bắc Á: tập trung Nhật Bản và Hàn Quốc .
 - + Sản phẩm xúc tiến: Rau, hoa, trà, cà phê, tơ tằm, lụa, hạt giống, Mây tre đan Madaguil, hạt Điều, Sầu riêng Đa Huoai, sản phẩm gia công chế biến tinh từ gỗ rừng trồng, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ lâm sản ngoài gỗ....
 - + Hình thức xúc tiến: Cung cấp thông tin bằng hình thức phát hành các ấn phẩm, cập nhật thông tin trên website dalat-info.vn. Tham gia các hội chợ triển lãm quốc tế chuyên ngành. Tổ chức gặp gỡ các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ

kinh doanh cá thể của Lâm Đồng với các nhà nhập khẩu. Tổ chức Đoàn doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể của Lâm Đồng đi khảo sát, nghiên cứu và mở rộng thị trường.

- Các nước trong khối EU:

+ Sản phẩm xúc tiến: Trà, cà phê, Mây tre đan Mađaguil, hạt điều, may mặc, dệt len, hoa và hạt giống, sản phẩm gia công chế biến tinh từ gỗ rừng trồng, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ lâm sản ngoài gỗ.

- Hình thức xúc tiến: Cung cấp thông tin bằng hình thức phát hành các ấn phẩm, cập nhật thông tin trên website dalat-info.vn. Tham gia các hội chợ triển lãm quốc tế chuyên ngành. Tổ chức Đoàn doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể đi khảo sát, nghiên cứu và mở rộng thị trường. Liên kết với Đại sứ quán, Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài mở Cửa hàng trưng bày giới thiệu sản phẩm tại nước ngoài.

- Các nước Bắc Mỹ, Hoa Kỳ:

+ Sản phẩm xúc tiến: Tập trung xúc tiến cho các sản phẩm: Trà, cà phê, lụa, Mây tre đan Mađaguil, hạt điều và hạt giống, hàng may mặc, sản phẩm gia công chế biến tinh từ gỗ rừng trồng, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ lâm sản ngoài gỗ, các sản phẩm làng nghề.

+ Hình thức xúc tiến: Cung cấp thông tin bằng hình thức phát hành các ấn phẩm, cập nhật thông tin trên website www.http://dalat-info.vn. Tham gia các hội chợ triển lãm quốc tế chuyên ngành.

- Các nước khu vực Trung Đông:

+ Sản phẩm cần xúc tiến: tập trung xúc tiến cho các sản phẩm: Trà, cà phê.

+ Hình thức xúc tiến: Cung cấp thông tin, tham gia các hội chợ triển lãm quốc tế chuyên ngành.

2. Khảo sát, nghiên cứu về thị trường và thành lập ngân hàng dữ liệu thông tin về pháp luật trong lĩnh vực thương mại của Việt Nam và của tỉnh Lâm Đồng, thông tin về quy định của các tổ chức quốc tế liên quan đến xuất nhập khẩu, đặc biệt là thông tin về quy định của WTO (phân tích, hướng dẫn áp dụng và dự báo ảnh hưởng đối với hàng hoá xuất khẩu của Lâm Đồng), thông tin về các quy định chung trong xuất nhập, khẩu, quy định riêng đối với từng mặt hàng, thông tin về đối thủ cạnh tranh trên thị trường khu vực và thế giới, cơ cấu hàng hoá và những lợi thế của các đối thủ trong xuất khẩu, các thông tin mang tính dự báo xu hướng... của từng khu vực thị trường ASEAN, EU, Nhật Bản, Hoa Kỳ..., những thông tin về hàng hóa của tỉnh Lâm Đồng và hàng hóa Việt Nam, giá cả, thị phần, hiện trạng hệ thống phân phối và năng lực của các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể nhằm giúp doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể có thêm nhiều thông tin trong xây dựng chiến lược, giải pháp thâm nhập và mở rộng thị trường và thực hiện có hiệu quả các thương vụ.

- Tăng cường công tác quảng bá, giới thiệu về những mặt hàng lợi thế của tỉnh, đặc biệt là tăng cường quảng bá các nhãn hiệu nông sản Lâm Đồng đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp giấy chứng nhận, thông qua việc tăng cường cả về số lượng và chất lượng các ấn phẩm xúc tiến thương mại.

- Thường xuyên tổ chức các buổi tọa đàm để các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể chia sẻ bài học kinh nghiệm trong phát triển sản xuất và mở rộng thị trường; kết nối cơ hội hợp tác, liên kết sản xuất, phát triển hệ thống phân phối, tiêu thụ trên thị trường trong và ngoài nước....

3. Tổ chức và tham gia các chương trình, sự kiện, hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước nhằm tìm kiếm đối tác, mở rộng thị trường, thúc đẩy xuất khẩu và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể; đặc biệt là các hội chợ triển lãm chuyên ngành. Tổ chức gian hàng của tỉnh có sự tham gia của nhiều ngành và các doanh nghiệp lớn tại các hội chợ thương mại quốc tế trong và ngoài nước.

Hàng năm tổ chức các hội chợ thương mại tại các địa phương trong tỉnh.

4. Tổ chức và tham gia các hội nghị, hội thảo trong và ngoài nước về thương mại để tuyên truyền, quảng bá hình ảnh của tỉnh, thương hiệu của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể và thu hút đầu tư. Phối hợp với các Bộ ngành có liên quan tổ chức Hội nghị xúc tiến thương mại, du lịch và đầu tư của tỉnh và khu vực. Phối hợp với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ, du lịch tổ chức các chương trình khuyến mãi, giảm giá để thu hút khách đến Lâm Đồng nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu tại chỗ.

5. Hàng năm tổ chức từ 01 đến 02 Đoàn doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể của Lâm Đồng tham gia khảo sát, hội nghị, hội thảo, hội chợ... chuyên ngành ở nước ngoài theo Chương trình Xúc tiến thương mại Quốc gia của Cục xúc tiến Thương mại tổ chức và các chương trình do Tổ chức JICA - Nhật Bản tài trợ.

6. Tổ chức các lớp bồi dưỡng kiến thức về thị trường, hàng hoá, giá cả, thương hiệu, bản quyền, kỹ thuật ngoại thương, phát triển thương hiệu hàng hoá, những tập quán thương mại quốc tế, kỹ năng tiếp cận thị trường, nghiệp vụ xúc tiến thương mại,... cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể, nhằm giúp doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể nâng cao năng lực kinh doanh trong tình hình hội nhập Quốc tế.

7. Hỗ trợ cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể của Lâm Đồng thành lập văn phòng đại diện, cửa hàng trưng bày sản phẩm tại thị trường nước ngoài: Lào, Campuchia, Singapore, Nhật Bản... để cung cấp thông tin sản phẩm của Lâm Đồng, kêu gọi đầu tư từ các Nhà đầu tư nước sở tại và các nước thứ 3 vào Lâm Đồng đồng thời giúp các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể của tỉnh thâm nhập thị trường và tìm kiếm các cơ hội đầu tư tại các nước.

8. Tổ chức cho Đoàn doanh nghiệp, nhà phân phối và tiêu thụ của nước ngoài vào giao dịch mua hàng tại tỉnh Lâm Đồng.

9. Tổ chức hội nghị giao thương, giới thiệu tiềm năng, lợi thế của Lâm Đồng và kết nối đưa sản phẩm của Lâm Đồng phân phối, tiêu thụ tại thị trường nước ngoài.

IV. LỘ TRÌNH THỰC HIỆN:

Các nội dung hoạt động xúc tiến thương xuyên, trọng điểm sẽ được tiến hành triển khai theo kế hoạch hoạt động từng năm lồng ghép chung trong kế hoạch hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch hàng năm được UBND tỉnh phê duyệt. Riêng đối với hoạt động xúc tiến thương mại thì các hoạt động trọng điểm được xác định lộ trình cụ thể sau:

1. Năm 2016-2017:

a) Đối với thị trường trong nước:

- Tập trung đẩy mạnh công tác quảng bá giới thiệu sản phẩm tại thị trường các tỉnh, thành phố: Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Cần Thơ, Khánh Hòa, Bà Rịa Vũng Tàu, bằng các hình thức như tổ chức và tham gia các hội chợ triển lãm, hội nghị, hội thảo chuyên ngành;

- Nghiên cứu, khảo sát một số thị trường tại các tỉnh thuộc khu vực đồng bằng sông Cửu Long, các tỉnh Miền Trung, Tây Nguyên, Bình Dương, Đồng Nai, bằng các hình thức phối hợp với Sở Công thương, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch của các tỉnh, thành. Tổ chức một số hội nghị, hội thảo và tham gia các kỳ hội chợ Xúc tiến thương mại quốc gia do Cục Xúc tiến Thương mại và các tỉnh thành tổ chức;

- Hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể xây dựng các cửa hàng trưng bày và bán sản phẩm tại thành phố Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và Cần Thơ.

b) Đối với thị trường thế giới:

- Tập trung đẩy mạnh công tác quảng bá giới thiệu sản phẩm tại thị trường các nước Lào, Campuchia, Thái Lan, Singapore; Nhật Bản, Hàn Quốc và một số nước thuộc khối EU, bằng các hình thức tổ chức các đoàn doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể đi xúc tiến tại các hội chợ triển lãm, hội nghị, hội thảo chuyên ngành;

- Tổ chức từ 02 đến 03 đoàn gồm lãnh đạo UBND tỉnh, các sở ngành liên quan và các doanh nghiệp lớn đi khảo sát, nghiên cứu thị trường tại một số nước có ký kết hợp tác thương mại với Việt Nam.

- Liên kết với Đại sứ quán, Thương vụ Việt nam tại các nước Lào, Campuchia, Thái Lan, Singapore, Nhật Bản xây dựng một số cửa hàng trưng bày, giới thiệu các sản phẩm đặc trưng của Lâm Đồng.

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể một số nội dung phục vụ xúc tiến thương mại gồm:

- + Thu thập cập nhật các thông tin về thị trường để cung cấp đến từng doanh nghiệp thông qua website [www.http://dalat-info.vn](http://dalat-info.vn)

+ Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể, nhà sản xuất trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu cho một số mặt hàng chủ lực của Lâm Đồng.

- Tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng tiếp cận thị trường, nghiệp vụ xúc tiến thương mại,... cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể của Lâm Đồng.

2. Năm 2018-2019:

a) Đối với thị trường trong nước:

- Tiếp tục duy trì các hình thức xúc tiến các thị trường Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Cần Thơ, Khánh Hòa, Bà Rịa Vũng Tàu.

- Tăng cường công tác quảng bá giới thiệu sản phẩm tại thị trường các tỉnh khu vực đồng bằng sông Cửu Long, các tỉnh Miền Trung, Tây Nguyên, Bình Dương, Đồng Nai, bằng các hình thức như tổ chức và tham gia các hội chợ triển lãm, hội nghị, hội thảo chuyên ngành;

- Nghiên cứu, khảo sát một số thị trường tại các tỉnh, thành Bắc bộ, bằng các hình thức tổ chức một số Hội nghị, hội thảo và tham gia các kỳ Hội chợ Xúc tiến thương mại Quốc gia do Cục Xúc tiến Thương mại và các tỉnh thành tổ chức;

b) Đối với thị trường thế giới:

- Tiếp tục duy trì công tác quảng bá giới thiệu sản phẩm tại thị trường các nước Lào, Campuchia, Thái Lan, Singapore; Nhật Bản, Hàn Quốc và một số nước thuộc khối EU.

- Đẩy mạnh, quảng bá giới thiệu sản phẩm tới thị trường các nước Malaysia, Myanmar và các nước Đông Bắc Á và các nước Châu Âu có ký kết hợp tác thương mại với Việt Nam và tổ chức các đoàn khảo sát, nghiên cứu thị tại một số nước Đông Bắc Á và Châu Âu.

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể một số nội dung phục vụ xúc tiến thương mại gồm:

+ Tiếp tục thu thập cập nhật các thông tin về thị trường, đặc biệt là thị trường các nước phát triển để cung cấp đến từng doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể thông qua website [www.http://dalat-info.vn](http://dalat-info.vn)

+ Tiếp tục hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể, nhà sản xuất trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm.

+ Tiếp tục tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng tiếp cận thị trường, nghiệp vụ xúc tiến thương mại,... cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể của Lâm Đồng.

3. Năm 2020:

- Tiếp tục đẩy mạnh công tác hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường thông qua việc tổ chức và

cùng doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể tham gia các sự kiện nổi bật, hội chợ triển lãm, hội nghị, hội thảo chuyên ngành có kế hoạch tổ chức trong nước.

- Tập trung triển khai nghiên cứu khảo sát và thành lập văn phòng đại diện, cửa hàng trưng bày sản phẩm tại Mỹ; xây dựng kế hoạch và tổ chức các Đoàn xúc tiến khảo sát nghiên cứu khu vực thị trường Trung Đông.

- Duy trì công tác cung cấp thông tin về thị trường, các chủ trương chính sách về phát triển thương mại đến với doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể.

- Tiếp tục thực hiện công tác xây dựng và phát triển thương hiệu cho một số mặt hàng chủ lực của Lâm Đồng.

- Tiếp tục duy trì tổ chức các lớp đào tạo, huấn luyện, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng tiếp cận thị trường, nghiệp vụ xúc tiến thương mại,... cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể của Lâm Đồng.

- Tiếp tục tìm kiếm liên kết hỗ trợ việc thành lập các Cửa hàng cung cấp hàng nông sản Lâm Đồng tại một số thị trường trọng điểm trong nước và thế giới.

Tiếp tục duy trì đẩy mạnh và bảo đảm tính bền vững các công tác đã được triển khai; thực hiện công tác sơ, tổng kết, đánh giá 5 năm triển khai thực hiện đề án và đồng thời xây dựng kế hoạch hoạt động của các năm tiếp theo.

V. KINH PHÍ THỰC HIỆN:

Căn cứ vào các chương trình Hội nhập Quốc tế, các Hiệp định về Thương mại tự do, Quyết định số 228/QĐ-TTg, ngày 4/2/2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án nâng cao năng lực công tác thông tin về Xúc tiến thương mại giai đoạn 2016-2020; với mục tiêu tăng cường giới thiệu, quảng bá sản phẩm Lâm Đồng, hỗ trợ các đơn vị, doanh nghiệp, nhân dân phục vụ xây dựng thương hiệu, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm; từng bước đưa sản phẩm Lâm Đồng hội nhập sâu, rộng ra các nước mà Việt Nam là thành viên của các hiệp định.

Căn cứ nội dung, lộ trình thực hiện nêu trên, trong giai đoạn 2016-2020 phân đầu huy động nguồn kinh phí phục vụ cho hoạt động xúc tiến thương mại khoảng 53,950 tỷ đồng, trong đó:

- Nguồn ngân sách Trung ương: 7,050 tỷ tăng 98% so với giai đoạn 2010-2015.

- Nguồn ngân sách tỉnh: 10,600 tỷ chỉ tăng 47% so với giai đoạn 2010-2015.

- Nguồn xã hội hóa: 36,300 tỷ tăng 114% so với giai đoạn 2010-2015 (*huy động mọi nguồn lực, trong đó nâng cao ý thức của các doanh nghiệp, hiệp hội, HTX, cơ sở sản xuất, hộ nông dân... về vai trò và lợi ích của công tác xúc tiến thương mại*)

(Chi tiết theo phụ lục 2 đính kèm)

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Đề tăng cường công tác xúc tiến thương mại trong giai đoạn 2016-2020, giao các Sở ngành có liên quan triển khai thực hiện các nhiệm vụ cụ thể sau:

1. Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh:

Chủ trì thực hiện kế hoạch, có trách nhiệm xây dựng kế hoạch hàng năm phối hợp với các Sở ngành có liên quan, các Hiệp hội ngành nghề và các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể trên địa bàn tỉnh triển khai thực hiện.

2. Sở Công thương:

Hướng dẫn và hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể tổ chức và tham gia các chương trình, hoạt động Xúc tiến thương mại của tỉnh.

3. Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn: Hướng dẫn và hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường trong và ngoài nước.

4. Sở Khoa học và Công nghệ: Hướng dẫn và hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể đăng ký chất lượng nhãn hiệu hàng hóa và thông tin, tuyên truyền trong từng lĩnh vực, ngành hàng cụ thể.

5. Sở Tài chính: Tham mưu UBND tỉnh và bố trí nguồn ngân sách phục vụ các chương trình Xúc tiến thương mại.

6. UBND Tp Đà Lạt, Bảo Lộc và các huyện: Hàng năm xây dựng kế hoạch, bố trí kinh phí của địa phương cho hoạt động Xúc tiến Thương mại trên địa bàn và phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch trong các Chương trình Xúc tiến thương mại.

7. Các Hiệp hội, ngành nghề: Hàng năm xây dựng kế hoạch và vận động doanh nghiệp bố trí kinh phí cho hoạt động Xúc tiến thương mại.

8. Các Công ty, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể:

- Đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm.
- Đầu tư đa dạng hóa sản phẩm.
- Bố trí nguồn kinh phí cho hoạt động Xúc tiến thương mại.
- Đồng hành và tham gia cùng với các cơ quan nhà nước, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại mở rộng thị trường trong và ngoài nước.
- Quan tâm đến công tác đầu tư cho các hoạt động xúc tiến thương mại; tích cực tham gia đi khảo sát, nghiên cứu thị trường, các hội chợ triển lãm, hội nghị - hội thảo trong khu vực và quốc tế, đồng thời, xây dựng website để giới thiệu, quảng bá sản phẩm của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể.

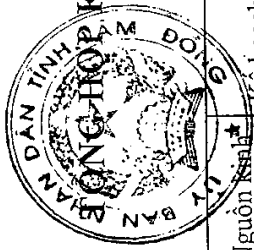
9. Các cơ quan, đơn vị liên quan: căn cứ chức năng, nhiệm vụ hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể trong hoạt động Xúc tiến thương mại. / skm

KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH



Nguyễn Văn Yên

Phụ lục 1



TỔNG HỢP KINH PHÍ HOẠT ĐỘNG XTMM GIAI ĐOẠN 2010 - 2015

ĐVT: Triệu đồng

Số TT	Nguồn kinh phí	Kế hoạch	Thực hiện						Tỷ lệ % so với kế hoạch	
			Tổng số	Chia theo các năm						
				2010	2011	2012	2013	2014		2015
1	Ngân sách Trung ương	3.600	3.559	350	95	67	1.352	88	1.607	98,86
2	Ngân sách tỉnh	7.200	7.198	720	1.248	1.230	960	1.500	1.540	99,98
3	Kinh phí xã hội hóa	22.380	16.933	450	1.815	1.900	4.538	2.500	5.730	75,66
	Tổng cộng	33.180	27.690	1.520	3.158	3.197	6.850	4.088	8.877	

Phụ lục 2

KẾ HOẠCH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TỈNH LÂM ĐỒNG GIAI ĐOẠN 2016 -2020
(Kế hoạch Xúc tiến thương mại tỉnh Lâm Đồng, ngày 18 tháng 10 năm 2016 của UBND tỉnh Lâm Đồng)

ĐVT: Triệu đồng

STT	NỘI DUNG THỰC HIỆN	TỔNG KINH PHÍ	THỜI GIAN THỰC HIỆN							
			2016 -2017				2018 -2019			
			NS Trung Ương	NS Địa phương	XÃ HỘI HÓA	NS Trung Ương	NS Địa phương	XÃ HỘI HÓA	NS Trung Ương	NS Địa phương
1	Khảo sát thu thập, thông tin, nghiên cứu thị trường, xây dựng cơ sở dữ liệu (bao gồm chi phí thu thập thông tin, biên soạn, thiết kế, dịch thuật, in ấn, phát hành...)	3.500		500	800		500	900		300
2	Tổ chức và cùng doanh nghiệp của tỉnh tham gia các sự kiện, hội chợ triển lãm trong nước (Mỗi năm Tổ chức cho DN tham gia 5 kỳ ngoài tỉnh và Tổ chức tại tỉnh 2 kỳ).	24.400	2.200	900	5.900	2.475	975	6.600	975	875
	Tổ chức hội chợ thương mại quốc gia tại địa phương (01 kỳ/2 năm)	6.600	1.300		2.000	1.300		2.000		
	Tổ chức hội chợ thương mại cấp vùng tại các địa phương trong tỉnh (Mỗi năm 02 kỳ)	5.500		200	2.000		200	2.000		100
	Tổ chức đoàn tham gia hội chợ trong nước (5 kỳ/năm)	4.500	300	300	800	325	325	900	325	325
	Tổ chức đoàn tham gia hội chợ ngoài nước (1-2 kỳ/năm)	6.600	400	400	1.000	450	450	1.500	450	450
	Tổ chức phiên chợ đưa hàng Việt về nông thôn và miền núi (02 lần/năm)	1.200	200		100	400		200	200	
3	Tổ chức đoàn khảo sát thị trường trong và ngoài nước	7.400	250	450	1.400	400	650	2.000	300	450
	Tổ chức đoàn khảo sát thị trường trong nước (2 đợt/năm)	1.800		200	400		250	500		150
	Tổ chức đoàn khảo sát thị trường ngoài nước (1-2 đợt/năm)	5.600	250	250	1.000	400	400	1.500	300	300
4	Tổ chức hội nghị, hội thảo kết hợp tổ chức phiên chợ trong và ngoài nước	6.150	100	550	1.100	200	800	1.800	150	450
	Tổ chức hội nghị, hội thảo kết hợp tổ chức phiên chợ	3.150		450	600		600	800		300

