

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH BẮC GIANG**

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

Số: *1490*/QĐ-UBND

Bắc Giang, ngày 10 tháng 8 năm 2015

QUYẾT ĐỊNH
Về việc ban hành Kế hoạch xúc tiến thương mại
tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 - 2020

CHỦ TỊCH ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH BẮC GIANG

Căn cứ Luật Tổ chức HĐND và UBND ngày 26/11/2003;

Căn cứ Quyết định 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010 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 97/2009/QĐ-UBND ngày 30/9/2009 của UBND tỉnh Bắc Giang về việc ban hành Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang;

Xét đề nghị của Sở Công Thương tại Tờ trình số 46/TTr-SCT ngày 30/6/2015,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 - 2020.

Điều 2. Quyết định có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 3. Giám đốc các Sở, thủ trưởng cơ quan thuộc UBND tỉnh; Chủ tịch UBND huyện, thành phố và các tổ chức, cá nhân liên quan căn cứ Quyết định thi hành./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Cục XTTM - Bộ Công Thương;
- TT Tỉnh ủy, TT HĐND tỉnh;
- Chủ tịch, các PCT UBND tỉnh;
- LĐVP, TKCT, các phòng, trung tâm;
- Lưu: VT, TPKT.



**KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**

Dương Văn Thái

KẾ HOẠCH

Xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 – 2020 (Kèm theo Quyết định số 149/QĐ-UBND ngày 10 tháng 8 năm 2015 của Chủ tịch UBND tỉnh)

Thực hiện Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 04/4/2006 của Chính phủ qui định chi tiết Luật thương mại về hoạt động XTMM; Quyết định 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình XTMM quốc gia; Chiến lược xuất khẩu hàng hóa của tỉnh giai đoạn 2011-2020; Quyết định 97/2009/QĐ-UBND ngày 30/9/2009 của UBND tỉnh về việc ban hành Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình XTMM tỉnh Bắc Giang; để có định hướng tổng thể, dài hạn, nhằm nâng cao tính hiệu quả của hoạt động XTMM, tăng cường hỗ trợ cho các DN đặc biệt là DN nhỏ và vừa trong giai đoạn tới, UBND tỉnh Bắc Giang ban hành Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016-2020 với những nội dung sau:

Phần thứ nhất

SỰ CẦN THIẾT VÀ CĂN CỨ PHÁP LÝ XÂY DỰNG KẾ HOẠCH

I. Sự cần thiết xây dựng Kế hoạch

Bắc Giang có lợi thế kinh tế về công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, thương mại, nông, lâm nghiệp, dịch vụ. Với nhiều điều kiện thuận lợi cho phát triển kinh tế xã hội, trong những năm qua, bằng sự nỗ lực phấn đấu không ngừng của chính quyền và người dân trong tỉnh, đến nay Bắc Giang đã mang một diện mạo mới. Tình hình kinh tế - xã hội của tỉnh đã có bước chuyển biến tích cực. Kinh tế liên tục tăng trưởng với tốc độ khá (GDP tăng bình quân 9,4%/năm). Cơ cấu kinh tế tiếp tục chuyển dịch theo hướng tích cực; kim ngạch xuất khẩu tăng nhanh, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân hàng năm đạt 51%.

Giai đoạn 2011- 2015, hoạt động xúc tiến thương mại (XTMM) trên địa bàn tỉnh Bắc Giang đã được triển khai đa dạng về nội dung, phong phú về hình thức. Các Đề án XTMM ngày càng được nâng cao về chất lượng và mở rộng về quy mô, đáp ứng được nhu cầu về quảng bá và tiêu thụ sản phẩm nông sản, sản phẩm của các làng nghề và doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu. Hoạt động XTMM ngày càng thu hút sự quan tâm của nhiều doanh nghiệp và từng bước khẳng định được vị trí, vai trò trong phát triển các mặt hàng xuất khẩu chiến lược và kim ngạch xuất khẩu của tỉnh.

Nhằm góp phần thực hiện có hiệu quả mục tiêu, phương hướng phát triển hàng hóa xuất khẩu theo Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 - 2020; đồng thời cụ thể hóa chiến lược xuất khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030 tại Quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ. Việc xây dựng Kế hoạch XTMM tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 - 2020 là hết sức cần thiết. Kế hoạch sẽ định hướng triển khai thực hiện các nội dung hoạt động XTMM trên địa bàn tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2016 - 2020, đồng thời là căn cứ để xây dựng kế hoạch phân bổ kinh phí XTMM hàng năm. Các nội dung của Kế hoạch sẽ khuyến khích, hỗ trợ và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất hàng hóa thuộc mọi thành phần kinh tế trên địa bàn tỉnh Bắc Giang đầu tư phát triển sản xuất, mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa, đặc biệt là hàng hóa xuất khẩu một cách bền vững, nâng cao năng lực cạnh tranh, thực hiện có hiệu quả tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, góp phần chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu tỉnh Bắc Giang theo hướng tăng dần hàng công nghiệp, hàng có hàm lượng công nghệ ...

II. Căn cứ pháp lý xây dựng Kế hoạch

1. Quyết định số 269/QĐ-TTg ngày 02/3/2015 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bắc Giang đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030;

2. Quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược xuất khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030;

3. Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình XTMM quốc gia;

4. Thông tư số 171/2014/TT-BTC ngày 14/11/2014 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;

5. Nghị quyết số 05/2014/NQ-HĐND ngày 11/7/2014 của Hội đồng nhân dân tỉnh Bắc Giang điều chỉnh bổ sung Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bắc Giang đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030;

6. Quyết định số 97/2009/QĐ-UBND ngày 30/9/2009 của UBND tỉnh Bắc Giang về việc ban hành Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình XTMM tỉnh Bắc Giang;

7. Kế hoạch số 167/KH-UBND ngày 28/11/2014 của UBND tỉnh Bắc Giang về phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bắc Giang 5 năm, giai đoạn 2016-2020;

8. Quyết định số 838/QĐ-UBND ngày 17/12/2014 của Chủ tịch UBND tỉnh Bắc Giang về việc Ban hành nội dung, chương trình công tác của UBND tỉnh năm 2015.

III. Mục đích, yêu cầu

1. Mục đích:

- Để có định hướng dài hạn trong việc triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh, góp phần nâng cao hiệu quả, hỗ trợ tích cực hơn cho các doanh nghiệp, làng nghề, các sản phẩm nông sản thực phẩm của tỉnh có thể mạnh trong việc nâng cao sức cạnh tranh, đứng vững trong điều kiện hội nhập quốc tế.

- Góp phần ổn định sản xuất kinh doanh, phát triển thị trường nội địa, tăng trưởng xuất khẩu của tỉnh bền vững và hiệu quả cao, hoàn thành các mục tiêu do đại hội đảng bộ tỉnh đề ra.

- Làm căn cứ xây dựng và ban hành các Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang hàng năm.

2. Yêu cầu:

- Triển khai đồng bộ của các cấp, các ngành, các địa phương, sự vào cuộc tích cực của các doanh nghiệp trong việc thực hiện Kế hoạch xúc tiến thương mại tỉnh giai đoạn 2016-2020.

- Phân bổ nguồn lực hỗ trợ hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh có trọng tâm, trọng điểm, tập trung chủ yếu cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, những mặt hàng nông sản thực phẩm, làng nghề truyền thống tiềm năng có thể mạnh của tỉnh.

Phần thứ hai

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TỈNH BẮC GIANG GIAI ĐOẠN 2011 – 2015

I. Kết quả hoạt động XTTM giai đoạn 2011-2015

1. Kinh phí XTTM:

Tổng kinh phí được phê duyệt để thực hiện các nội dung hoạt động XTTM giai đoạn 2011-2015 là 47,9 tỷ đồng (bằng 87 % kế hoạch kinh phí đề ra); trong đó kinh phí ngân sách nhà nước thực hiện là 11,9 tỷ đồng (đạt tỷ lệ 88 % kinh phí đề ra) để thực hiện 37 đề án; đồng thời huy động được khoảng 36 tỷ đồng đối ứng của các doanh nghiệp, hộ sản xuất cùng tham gia hoạt động XTTM. Cụ thể:

- Kinh phí XTTM quốc gia : Hỗ trợ cho các đề án được thực hiện trên địa bàn tỉnh Bắc Giang với tổng kinh phí là 0,9 tỷ đồng (năm 2013), bình quân 0,18 tỷ đồng/năm; kinh phí thực hiện là 0,9 tỷ đồng (đạt 100% kinh phí được giao).

- Kinh phí XTTM của tỉnh: Kinh phí XTTM của tỉnh trong 5 năm qua là 11 tỷ đồng (năm 2011: 1,5 tỷ đồng; năm 2012: 2,0 tỷ đồng; năm 2013: 2,0 tỷ đồng; năm 2014: 2,5 tỷ đồng và năm 2015 : 3,0 tỷ đồng), bình quân 2,2 tỷ đồng/năm và đạt 88% kế hoạch kinh phí đề ra.

(Chi tiết phụ biểu đính kèm)

2. Kết quả thực hiện các nội dung hoạt động XTTM: Thực hiện Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang ban hành kèm theo Quyết định 97/2009/QĐ-UBND ngày 30/9/2009 của UBND tỉnh; Kế hoạch XTTM tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2012 – 2015 ban hành kèm theo Quyết định số 2521/KH-UBND ngày 27/10/2011 của UBND tỉnh. Sau 5 năm triển khai thực hiện, hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh đã thu được nhiều kết quả đáng khích lệ. Cụ thể như sau:

2.1. Công tác thông tin thương mại phục vụ doanh nghiệp: Hoạt động tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu các sản phẩm đặc trưng, có lợi thế của tỉnh được đẩy mạnh: Đã biên soạn và phát hành 17.000 cuốn Catalo, 27.000 tờ rơi, xây dựng, in sao 13.000 chiếc đĩa VCD bằng các thứ tiếng: Việt, Anh, Trung, Hàn Quốc... với nhiều chủ đề nhằm giới thiệu, quảng bá hàng nông sản, sản phẩm công nghiệp - TTCN và làng nghề tỉnh Bắc Giang ra thị trường thông qua các kỳ hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước, các đoàn đi công tác nước ngoài. Đã biên tập và phát hành 2.000 cuốn sách: "tiềm năng xuất nhập khẩu Bắc Giang", biên tập và phát hành hàng tháng Bản tin kinh tế Công nghiệp & Thương mại Bắc Giang (với số lượng gần 400 bản/tháng) gửi tới các sở, ban ngành, doanh nghiệp trong tỉnh và 62 tỉnh, thành phố trong cả nước. Xây dựng và phát sóng hàng tháng tạp chí "Xúc tiến thương mại" trên Đài Phát thanh và Truyền hình Bắc Giang. Đã nâng cấp và duy trì hoạt động trang Website Công thương Bắc Giang và sàn giao dịch TMĐT trực tuyến (san24h.vn), thường xuyên cập nhật thông tin hoạt động của ngành, quảng bá các sản phẩm của tỉnh lên trang Web, san24h.vn. Tổ chức nhiều chuyên đề tuyên truyền hàng năm trên báo, đài truyền hình Trung ương, địa phương.... Kinh phí thực hiện của nội dung này là : 2.490,0 triệu đồng.

2.2. Công tác tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm trong nước và nước ngoài hỗ trợ thâm nhập thị trường: Công tác tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm trong nước và nước ngoài, hỗ trợ thâm nhập thị trường đã được quan tâm đặc biệt: Đã phối hợp với các Công ty hội chợ triển lãm có uy tín tổ chức mỗi năm từ 02- 03 cuộc hội chợ thương mại trên địa bàn thành phố Bắc Giang; trên địa bàn mỗi huyện hàng năm tổ chức ít nhất 01 cuộc hội chợ, triển lãm. Phối hợp với UBND huyện Việt Yên, Lục Nam, Yên Dũng, Hiệp Hòa, Yên Thế và các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tổ chức thành công 5 phiên chợ đưa " Hàng Việt Nam về nông thôn" nhằm thực hiện chủ trương "người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam". Tổ chức trên 50 đoàn doanh nghiệp của tỉnh tham gia các hội chợ các tỉnh, khu vực, nước ngoài; hỗ trợ kinh phí 197 gian hàng tiêu chuẩn cho 100 lượt doanh nghiệp trên địa bàn tham gia trưng bày, triển lãm tại hội chợ thương mại trong và nước ngoài. Tổ chức triển khai 21 gian hàng trưng bày, triển lãm sản phẩm và hàng hoá đặc trưng của tỉnh tham gia các hội chợ, triển lãm quốc tế lớn định kỳ hàng năm ở trong và ngoài nước, như: Hội chợ VIETNAM EXPO, hội chợ Expo TP Hồ Chí Minh, hội chợ quốc tế TP Cần Thơ, hội chợ TM-DL Khánh Hoà, hội chợ quốc tế Thực phẩm và Đồ uống Việt Nam tại TP HCM, hội chợ khu vực Đồng bằng sông Cửu Long - Hậu Giang 2013, hội chợ biên giới luân phiên Việt - Trung, hội chợ quốc tế Lạng Sơn, Hội

chợ Công Thương khu vực Đồng bằng Sông Hồng - Hải Phòng 2015, hội chợ OCOP Quảng Ninh 2015... Các gian trưng bày triển lãm của tỉnh Bắc Giang tham gia trưng bày đã thu hút hàng vạn khách hàng ghé thăm, tìm hiểu và được ban tổ chức các hội chợ tặng bằng khen, giấy chứng nhận là gian hàng trưng bày đẹp, sản phẩm đa dạng về chủng loại, phong phú về mẫu mã, có xuất xứ rõ ràng... Kinh phí thực hiện của nội dung này là : 6.604,0 triệu đồng.

2.3. Công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực: Công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực đã được chú trọng: Đã phối hợp với Cục TMĐT, Cục Xúc tiến thương mại, Trung tâm Tư vấn & Đào tạo kinh tế thương mại, Trường đại học Thương mại Hà Nội (Bộ Công Thương), các Viện Nghiên cứu: Tổ chức được 17 lớp đào tạo, tập huấn bồi dưỡng nâng cao kỹ năng xúc tiến thương mại, kiến thức xuất nhập khẩu, hội nhập kinh tế quốc tế cho trên 1.100 cán bộ quản lý thuộc các phòng ban, hội viên Hội nông dân các huyện và cán bộ quản lý các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh. Qua đó đã đáp ứng được một phần nhu cầu về kiến thức xúc tiến thương mại, hội nhập kinh tế quốc tế cho doanh nghiệp và cán bộ quản lý trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế. Kinh phí thực hiện của nội dung này là : 386,0 triệu đồng.

2.4. Công tác khảo sát thị trường, xúc tiến thương mại: Tổ chức 32 đoàn cán bộ của tỉnh đi khảo sát thị trường, xúc tiến thương mại ở trong nước và nước ngoài: Hàng năm tổ chức từ 06-07 Đoàn công tác của tỉnh và doanh nghiệp đi các tỉnh cửa khẩu biên giới phía Bắc, thành phố Hồ Chí Minh và các nước Châu Á để khảo sát thị trường, xúc tiến thương mại, hỗ trợ, giúp tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp. Hỗ trợ kết nối các sản phẩm làng nghề, sản phẩm nông sản có thế mạnh của tỉnh với thị trường tiêu thụ, góp phần tạo thị trường tiêu thụ ổn định. Kinh phí thực hiện của nội dung này là : 970,0 triệu đồng.

2.5. Công tác ứng dụng và phát triển thương mại điện tử: Công tác ứng dụng và phát triển TMĐT trong sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp đã được đẩy mạnh; công tác tuyên truyền, phổ biến kiến thức, hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng và tham gia về thương mại điện tử đã được triển khai. Duy trì thường xuyên trang Web Công Thương Bắc Giang và các sàn giao dịch thương mại điện tử của tỉnh. Đến nay, đã có gần 2.000 gian hàng, của gần 1.000 doanh nghiệp tham gia sàn thương mại điện tử tỉnh. Lượng khách hàng truy cập thông tin trên sàn ngày càng lớn, có thời điểm khách hàng truy cập online trên 1.000 người.

Đã triển khai hỗ trợ kinh phí cho 29 doanh nghiệp trong tỉnh xây dựng 29 trang Website doanh nghiệp riêng.

Qua đó đã hỗ trợ tích cực cho các doanh nghiệp, làng nghề, các sản phẩm tiềm năng có thế mạnh của tỉnh (gà đồi Yên Thế, vải thiều, rau quả chế biến...) trong công tác quảng bá, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ và tăng cường kết nối, tìm kiếm khách hàng, mở rộng thị trường tiêu thụ. Kinh phí thực hiện của nội dung này là : 455,0 triệu đồng.

2.6. Công tác điều tra thu gom vải thiều xuất khẩu: Trong 5 năm qua, Trung tâm phối hợp với Cục Thống kê Bắc Giang tổ chức 5 cuộc (mỗi năm 1 cuộc) điều tra thu gom vải thiều xuất khẩu của các cơ sở cá thể tỉnh Bắc Giang

nhằm giúp UBND tỉnh đánh giá đúng giá trị hàng hoá xuất khẩu trên địa bàn, tôn vinh, xét thưởng những đơn vị có thành tích trong xuất khẩu vải thiều. Đồng thời đánh giá thực trạng, phân tích xu hướng biến đổi, xây dựng chiến lược phát triển cây ăn quả trên địa bàn tỉnh, quy hoạch vùng sản xuất và chủng loại trái cây có lợi thế cạnh tranh tạo nguồn hàng lớn, ổn định, có chất lượng... Kinh phí thực hiện của nội dung này là : 87,0 triệu đồng.

2.7. Công tác xúc tiến thương mại khác:

- Nhằm nâng cao nghiệp vụ, bổ sung kiến thức chuyên môn cho cán bộ, công chức, viên chức làm công tác xúc tiến thương mại. UBND tỉnh đã giao Sở Công Thương tổ chức được nhiều đoàn công tác đi học tập, trao đổi nghiệp vụ tại các tỉnh, thành phố trong cả nước...

- Tổ chức các đoàn cán bộ của tỉnh, doanh nghiệp cung ứng hàng hoá đi xúc tiến tiêu thụ vải thiều tại tỉnh biên giới phía Bắc, các tỉnh và thành phố phía Nam. Nhằm tháo gỡ khó khăn, tìm kiếm đối tác khách hàng, thị trường cho các thương nhân sản xuất, kinh doanh vải thiều nói riêng và nông sản của tỉnh nói chung. Duy trì công tác cập nhật kết quả tiêu thụ vải thiều về giá, sản lượng tại một số địa điểm: thị trấn Chũ, cửa khẩu Lào Cai, cửa khẩu Hà Giang, cửa khẩu Lạng Sơn, cửa khẩu Móng Cái và các chợ đầu mối hoa quả tại TP.HCM, Hà Nội... để phục vụ các ngành chức năng trong công tác quản lý, điều hành, định hướng phát triển trong tương lai.

- Tổ chức được nhiều đoàn cán bộ của tỉnh, ngành Công Thương tham dự khai mạc hội chợ và tham gia các hoạt động XTTM tại các tỉnh trên toàn quốc.

- Kinh phí thực hiện của nội dung này là : 908,0 triệu đồng.

II. Đánh giá chung

1. Ưu điểm:

- Chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh là một chủ trương đúng hướng trong thời kỳ hội nhập. Trong những năm qua, thông qua tổ chức thực hiện các Chương trình xúc tiến thương mại, hàng năm đã giúp các cơ quan quản lý nhà nước đánh giá đúng và làm tốt công tác hướng dẫn, chỉ đạo, định hướng phát triển sản xuất, kinh doanh cho các doanh nghiệp.

- Hàng năm có khoảng gần 1.000 doanh nghiệp (chiếm xấp xỉ 25%), trên địa bàn tỉnh được trực tiếp tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, sử dụng các thông tin thị trường hoặc hưởng lợi từ các hoạt động do Chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh đem lại. Qua đó đã góp phần tăng cường nhận thức về thị trường, hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh để chủ động hội nhập kinh tế quốc tế. Các doanh nghiệp của tỉnh đã từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh, thị trường tiêu thụ ngày càng ổn định và mở rộng. Đã hỗ trợ tích cực cho các làng nghề truyền thống (Như Mỳ Chũ, Mây tre đan, Gốm sứ, bánh đa, rượu Làng Vân...), các sản phẩm nông sản chủ lực của địa phương (Như Vải thiều, gà đồi Yên Thế, rau quả thực phẩm) trong việc giữ vững thị trường tiêu thụ truyền thống, mở rộng thêm nhiều thị trường mới, tháo gỡ kịp thời khó khăn vướng mắc cho người sản xuất.

- Góp phần thuận lợi và ổn định cho quá trình lưu thông hàng hóa trên địa bàn. Mạng lưới thương mại của tỉnh qua đó không ngừng được mở rộng. Tổng mức bán lẻ hàng hóa trên địa bàn tăng nhanh hàng năm. Năm 2010 tổng mức bán lẻ trên địa bàn đạt 7.490 tỷ đồng, năm 2015 ước đạt 17.200 tỷ đồng, đạt mức tăng trưởng bình quân giai đoạn là 17,2%.

- Xuất khẩu của tỉnh bước đầu đã có sự dịch chuyển theo chiều hướng tích cực, hàng hoá xuất khẩu của tỉnh ngày càng đa dạng, phong phú, tỷ trọng nhóm ngành hàng công nghiệp có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao đang có xu hướng tăng dần. Kết quả xuất khẩu liên tục tăng trưởng với tốc độ cao, mức tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011-2015 đạt 26%/năm, cao hơn mức tăng bình quân cả nước. Đến năm 2014, kim ngạch xuất khẩu của tỉnh đạt trên 2.100 triệu USD, tăng 276,5% so với năm 2011. Số lượng doanh nghiệp tham gia xuất khẩu trên địa bàn tỉnh tăng nhanh từ 40 doanh nghiệp năm 2011 lên trên 60 doanh nghiệp năm 2014 và góp phần hoàn thành vượt mục tiêu kế hoạch xuất khẩu của tỉnh đã đề ra.

- Qua đánh giá kết quả đạt được cho thấy, cơ bản các chỉ tiêu đều đạt và vượt chỉ tiêu so với mục tiêu của Kế hoạch Xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Giang giai đoạn 2012 – 2015.

2. Tồn tại và nguyên nhân:

2.1. Tồn tại, hạn chế:

- Mức hỗ trợ cho các đơn vị tham gia chương trình còn hạn chế, chưa đáp ứng được nhu cầu của các doanh nghiệp, do đó chưa thu hút được đông đảo các doanh nghiệp trên địa bàn tham gia.

- Chương trình xúc tiến thương mại trong những năm qua vẫn còn đơn điệu, chưa có nhiều nội dung, thiếu định hướng dài hạn; các hoạt động xúc tiến diễn ra với quy mô nhỏ, chưa có các chương trình xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng như Châu Âu, Châu Mỹ, Châu Phi; nội dung hỗ trợ hoạt động xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp chưa đa dạng.

- Các DN chưa quan tâm đến công tác xây dựng và phát triển thương hiệu.

- Chưa xây dựng được gian hàng trưng bày triển lãm hàng hoá đặc trưng của tỉnh ở Bắc Giang và một số thị trường tiềm năng.

- Kết quả xuất khẩu có tăng trưởng nhưng chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh của tỉnh; thị trường xuất khẩu đã được mở rộng song còn chậm, thiếu tính ổn định, luôn tiềm ẩn nguy cơ mất thị trường; mặt hàng xuất khẩu mới, thị trường xuất khẩu mới hàng năm chưa nhiều; Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp của tỉnh vẫn còn yếu...

2.2. Nguyên nhân tồn tại: Những tồn tại, hạn chế trên được xuất phát từ một số nguyên nhân cơ bản sau:

- Cơ sở hạ tầng phục vụ cho công tác xúc tiến thương mại còn yếu và thiếu. Chưa có Trung tâm hội chợ triển lãm của tỉnh, địa điểm chuyên dụng để tiến hành các hội chợ triển lãm, các hoạt động xúc tiến thương mại.

- Nguồn nhân lực phục vụ công tác xúc tiến thương mại còn nhiều bất cập, trình độ chuyên môn không đồng đều, thiếu chuyên gia giỏi và chưa được đào tạo chuyên sâu.

- Nguồn kinh phí hoạt động xúc tiến thương mại hỗ trợ cho các doanh nghiệp còn quá nhỏ so với nhu cầu. Trong khi đó các doanh nghiệp của tỉnh chủ yếu là vừa và nhỏ chiếm tới 97%, tiềm lực hạn chế, năng lực cạnh tranh yếu, hoặc chưa coi trọng đúng mức về tầm quan trọng của hoạt động xúc tiến thương mại.

Phần thứ ba **KẾ HOẠCH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TỈNH BẮC GIANG** **GIẢI ĐOẠN 2016-2020**

I. Mục tiêu

1. Mục tiêu chung:

- Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp (đặc biệt là DN nhỏ và vừa) 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 (Như vải thiều, gà đồi Yên Thế, rau quả 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.

- Đạt tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu cao và bền vững, tăng nguồn thu ngoại tệ, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh. Tạo sự chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng, hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng hàng xuất khẩu thô. Khuyến khích phát triển sản xuất các mặt hàng xuất khẩu có lợi thế cạnh tranh riêng, có khả năng thâm nhập và tạo thị phần ổn định trên thị trường khu vực và thế giới.

- Tăng thu ngân sách, nâng cao tốc độ tăng trưởng kinh tế của tỉnh, giải quyết công ăn việc làm, xoá đói giảm nghèo, bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Góp phần hoàn thành tốt các mục tiêu Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVIII, Chiến lược xuất khẩu hàng hóa của tỉnh giai đoạn 2011-2020 đã đề ra.

2. Mục tiêu cụ thể:

- Trung bình hàng năm có trên 20% DN được hỗ trợ từ hoạt động xúc tiến thương mại của tỉnh nhằm nâng cao sức cạnh tranh và khả năng hội nhập kinh tế trong nước và quốc tế.

- Phân đầu đạt tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân giai đoạn 2016-2020 là 20%/năm; đến năm 2020 tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh đạt 6.500 triệu USD.

- Về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu: hàng công nghiệp chiếm 94%; hàng nông sản thực phẩm chiếm 5%; hàng thủ công mỹ nghệ và hàng hoá khác 1%.

II. Nhiệm vụ chủ yếu

1. Thông tin thương mại:

- Nâng cấp, duy trì, cập nhật thường xuyên thông tin thị trường trên trang tin điện tử của ngành Công Thương (<http://bacgiangintrade.gov.vn>; <http://sct.bacgiang.gov.vn>), sàn giao dịch thương mại điện tử tỉnh Bắc Giang (<http://san24h.vn>); bản tin kinh tế công nghiệp và thương mại Bắc Giang; chú trọng các thông tin, cơ hội kết nối giao thương về sản phẩm tiềm năng thế mạnh của tỉnh, các làng nghề truyền thống, các doanh nghiệp trong tỉnh. Cập nhật chính sách đầu tư phát triển sản xuất, kinh doanh của tỉnh; hỗ trợ người sản xuất, DN tìm kiếm đối tác, duy trì và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm; mời gọi các nhà đầu tư đến Bắc Giang phát triển sản xuất kinh doanh.

- Tiếp tục hoàn thiện và phát triển hệ thống thông tin thị trường, ứng dụng công nghệ thông tin trong việc thu thập và cung cấp thông tin chuyên sâu về thị trường trong nước và quốc tế. Mở rộng mạng lưới hợp tác, liên kết trao đổi thông tin đa chiều giữa Trung tâm XTTM của tỉnh, hệ thống các cơ quan quản lý, các đơn vị hoạt động XTTM trong và ngoài nước với các DN.

2. Tổ chức, tham gia hội chợ, triển lãm:

- Hỗ trợ các DN thuộc mọi thành phần kinh tế trong tỉnh tham gia những hội chợ, triển lãm có uy tín tại Bắc Giang, hội chợ các tỉnh, thành phố trong cả nước và hội chợ chuyên ngành tại nước ngoài.

- Tổ chức các gian hàng trưng bày, triển lãm các sản phẩm đặc trưng của tỉnh tham gia các hội chợ lớn, có tính chất khu vực, quốc tế để đẩy mạnh quảng bá các sản phẩm có thế mạnh, đặc trưng của tỉnh nhằm giúp thương nhân, các DN, làng nghề tăng cường tìm kiếm đối tác, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

- Tổ chức và duy trì gian hàng trưng bày giới thiệu sản phẩm của tỉnh tại thành phố Bắc Giang.

- Nâng cao chất lượng, hiệu quả tổ chức hội chợ, triển lãm thường niên tại các huyện, thành phố Bắc Giang.

- Hàng năm kết hợp với hội chợ, hoặc tổ chức riêng lẻ để tổ chức chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, nhằm hỗ trợ các DN giới thiệu, mở rộng mạng lưới phân phối và bán hàng Việt tại các huyện, thị xã và vùng nông thôn trong tỉnh.

3. Tổ chức đoàn khảo sát thị trường, giao dịch thương mại:

- Hợp tác, liên kết XTTM, xúc tiến đầu tư và xúc tiến du lịch, lồng ghép hoạt động XTTM với hoạt động khuyến công khi tổ chức cho các DN trong tỉnh tham gia các cuộc khảo sát thị trường, gặp gỡ, giao thương trong nước và nước ngoài.

- Hàng năm tổ chức các đoàn đi khảo sát tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm của tỉnh tại các tỉnh biên giới, các thành phố lớn ở trong nước và nước ngoài để tìm kiếm đối tác, cơ hội giao thương cho các thương nhân nhằm đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm; chú trọng việc tiêu thụ các sản phẩm đặc trưng có thế mạnh của tỉnh như: vải thiều, gà đồi Yên Thế, Mỳ Chũ, nông sản thực phẩm chế

biển và sản phẩm làng nghề trong tỉnh.

- Hàng năm tổ chức các hội nghị xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu các sản phẩm mà tỉnh Bắc Giang có thế mạnh (như: Vải thiều, Gà đồi Yên Thế, Mỳ, nông sản thực phẩm chế biến) tại các thị trường truyền thống và các thị trường mới, tiềm năng.

4. Bồi dưỡng nâng cao năng lực và kỹ năng kinh doanh trong và ngoài nước:

- Hợp tác, liên kết với các trường, các viện nghiên cứu, các đơn vị chuyên ngành trong và ngoài nước mở các khoá đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn cho đội ngũ cán bộ của các cơ quan quản lý, cán bộ chuyên trách của các DN, các tổ chức, người sản xuất thuộc mọi thành phần kinh tế trong tỉnh nhằm nâng cao chuyên môn nghiệp vụ thương mại trong điều kiện hội nhập quốc tế.

- Tổ chức các cuộc hội thảo, hội nghị chuyên đề về XTTM, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh; kỹ năng quản lý DN; xây dựng thương hiệu DN, sản phẩm....

5. Quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng, hỗ trợ thâm nhập thị trường ở trong nước, nước ngoài:

- Duy trì thường xuyên công tác quảng bá, giới thiệu Sàn giao dịch thương mại điện tử tỉnh (<http://san24h.vn>), thương hiệu sản phẩm, doanh nghiệp tiêu biểu Bắc Giang trên trang chủ của nhịp cầu kinh doanh thương mại Á-Âu (Asemconnect Việt Nam); trên “Cổng thông tin hưởng ứng cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” của Bộ Công Thương.

- Duy trì và nâng cấp chất lượng tạp chí thông tin XTTM của tỉnh trên Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh; đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá vai trò, tầm quan trọng của công tác xúc tiến thương mại đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế.

- Hàng năm thực hiện chương trình tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến thương mại một số chuyên đề về hàng hóa, sản phẩm làng nghề đặc trưng, có thế mạnh của tỉnh trên các phương tiện thông tin đại chúng (*báo, Đài phát thanh - truyền hình Trung ương và địa phương*).

- Thông qua việc phát hành các ấn phẩm thương mại như: Xây dựng và phát hành Catalo, đĩa CD, tờ rơi...; duy trì các trang thông tin điện tử của tỉnh, tăng cường kết nối cung cầu hàng hóa tại các thị trường nhằm đẩy mạnh công tác quảng bá, giới thiệu những mặt hàng tiềm năng có thế mạnh của tỉnh (Gà đồi, vải thiều, rau quả chế biến, hàng thủ công mỹ nghệ. . .) cho các đối tượng trong và ngoài nước.

- Hỗ trợ các DN của tỉnh mở văn phòng đại diện, trưng bày giới thiệu các sản phẩm của tỉnh tại các Trung tâm thương mại của các tỉnh thành phố trong nước, nước ngoài; giới thiệu thêm những sản phẩm mới, độc đáo, hấp dẫn nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, đẩy mạnh xuất khẩu, xây dựng và phát triển thương hiệu riêng của sản phẩm.

6. Tăng cường cơ sở vật chất phục vụ hoạt động XTTM:

- Bố trí địa điểm chuyên dụng đủ lớn, có vị trí tiện dụng để tổ chức các sự kiện hội chợ, triển lãm và tổ chức các sự kiện khác của tỉnh. Giao cho Trung tâm XTTM chủ trì phối hợp với các đơn vị chuyên ngành tổ chức các chương trình hội chợ, triển lãm của tỉnh, trước mắt tại Trung tâm thành phố Bắc Giang, dần tiến tới chủ trì tổ chức các chương trình hội chợ, triển lãm trong cả tỉnh.

- Xây dựng phòng trưng bày, giới thiệu sản phẩm tiềm năng có thể mạnh của tỉnh trước mắt là tại trung tâm thành phố Bắc Giang.

- Xây dựng, bố trí địa điểm chuyên dụng để cho các DN, tổ chức trưng bày, triển lãm hàng hóa, dịch vụ của các DN, thành tựu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh... để quảng bá hình ảnh của tỉnh, tăng cường hoạt động XTTM, đầu tư và du lịch, thu hút các đối tác đến tỉnh Bắc Giang đầu tư, kinh doanh.

- Tăng cường trang bị máy móc, thiết bị cần thiết phục vụ hoạt động XTTM, đẩy mạnh tính chuyên nghiệp trong hoạt động XTTM.

III. Kinh phí triển khai thực hiện

Thực hiện xã hội hóa trong công tác đầu tư phát triển XTTM; đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến vai trò, tác dụng của công tác XTTM đối với DN trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế. Qua đó, khuyến khích các DN chú trọng, dành nguồn kinh phí thích đáng, tích cực tham gia các hoạt động XTTM trong và ngoài nước, đặc biệt là các hoạt động XTTM do tỉnh tổ chức nhằm phục vụ cho phát triển sản xuất kinh doanh của đơn vị mình.

Tổng kinh phí dự kiến triển khai thực hiện Kế hoạch giai đoạn 2016-2020 là 112.500 triệu đồng, trong đó kinh phí hỗ trợ từ ngân sách Nhà nước là 22.500 triệu đồng.

DVT: triệu đồng

TT	Nguồn kinh phí	Năm thực hiện					Tổng cộng
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	Kinh phí đầu tư của các cơ quan, tổ chức và DN	14.000	16.000	18.000	20.000	22.000	90.000
2	Kinh phí từ ngân sách nhà nước hỗ trợ.	3.500	4.000	4.500	5.000	5.500	22.500
	Cộng	17.500	20.000	22.500	25.000	27.500	112.500

(Phân kinh phí Ngân sách nhà nước có biểu kèm theo)

IV. Tổ chức thực hiện

1. Sở Công Thương:

- Chỉ đạo đơn vị chủ trì triển khai thực hiện Kế hoạch; hàng năm xây dựng Kế hoạch với các chương trình, đề án cụ thể trình Chủ tịch UBND tỉnh phê duyệt; chủ trì kiểm tra, giám sát việc thực hiện Kế hoạch; đảm bảo Kế hoạch được thực hiện theo yêu cầu, mục tiêu, nội dung, tiến độ, hiệu quả và theo đúng các quy định.

- Chủ trì làm việc với các ngành chức năng có liên quan, nghiên cứu, lựa chọn địa điểm, tham mưu cho tỉnh bố trí quy hoạch khu trung tâm hội chợ triển lãm của tỉnh tại trung tâm thành phố Bắc Giang trong giai đoạn 2016-2020.

- Phối hợp với Sở Tài chính bố trí kinh phí hàng năm để trình cấp thẩm quyền phê duyệt.

- Chủ trì phối hợp với các ngành, UBND các huyện, thành phố tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch này; định kỳ hàng năm tổng hợp báo cáo Chủ tịch UBND tỉnh kết quả thực hiện theo qui định.

2. Sở Tài chính: Tham mưu, bố trí nguồn vốn ngân sách để đảm bảo kinh phí thực hiện Kế hoạch hàng năm theo Luật Ngân sách nhà nước.

3. Sở Xây dựng: Phối hợp với UBND thành phố Bắc Giang và các ngành chức năng tham mưu bố trí quy hoạch khu trung tâm hội chợ triển lãm của tỉnh tại thành phố Bắc Giang.

4. UBND thành phố Bắc Giang: Trong nội dung Điều chỉnh quy hoạch chung xây dựng thành phố, giai đoạn đến năm 2030 - tầm nhìn đến năm 2050, bố trí quỹ đất dành cho Trung tâm hội chợ triển lãm tại thành phố Bắc Giang quy mô từ 03 - 05 ha để kịp thời triển khai dự án.

5. Các sở, ngành tỉnh; UBND cấp huyện và các Hội, Hiệp hội DN tỉnh:

Căn cứ nội dung của Kế hoạch, phối hợp với Sở Công Thương, đơn vị chủ trì, các đơn vị liên quan triển khai thực hiện Kế hoạch trong ngành, địa phương, lĩnh vực mình phụ trách; tổ chức tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn, giúp đỡ các DN trên địa bàn tham gia các nội dung Kế hoạch XTTM của tỉnh.

UBND cấp huyện triển khai xây dựng kế hoạch của địa phương mình để định hướng công tác xúc tiến thương mại giai đoạn 2016-2020; hàng năm bố trí ngân sách để tổ chức thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn.

6. Đơn vị chủ trì: Các chủ đề án chủ động phối hợp với các doanh nghiệp, đơn vị tổ chức triển khai thực hiện theo Kế hoạch được giao; trong quá trình thực hiện có khó khăn, vướng mắc kịp thời báo cáo, đề nghị điều chỉnh nội dung kế hoạch hàng năm cho phù hợp. ✓

KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH



Dương Văn Thái

DANH MỤC
KẾ HOẠCH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TỈNH BẮC GIANG GIAI ĐOẠN 2016-2020
(Kèm theo Quyết định số 10/2015/QĐ-UBND ngày 10/8/2015 của Chủ tịch UBND tỉnh Bắc Giang)



TT	Tên chương trình	Hỗ trợ từ kinh phí XTTM tỉnh (tr.đ)					Đơn vị chủ trì thực hiện
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	Thông tin thương mại và tuyên truyền để tiêu thụ hàng hóa ở trong nước và nước ngoài	742	754	654	754	654	
1.1	Thu thập, cập nhật thông tin phục vụ Website, sản giao dịch TMDT, bản tin, quản lý ngành; tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng...	100	100	100	100	100	Trung tâm XTTM
1.2	Duy trì bản tin kinh tế công nghiệp và thương mại	320	320	320	320	320	
1.3	Nâng cấp, duy trì Website Công Thương (cập nhật, vận hành, thuê trang chủ, hosting, tên miền, đặt logo ...)	250	150	150	150	150	
1.4	Duy trì Tạp chí truyền hình XTTM trên Đài TH tỉnh	72	84	84	84	84	
1.5	Mua thiết bị phục vụ hoạt động thông tin, tuyên truyền		100		100		
2	Tham gia hội chợ- triển lãm ở trong nước, nước ngoài	1.115	1.315	1.365	1.480	1.530	
2.1	Tham dự hội chợ quốc tế TP. Hà Nội (triển lãm 02 gian hàng của tỉnh)	145	145	145	145	145	Trung tâm XTTM
2.2	Tham dự Hội chợ quốc tế Việt -Trung, Lào Cai (triển lãm 02 gian hàng của tỉnh; tổ chức Đoàn cán bộ tỉnh tham dự khai mạc và tham dự hoạt động XTTM tại Hội chợ)	250	200	250	200	250	
2.3	Tham dự Hội chợ quốc tế Việt -Trung, Lạng Sơn (triển lãm 02 gian hàng của tỉnh; tổ chức Đoàn cán bộ tỉnh tham dự khai mạc và tham dự hoạt động XTTM tại Hội chợ)	180	180	180	180	180	
2.4	Tham dự Hội chợ thương mại Quảng Ninh (triển lãm 02 gian hàng của tỉnh; tổ chức Đoàn cán bộ tỉnh tham dự khai mạc và tham dự hoạt động XTTM tại Hội chợ)	180	180	180	180	180	
2.5	Tham dự hội chợ thuộc CT XTTMQG khu vực Miền Bắc (triển lãm 02 gian hàng của tỉnh; tổ chức đoàn xúc tiến thương mại)		180	180	180	180	
2.6	Tham dự Hội chợ Đặc sản vùng miền - Hà Nội (triển lãm 02 gian hàng của tỉnh)				145	145	

2.7	Tham dự Hội chợ quốc tế tại các tỉnh phía Nam (triển lãm 02 gian hàng của tỉnh; tổ chức Đoàn cán bộ tỉnh tham dự khai mạc và tham dự hoạt động XTTM tại Hội chợ)	270	270	270	280	280	
2.8	Hỗ trợ DN tham dự hội chợ trong nước, nước ngoài (hỗ trợ 100% kinh phí thực gian hàng cho các doanh nghiệp tham gia hội chợ)	90	160	160	170	170	
3	Tổ chức đoàn khảo sát thị trường, giao dịch thương mại ở trong nước và nước ngoài	500	720	820	1.222	1.462	
3.1	Tổ chức đoàn khảo sát thị trường và XTTM trong nước (cán bộ, công chức viên chức ở tỉnh tham gia đoàn hỗ trợ 100% chi phí; hỗ trợ 50% chi phí đi lại cho cán bộ doanh nghiệp tham gia đoàn)				120	220	Trung tâm XTTM
3.2	Tổ chức đoàn khảo sát thị trường và XTTM ở nước ngoài (cán bộ của tỉnh tham gia đoàn hỗ trợ 100% chi phí; hỗ trợ 50% chi phí đi lại (hỗ trợ tiền vé máy bay một chiều) cho cán bộ doanh nghiệp tham gia đoàn)				250	350	
3.3	Tổ chức các hoạt động xúc tiến tiêu thụ, kết nối cung cầu (Tổ chức các hội nghị xúc tiến tiêu thụ vải thiều tại: Bắc Giang, Hà Nội, Lạng Sơn, Lào Cai, TP. HCM... các hoạt động xúc tiến tiêu thụ, quảng bá sản phẩm: vải thiều, gả đôi,...)	500	720	820	852	892	
4	Bồi dưỡng và nâng cao năng lực kỹ năng kinh doanh ở trong nước				60	60	
	Tổ chức lớp bồi dưỡng /Hội thảo về nâng cao năng lực cạnh tranh: nghiệp vụ XTTM; kỹ năng xuất nhập khẩu; nghiệp vụ quản lý...(20 tr.đ/lớp/ hoặc buổi hội thảo)				60	60	Trung tâm XTTM
5	Quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng, hỗ trợ thâm nhập thị trường ở trong nước, nước ngoài	880	860	1.260	1.060	1.060	
5.1	Xây dựng tài liệu XTTM: đĩa CD, catalo, tờ rơi, tờ gấp; tài liệu quảng bá khác...	250	300	300	300	300	Trung tâm XTTM
5.2	Nâng cấp, duy trì sản giao dịch thương mại điện tử tỉnh (http://san24h.vn)	280	180	280	180	180	
5.3	Quảng bá sản giao dịch TMDT (http://san24h.vn) trên trang chủ nhíp cầu kinh doanh Á-Âu, Asemconect Việt Nam (Bộ CT)	100	100	100	100	100	
5.4	Quảng bá Thương hiệu sản phẩm, doanh nghiệp tiêu biểu tỉnh Bắc Giang trên “Công thông tin hướng ứng cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”	100	100	100	100	100	

5.5	Tổ chức chương trình đưa hàng Việt về nông thôn			200	200	200	
5.6	Tổ chức gian hàng trưng bày giới thiệu sản phẩm của tỉnh tại thành phố Bắc Giang (B2, dựng gian hàng, vật tư, hàng hóa, chi phí thuê vũ trụ tại gian hàng...)	150	180	280	180	180	
6	Hoạt động XTMM khác (chi quản lý; hội nghị, hội thảo; đưa doanh nghiệp tham dự hội chợ, khảo sát; học tập kinh nghiệm, tham dự hoạt động XTMM tại các tỉnh).	188	276	321	344	499	Trung tâm XTMM
7	Thông kê vãi thiệu xuất khẩu	25	25	30	30	35	Cục Thống kê
8	Kinh phí dự phòng	50	50	50	50	200	
	Tổng cộng: (1+2+3+4+5+6+7+8)	3.500	4.000	4.500	5.000	5.500	