

**ỦY BAN NHÂN DÂN
THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG**

Số: 8551 /QĐ-UBND

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

Đà Nẵng, ngày 18 tháng 10 năm 2012

QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt Đề án Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại
và kích cầu nội địa trên địa bàn thành phố Đà Nẵng
giai đoạn 2011-2015, định hướng đến năm 2020**

CHỦ TỊCH ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

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

Căn cứ Quyết định số 1866/QĐ-TTg ngày 08/10/2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội thành phố Đà Nẵng đến năm 2020 và Quyết định số 27/2007/QĐ-TTg ngày 15/5/2007 của Thủ tướng Chính Phủ phê duyệt Đề án phát triển thương mại trong nước đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020;

Căn cứ Quyết định số 3553/QĐ-UBND ngày 26/4/2011 của UBND thành phố Đà Nẵng về việc phê duyệt Chương trình Xúc tiến thương mại trọng điểm thành phố Đà Nẵng giai đoạn 2011-2015;

Căn cứ Quyết định số 9449/QĐ-UBND ngày 06/12/2010 của UBND thành phố Đà Nẵng về việc giao chỉ tiêu kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng - an ninh, và dự toán thu chi ngân sách nhà nước năm 2011;

Xét đề nghị của Giám đốc Sở Công Thương tại Tờ trình số 1222/TTr-SCT ngày 13/9/2012 V/v đề nghị phê duyệt Đề án Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại và kích cầu nội địa trên địa bàn thành phố Đà Nẵng,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Đề án ***“Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại và kích cầu nội địa trên địa bàn thành phố Đà Nẵng giai đoạn 2011-2015, định hướng đến năm 2020”*** với những nội dung chính sau đây:

1. Quan điểm phát triển

- Phát triển XTTM phải xuất phát từ nhu cầu của doanh nghiệp, đảm bảo sự thống nhất quản lý và hướng dẫn của Nhà nước.

- Hoạt động XTTM không chỉ là thu thập, xử lý, cung cấp thông tin thương mại, quảng bá thương mại thông thường mà cần hướng đến việc cải thiện, tăng cường năng lực sản xuất, cung cấp hàng cho thị trường và xuất khẩu, gắn hoạt động XTTM với mục tiêu phát triển hoạt động thương mại nội địa, kích cầu nội địa và các hoạt động xuất khẩu khác.

- Phát triển XTTM phải liên kết chặt chẽ các đối tác XTTM trong địa bàn để tận dụng tối đa cơ hội.

- Triển khai hoạt động XTTM theo các nhóm có yêu cầu chung nhằm phân bổ các nguồn lực XTTM một cách hợp lý, khoa học và hiệu quả.

- Phát triển XTTM gắn liền với phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, chất lượng cơ sở vật chất và ứng dụng mạng thương mại điện tử của cơ quan XTTM.

- Tranh thủ sự hỗ trợ của các tổ chức quốc tế để nâng cao hiệu quả XTTM và gắn với cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

2. Mục tiêu phát triển

2.1. Mục tiêu tổng quát

- Hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh mở rộng thị trường, phát triển sản phẩm mới, tạo lập uy tín thương hiệu, mang lại hiệu quả thiết thực cho các doanh nghiệp và cho sự phát triển kinh tế xã hội của thành phố.

- Mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa, trong đó chú trọng đến thị trường nội địa, thu hút đầu tư sản xuất, kinh doanh cung ứng dịch vụ, xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm chủ lực của Đà Nẵng, góp phần xây dựng thành phố trở thành một trong những đô thị lớn của cả nước, các ngành dịch vụ phát triển mạnh, chất lượng cao, tạo nền tảng để trở thành thành phố công nghiệp trước năm 2020.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Nâng cao chất lượng, hiệu quả và đa dạng hóa các hoạt động XTTM. Hỗ trợ, phối hợp, mở rộng hoạt động XTTM ra các tỉnh, thành trong và ngoài nước.

- Góp phần thực hiện mục tiêu tăng trưởng GDP các ngành thương mại, dịch vụ xã hội trong thời kỳ 2011 - 2020 đạt tốc độ trung bình 13-14%/năm; tổng mức bán hàng hóa, dịch vụ tăng trưởng bình quân 19%/năm thời kỳ 2011 - 2020. Phát triển thị trường nội địa nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của nhân dân thành phố, thực hiện tốt Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

- Thực hiện và hoàn thành tổ chức triển khai có hiệu quả Quyết định 3553/QĐ-UBND ngày 26/4/2011 của UBND thành phố Đà Nẵng về việc Phê duyệt Chương trình XTTM trọng điểm thành phố Đà Nẵng giai đoạn 2011-2015.

3. Định hướng phát triển các hoạt động xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng nội địa

- Tập trung nghiên cứu, đầu tư nhiều chương trình XTTM có trọng tâm giúp doanh nghiệp tiếp cận nhanh chóng và khẳng định chỗ đứng vững chắc tại thị trường nội địa, đồng thời tập trung phát triển sản xuất, cải tiến nâng cấp thiết bị, hạ giá thành sản phẩm, tạo ra nguồn hàng phong phú, chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu thị trường.

- Nâng cao năng lực cho cơ quan XTTM tại địa phương, đặc biệt là khả năng cung cấp thông tin về thị trường, doanh nghiệp, cơ hội giao thương và mở rộng, nâng cao chất lượng các dịch vụ cung cấp cho doanh nghiệp.

- Định hướng phát triển dựa trên cơ sở các chương trình XTTM đã được xây dựng và được UBND thành phố phê duyệt.

- Tranh thủ các nguồn kinh phí từ Chương trình XTTM của Bộ Công Thương và các doanh nghiệp để tổ chức các hoạt động XTTM có hiệu quả hơn.

- Tuyên truyền, quảng bá hàng Việt đến với người tiêu dùng; kết nối giữa các nhà sản xuất và người tiêu dùng thông qua các kênh phân phối sản phẩm.

- Cung cấp thông tin sâu rộng đến người tiêu dùng và nhà sản xuất, từ đó góp phần nâng cao nhận thức cộng đồng về việc tiêu dùng và sản xuất hàng Việt; tuyên truyền, phổ biến kỹ năng phân biệt hàng giả, hàng nhái.

- Đẩy mạnh các đợt tổ chức đưa hàng Việt về phục vụ nông thôn, các khu công nghiệp, khu đô thị mới... gắn với các hoạt động văn hóa, nghệ thuật truyền thống của địa phương.

4. Các giải pháp đẩy mạnh hoạt động XTTM và kích cầu nội địa của thành phố đến năm 2020

4.1. Về phía cơ quan quản lý Nhà nước

a) Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền

- Tổ chức các hoạt động tuyên truyền về Cuộc vận động người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

- Cung cấp thông tin sâu rộng đến với người tiêu dùng và nhà sản xuất, từ đó góp phần đưa hàng Việt đến gần hơn với người tiêu dùng; cung cấp thông tin, kiến thức hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng mạng lưới bán lẻ hoạt động hiệu quả.

- Tuyên truyền, phổ biến kỹ năng phân biệt hàng giả, hàng nhái.

- Xây dựng và phát triển mạng thông tin công cộng nhằm cung cấp dịch vụ cho các doanh nghiệp thương mại nhỏ và vừa...

- Tuyên truyền và tập huấn các phương pháp, kỹ năng cần thiết để thực hiện các hoạt động XTTM cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn.

b) Công tác quy hoạch, kế hoạch và phát triển các loại hình phân phối trên địa bàn thành phố

- Đẩy mạnh phát triển một số loại hình tổ chức phân phối bán lẻ vừa và nhỏ theo hướng hiện đại và chuyên nghiệp; đẩy mạnh công tác xã hội hóa các loại hình phân phối; đầu tư nâng cấp các chợ truyền thống trở thành chợ văn minh vừa đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hiện đại, vừa phục vụ du lịch; phát triển ứng dụng thương mại điện tử....

- Thực hiện hiệu quả Chiến lược phát triển nông thôn giai đoạn 2010-2015, định hướng đến 2020 nhằm phát triển sản xuất và tiêu dùng hàng hóa chất lượng cao do nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp làm ra.

- Phát huy có hiệu quả mối liên kết vùng; tập trung phát triển và mở rộng thị trường, quảng bá đối với các hàng hóa có thế mạnh của thành phố như thủy sản chế biến, cao su, may mặc, bia và các sản phẩm làng nghề đặc trưng khác.

- Quy hoạch, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho các nhà đầu tư có khả năng về vốn, công nghệ, kinh nghiệm tổ chức các kênh phân phối, tiêu thụ sản phẩm đầu tư xây dựng các nhà máy sản xuất hàng hóa có trình độ công nghệ cao.

c) Hỗ trợ doanh nghiệp và tổ chức các hoạt động XTTM, kích cầu nội địa của thành phố

- Xây dựng cơ chế, chính sách, giải pháp hỗ trợ hoạt động XTTM, hỗ trợ và phát triển thị trường nội địa phù hợp các cam kết WTO.

- Nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động XTTM nhằm hỗ trợ và hướng các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh nhận thức vai trò quan trọng của thị trường trong nước.

- Thực hiện điều tra, khảo sát thị trường nhằm cung cấp cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh những thông tin về người tiêu dùng, thị phần của hàng Việt Nam, hiện trạng hệ thống phân phối và năng lực kinh doanh...

- Tăng cường công tác kiểm tra kiểm soát thị trường; xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm; thực hiện tốt các chính sách về bảo vệ người tiêu dùng cũng như bảo vệ thương hiệu của các doanh nghiệp sản xuất trong nước.

- Tổ chức các hội thảo, tọa đàm để các doanh nghiệp chia sẻ kinh nghiệm, tìm kiếm cơ hội hợp tác, liên kết nhằm thúc đẩy sản xuất, phát triển hệ thống phân phối, tiêu thụ hàng Việt Nam trên thị trường nội địa.

- Định kỳ hoặc thường xuyên triển khai các chương trình xúc tiến thị trường nội địa như: chương trình tháng bán hàng khuyến mại tổ chức vào tháng 12 hàng năm; chương trình bán hàng khuyến mại vào các mùa cao điểm du lịch; đẩy mạnh hoạt động đưa hàng Việt về khu công nghiệp, vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa; tranh thủ sự hỗ trợ của Chương trình XTTM quốc gia trong việc tổ chức các hội chợ, phiên chợ hàng Việt Nam.

- Tăng cường hỗ trợ các doanh nghiệp, hộ kinh doanh, hợp tác xã xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu theo tinh thần Nghị quyết 33-NQ/TW ngày 16/10/2003 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển thành phố Đà Nẵng trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

- Khuyến khích doanh nghiệp, các thành phần kinh tế, hộ gia đình hình thành các kênh (cửa hàng tiện lợi, siêu thị mini...) phân phối hàng hóa thiết yếu ở các khu vực dân cư đông, khu công nghiệp, vùng nông thôn.

- Cải cách thủ tục hành chính trong việc cấp phép đầu tư xây dựng hạ tầng thương mại, thủ tục hỗ trợ khuyến khích đầu tư, thủ tục cấp phép kinh doanh.

d) Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong công tác xúc tiến thương mại của thành phố Đà Nẵng

- Tiếp tục thu hút những sinh viên, nghiên cứu sinh của các trường đại học kinh tế có uy tín trong và ngoài nước để cung cấp nguồn nhân lực cho công tác XTTM và nghiên cứu thị trường của thành phố.

- Có kế hoạch tuyển chọn và tập trung đào tạo có trọng tâm nguồn nhân lực cho công tác thị trường, XTTM, xây dựng đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn cao, có khả năng thích ứng và xử lý tốt công việc. Có chính sách tuyển chọn, bố trí, sử dụng, đãi ngộ hợp lý với lao động có trình độ cao.

- Phối hợp, tạo điều kiện để các hiệp hội ngành nghề phát triển (công tác tập huấn, hội thảo, tuyên truyền, kiểm tra lĩnh vực thương mại - dịch vụ...).

4.2. Về phía doanh nghiệp

- Cần tăng cường các khâu quản lý, đổi mới công nghệ, giảm giá thành sản phẩm, nâng cao chất lượng hàng hóa và sự tiện lợi trong cung ứng.

- Chú trọng quảng bá tiếp thị sản phẩm tại thị trường trong nước và tại địa phương, cung cấp đầy đủ thông tin về sản phẩm, tạo dựng niềm tin cho người tiêu dùng. Nghiên cứu đặc điểm, thị hiếu, nhu cầu thị trường trên từng địa bàn, có chiến lược phân lớp thị trường, xác định đúng đối tượng khách hàng mà mình sẽ hướng tới, phù hợp với lợi thế và khả năng của mình.

- Liên kết phát huy lợi thế với các đối tác để mở rộng kênh phân phối, đa dạng hóa các phương thức ưu đãi khuyến mại, áp dụng chiến lược kinh doanh phù hợp với đặc điểm thị trường, đa dạng hóa các phương thức XTTM.

- Tận dụng sự hỗ trợ của Chính phủ, chính quyền địa phương và các cơ quan quản lý Nhà nước chuyên ngành để chủ động lên kế hoạch thực hiện hoạt động XTTM; thường xuyên tham gia các hội chợ, phiên chợ hàng Việt Nam.

- Có kế hoạch chi tiết xây dựng hệ thống phân phối bán lẻ ngắn hạn, trung hạn và dài hạn, phát huy tối đa hệ thống chợ, đại lý, từng bước xây dựng hệ thống phân phối bán lẻ bền vững. Đầu tư cho công tác xây dựng, huấn luyện và có chính sách đãi ngộ hợp lý đối với người làm công tác thị trường, XTTM.

- Chú trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp để tạo tài sản tinh thần, nguồn lực để doanh nghiệp phát triển bền vững trong điều kiện hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, góp phần trong việc đẩy mạnh các hoạt động XTTM.

Điều 2. Tổ chức thực hiện

1. Sở Công Thương

1.1. Chủ trì phối hợp với các sở, ban, ngành, đơn vị có liên quan tổ chức thực hiện có hiệu quả các giải pháp đã đề ra; định kỳ hàng năm tổng hợp, báo cáo UBND thành phố, Bộ Công Thương về kết quả các nhiệm vụ đã thực hiện.

1.2. Chỉ đạo Chi cục Quản lý thị trường tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát, chống hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng...

1.3. Chỉ đạo Trung tâm Thông tin XTTM thực hiện các nội dung:

- Tổ chức thường xuyên các hội chợ địa phương, vùng, miền.
- Tiến hành các đợt khảo sát tại các thị trường tiềm năng trong và ngoài nước để trên cơ sở đó xây dựng các dữ liệu, thông tin nhằm cung cấp cho các đơn vị có nhu cầu phát triển và mở rộng thị trường.
- Hỗ trợ nâng cao năng lực của cộng đồng các doanh nghiệp trên địa bàn thông qua việc tổ chức các cuộc hội thảo, tọa đàm với đại diện cơ quan quản lý Nhà nước chuyên ngành, doanh nghiệp, nông dân và người tiêu dùng.
- Nắm bắt kịp thời nhu cầu của doanh nghiệp để tổ chức các khóa đào tạo nâng cao kiến thức, kỹ năng kinh doanh, bán hàng, XTTM, văn minh thương mại... cho doanh nghiệp. Khuyến khích các doanh nghiệp đẩy mạnh việc hợp tác, liên kết trong việc cung cấp thông tin, khai thác thị trường, chống cạnh tranh không lành mạnh, bán phá giá... góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh.
- Chú trọng và xây dựng nguồn nhân lực có khả năng chuyên môn và ứng xử linh hoạt trong công tác hỗ trợ các doanh nghiệp.
- Tranh thủ nguồn kinh phí hỗ trợ từ chương trình XTTM quốc gia và các nguồn khác để tổ chức các hoạt động XTTM.

2. Các Sở, ban, ngành khác

2.1. Sở Tài chính

Đề xuất cân đối, bố trí kinh phí từ nguồn vốn ngân sách địa phương hàng năm để thực hiện chương trình, nhiệm vụ của Đề án đảm bảo theo quy định của Luật ngân sách nhà nước.

2.2. Sở Thông tin và Truyền thông

Tích cực chỉ đạo các cơ quan tuyên truyền như đài phát thanh, truyền hình, báo, tạp chí phối hợp tuyên truyền về các chương trình, hoạt động XTTM của thành phố đến cộng đồng doanh nghiệp, đặc biệt tuyên truyền về cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”...

2.3. Ban Quản lý Các khu công nghiệp và chế xuất, Ban quản lý Khu công nghệ cao thành phố Đà Nẵng:

Phối hợp với các đơn vị có chức năng nhằm đưa hàng Việt về phục vụ công nhân trong các khu công nghiệp trong các phiên chợ hàng Việt và các hoạt động XTTM nội địa khác.

2.4. Sở Kế hoạch và Đầu tư

Chủ trì và phối hợp với các cơ quan liên quan thẩm định và tham mưu UBND thành phố cân đối, phân bổ vốn đầu tư XDCB, đồng thời tham mưu cơ chế, chính sách thu hút vốn đầu tư xây dựng các chợ, hệ thống phân phối trên địa bàn thành phố.

2.5. Sở Xây dựng

Chủ trì và phối hợp với Sở Công Thương giới thiệu địa điểm, thông số quy hoạch các dự án xây dựng trung tâm thương mại, siêu thị, chợ, cơ sở sản xuất, phân phối trên

địa bàn thành phố, đồng thời hướng dẫn giải quyết các nội dung liên quan về quy hoạch kiến trúc của các dự án theo quy định.

2.6. UBND các quận, huyện

- Phối hợp cùng Sở Công Thương triển khai thực hiện các chương trình, hoạt động XTTM nội địa của thành phố trên địa bàn các quận, huyện ...

- Hàng năm có kế hoạch tuyển chọn, đào tạo, bố trí cán bộ có đủ năng lực để theo dõi, quản lý hoạt động thương mại trên địa bàn quận, huyện.

- Tổ chức triển khai thực hiện quy hoạch tổng thể hạ tầng thương mại đã được thành phố phê duyệt trên địa bàn quận, huyện; tổ chức thực hiện các dự án kêu gọi đầu tư xây dựng chợ và trung tâm thương mại trên địa bàn quận, huyện theo phân cấp của thành phố.

3. Doanh nghiệp

- Tích cực phối hợp với các cơ quan quản lý Nhà nước, xây dựng kế hoạch và triển khai thực hiện các chương trình, hoạt động XTTM nội địa của thành phố trong phạm vi lĩnh vực, hoạt động của doanh nghiệp của mình.

- Các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng cần rà soát, đánh giá lại các hoạt động của mình như chính sách sản phẩm, giá, chương trình chăm sóc khách hàng.... nhằm đẩy mạnh sản xuất và tổ chức tốt hơn thị trường trong nước thời gian đến. Trong đó, tập trung đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm, coi trọng việc tìm hiểu nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng và thị trường.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 4. Chánh Văn phòng UBND thành phố; Giám đốc các Sở: Công Thương, Kế hoạch và Đầu tư; Xây dựng; Tài chính; Thông tin và Truyền thông; Trưởng Ban quản lý các khu công nghiệp và chế xuất, Trưởng ban Ban quản lý Khu công nghệ cao thành phố; Chủ tịch UBND các quận, huyện trên địa bàn thành phố; Thủ trưởng các cơ quan liên quan và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

**KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**

Phùng Tấn Việt