

Số: 965 /KH-SCT

Gia Lai, ngày 30 tháng 12 năm 2015

KẾ HOẠCH

XTTM đẩy mạnh tiêu thụ và xuất khẩu sản phẩm Lâm-Nông sản chủ lực của tỉnh Gia Lai giai đoạn 2016-2020

A- MỤC ĐÍCH - YÊU CẦU:

I- Mục đích:

1- Nhằm thực hiện chủ trương và nhiệm vụ của Đảng và nhà nước về tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, góp phần đẩy mạnh tiêu thụ hàng hoá, đẩy mạnh xuất khẩu, mở rộng sản xuất kinh doanh, hội nhập phát triển kinh tế của tỉnh Gia Lai.

2- Tạo môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh thực hiện công tác xúc tiến thương mại. Tạo cơ hội để các doanh nghiệp ngoài tỉnh, doanh nghiệp nước ngoài biết và đến với Gia Lai tìm kiếm cơ hội đầu tư, giao lưu, hợp tác liên doanh, liên kết đầu tư phát triển tại tỉnh ta. Tổ chức hoạt động XTTM trên địa bàn tỉnh tạo một kênh quan trọng quảng bá hình ảnh và những sản phẩm đặc trưng của tỉnh nhà đến với các đối tác trong nước và quốc tế.

3- Tạo điều kiện trao đổi, học hỏi kinh nghiệm, nâng cao nhận thức, tầm quan trọng và cách thức xúc tiến thương mại giữa các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh.

4- Giúp cho các doanh nghiệp và nhà nông có điều kiện xích lại gần nhau hơn trong việc thiết lập kênh thu mua cũng như thiết lập kênh phân phối, thông qua đó doanh nghiệp và nhà nông chủ động trong việc sản xuất bền vững và tiêu thụ hàng hóa, xây dựng định hướng phát triển doanh nghiệp và sản xuất trong tương lai.

5-Giúp cho các doanh nghiệp định hướng được thị trường tiêu thụ và xuất khẩu hàng hóa, nhằm đẩy mạnh hàng hóa sản xuất ra đến tay người tiêu dùng một cách thuận lợi và nhanh chóng, đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng của nhân dân.

6- Thực hiện tốt mục tiêu của Bộ Chính trị tại Thông báo số 264-TB/TW ngày 31/7/2009 về việc phát động Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

II- Yêu cầu:

5. Cần phải có sự phối hợp chặt chẽ với các Sở ban ngành có liên quan để tổ chức hoạt động XTTM có hiệu quả nhằm đẩy mạnh tiêu thụ và xuất khẩu sản phẩm.

6. Lựa chọn một số hoạt động XTTM phù hợp với tình hình thực tế để triển khai và áp dụng, tránh sự giàn trải không hiệu quả

7. Thực hiện và lồng ghép đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam

8. Lựa chọn một số doanh nghiệp điển hình có kinh nghiệm, uy tín và khả năng thực hiện tốt hoạt động XTTM để làm mô hình tiêu biểu phát triển và nhân rộng

B- NỘI DUNG KẾ HOẠCH:

I- Về mục tiêu:

Tạo cơ chế thuận lợi để các doanh nghiệp gặp gỡ với nông dân nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm và xuất khẩu, đưa sản phẩm nông nghiệp từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng một cách tiết kiệm và nhanh nhất.

Nhằm dần từng bước cải thiện môi trường kinh doanh cho các doanh nghiệp, tích cực đẩy mạnh tiêu thụ hàng Lâm-nông sản của địa phương đến các thị trường mới, đồng thời từng bước giới thiệu chất lượng sản phẩm tiêu biểu của địa phương đến các vùng miền trên cả nước, hạn chế việc hàng hóa bị tồn kho gây lãng phí hoặc không hiệu quả trong quá trình kinh doanh.

II- Nhiệm vụ:

1/ Đối với sản phẩm tiêu thụ thị trường nội địa

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền các Nghị quyết của trung ương về tiêu thụ sản phẩm nội địa, nhất là tuyên truyền phổ biến sâu rộng đến các doanh nghiệp về nội dung của Quyết định số 458/QĐ-TTg ngày 09/4/2015 của Thủ tướng Chính phủ về Ban hành Kế hoạch thực hiện kết luận số 97-KL/TW ngày 15/5/2014 của Bộ Chính trị về một số chủ trương giải pháp tiếp tục thực hiện Nghị quyết Trung ương khóa X về Nông nghiệp, nông dân và nông thôn.

- Theo dõi diễn biến cung cầu hàng hóa, giá cả thị trường, chủ động và linh hoạt các biện pháp điều hành cung cầu, bình ổn thị trường, không để xảy ra hiện tượng thiếu hàng, sốt giá

- Tiếp tục nghiên cứu và làm việc với các doanh nghiệp kinh doanh thương mại mở rộng và phát triển mạng lưới phân phối, mở rộng hệ thống bán lẻ thông qua nhiều hình thức như: mở cửa hàng bán lẻ trực thuộc đơn vị, hoặc mở đại lý, hoặc bằng những phương tiện vận tải vận chuyển hàng hóa đến thẳng vùng nông thôn.

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, xử lý nghiêm các hành vi gian lận thương mại, buôn bán hàng hóa không rõ nguồn gốc, tăng giá bất thường, đưa tin thất thiệt, nhất là các sản phẩm kém chất lượng, hàng nhái, hàng giả, thông qua đó thực hiện tốt được công tác bảo vệ người tiêu dùng.

- Đẩy mạnh công tác quy hoạch và phát triển hạ tầng thương mại, đặc biệt là các chợ đầu mối, hệ thống bán buôn, hệ thống bán lẻ, các cửa hàng tiện lợi, tạo thành một kênh phân phối rộng khắp, tạo điều kiện cho người tiêu dùng tiếp cận được sản phẩm cũng như đẩy mạnh quá trình tiêu thụ sản phẩm. Tiến hành rà soát lại hệ thống chợ trên địa bàn, đẩy mạnh công tác xã hội hóa về chợ, đề xuất với Bộ Công Thương phân bổ nguồn vốn cho địa phương về xây dựng chợ, quan tâm đến chợ nông thôn.

- Triển khai chương trình XTTM nội địa một cách đồng bộ gắn với việc thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam, đặc biệt quan tâm đến công tác đưa hàng Việt Nam về Nông thôn, về khu công nghiệp... nhằm góp phần bình ổn thị trường giá cả, tạo điều kiện thuận lợi cho người tiêu dùng tiếp cận với hàng Việt Nam sản xuất. Qua đó đẩy mạnh được chất lượng cũng như số lượng về sản phẩm hàng Việt được tiêu thụ tại thị trường nội địa, góp phần cải thiện tăng tỷ lệ hàng nội địa được người tiêu dùng ưa thích, dần từng bước thay thế hàng ngoại.

- Tăng cường phối hợp với các ngành chức năng như: Thuế, Ngân hàng... tháo gỡ những khó khăn cho doanh nghiệp, hoặc có thể ưu tiên cho vay ưu đãi đối với các doanh nghiệp làm ăn uy tín, đặc biệt là đối với doanh nghiệp có hệ thống thu mua trực tiếp hàng nông sản của nông dân sản xuất ra để tổ chức tiêu thụ, nhằm giúp cho các

doanh nghiệp có nhiều cơ hội để hoạt động sản xuất kinh doanh, đẩy mạnh guồng máy lưu thông thông suốt hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ.

- Tranh thủ các nguồn vốn của Trung ương và của địa phương, phối hợp với đơn vị có chức năng giảng dạy để mở các lớp bồi dưỡng về nghiệp vụ và tay nghề cho người lao động, nhằm tạo một lượng lao động có tay nghề cao từ đó góp phần tăng năng suất lao động, sản phẩm làm ra đạt chất lượng tốt, tiết kiệm chi phí trong quá trình sản xuất, giảm giá thành, tạo lợi thế cạnh tranh về giá đối với sản phẩm Việt Nam

- Tiếp tục thực hiện văn bản số 8056/BCT-TTTN, ngày 04/8/2015 của Bộ Công Thương về việc hướng dẫn xây dựng mô hình thí điểm về điểm bán hàng Việt Nam với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam” thuộc đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”. Trước mắt, ngành lên kế hoạch làm việc trực tiếp với các doanh nghiệp kinh doanh thương mại trên địa bàn, nhằm vận động các doanh nghiệp mở một số điểm bán hàng Việt, phấn đấu kết thúc năm 2016 số điểm bán hàng điển hình trên địa bàn đạt 05 điểm, những năm tiếp theo sẽ đúc kết kinh nghiệm và nhân rộng mô hình “điểm bán hàng Việt” đến năm 2020 đạt khoảng 20 điểm bán hàng Việt. Thực hiện được mục tiêu này góp phần bình ổn giá cả thị trường và đáp ứng được yêu cầu thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” cho những năm tiếp theo.

- Tranh thủ nguồn kinh phí của Trung ương hỗ trợ xây dựng các dự án Xúc tiến thương mại phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” Ngành khẩn trương xây dựng các đề án sát với tình hình thực tế tại địa phương nhằm triển khai có hiệu quả của đề án, đặc biệt quan tâm đến các dự án xúc tiến thương mại tìm các giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ hàng nông, lâm sản đặc trưng của tỉnh Gia Lai

- Tiếp tục vận động các doanh nghiệp tăng cường thực hiện các chương trình khuyến mại đối với những sản phẩm do Việt Nam sản xuất bằng nhiều hình thức như: Đưa hàng hóa, cung ứng các dịch vụ mẫu để khách hàng dùng thử; tặng quà cho khách hàng; giảm giá hoặc tổ chức các chương trình trúng thưởng mang tính chất may mắn...nhằm kích thích người tiêu dùng tiêu thụ sản phẩm của Việt Nam, có điều kiện tiếp xúc với hàng Việt nhiều hơn, thông qua đó đẩy mạnh doanh số, tăng số lượng hàng hóa bán ra, dần cải thiện và thay thế hàng Việt Nam trong cơ cấu hàng hóa kinh doanh của từng doanh nghiệp.

- Đẩy mạnh công tác quảng cáo thương mại nhằm giới thiệu với khách hàng về hoạt động kinh doanh hàng hóa và dịch vụ của mình thông qua các phương tiện thông tin đại chúng; các phương tiện truyền thông, các loại ấn phẩm được xuất bản.... Đồng thời cùng phối hợp với Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch quy hoạch cụ thể các địa điểm quảng cáo nhằm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp chủ động về nơi mình muốn quảng cáo, hơn nữa thông qua công tác quy hoạch này thể hiện được tính văn minh đô thị của tỉnh Gia Lai, tránh được sự lộn xộn và mất mỹ quan đô thị trong thời gian qua.

- Đẩy mạnh công tác trưng bày, giới thiệu hàng hóa và dịch vụ, tạo điều kiện về cơ chế, chính sách và môi trường để các doanh nghiệp có thể mở phòng trưng bày để giới thiệu sản phẩm, tham gia trưng bày tại các trung tâm thương mại, trong các hoạt động giải trí thể thao, văn hóa, nghệ thuật. Có kế hoạch liên kết với các doanh nghiệp tổ chức Hội nghị, hội thảo cần lồng ghép chương trình giới thiệu sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ vào nhằm mục đích quảng bá hàng hóa và dịch vụ, ngoài ra vận động các doanh nghiệp liên kết với các nhà mạng để đưa chương trình giới thiệu hàng hóa và dịch vụ lên Internet hoặc các hình thức khác.

- Tổ chức đoàn cán bộ khảo sát, nghiên cứu thị trường và các mô hình XTTM các địa phương đã tổ chức thực hiện, đặc biệt là công tác tổ chức Hội chợ triển lãm thương mại và hội chợ triển lãm chuyên ngành Nông, lâm sản. Liên kết với các tỉnh bạn có tiềm năng và kinh nghiệm tổ chức Hội chợ triển lãm để tổ chức tại tỉnh Gia Lai, nhằm giao thương giới thiệu tiềm năng của các tỉnh, tổ chức và thiết lập các kênh phân phối, mở rộng thị trường tiêu thụ những sản phẩm đặc trưng của các vùng miền

- Phối hợp với các Sở, ban ngành liên quan, nhất là Sở Khoa học và Công nghệ, đồng hành cùng với các doanh nghiệp tiến hành xây dựng thương hiệu sản phẩm đặc trưng của tỉnh. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Gia Lai cũng đã có rất nhiều sản phẩm có thương hiệu như: Tiêu Chư Sê, Chè Bầu Cạn, Cà Phê Thu Hà... mang tính chất sản phẩm đặc trưng của tỉnh. Trong thời gian đến tiến hành xây dựng thương hiệu một số sản phẩm như: hạt Điều và Bò Một nắng Krông Pa; Đậu xanh Chư Sê, Bắp hạt Chư Pờ, rau xanh Đăk Pơ.

- Triển khai chương trình thương hiệu quốc gia được Chính phủ phê duyệt, nhằm mục đích tạo dựng hình ảnh về thương hiệu sản phẩm đặc trưng của tỉnh Gia Lai để giới thiệu đến bạn bè thế giới và các doanh nghiệp trong nước cùng với người tiêu dùng. Tổ chức liên kết vùng miền, kết nối giữa các doanh nghiệp với nhau để quảng bá thương hiệu sản phẩm đặc trưng của từng vùng, tạo kênh phân phối rộng khắp để sản phẩm đến tận tay người tiêu dùng.

- Vận động các doanh nghiệp và các đơn vị sản xuất áp dụng các thành tựu khoa học công nghệ, kỹ thuật vào quá trình hoạt động của mình, thay đổi các công nghệ lạc hậu cũng như cải tiến quá trình kinh doanh để cải tiến mẫu mã sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo lợi thế cạnh tranh về giá cả, đáp ứng được yêu cầu tiêu dùng ngày càng cao của người tiêu dùng.

2/ Đối với sản phẩm xuất khẩu

- Tổ chức lại sản xuất, tổ chức lại hệ thống giống cây trồng chủ lực của tỉnh như cà phê cao su, tiêu, sắn,.. trong các khâu canh tác và hậu cần kỹ thuật. Đẩy mạnh gắn kết doanh nghiệp xuất khẩu với nông dân để định hướng liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, tạo sự ổn định, phát triển bền vững cho mặt hàng nông sản. Định hướng cho các doanh nghiệp trong việc liên kết với người nông dân đối với các sản phẩm hàng hóa cụ thể, tạo ra chuỗi giá trị cao, cải thiện thu nhập.

- Khai thác và tận dụng tốt cơ hội mở cửa thị trường theo lộ trình cắt giảm thuế quan và dỡ bỏ các rào cản phi thuế quan để đẩy mạnh xuất khẩu; nâng cao hiệu quả xuất khẩu hàng hóa của tỉnh sang các thị trường mà Việt nam đã ký Hiệp định thương mại tự do (FTA). Mở rộng thị trường xuất khẩu, tạo nhiều cơ hội cho xuất khẩu hàng nông sản.

- Thành lập bộ phận trực tiếp xử lý vướng mắc trong xuất khẩu nông sản của tỉnh. Tổ công tác này sẽ thường xuyên đối thoại với các DN để lắng nghe, tìm cách tháo gỡ khó khăn; hỗ trợ các DN, hiệp hội ngành hàng trong xây dựng, bảo vệ thương hiệu, chỉ dẫn địa lý vùng, miền; theo dõi sát tình hình phát sinh, rào cản thương mại của các thị trường nhập khẩu, từ đó kịp thời thông tin và khuyến cáo các doanh nghiệp khi xuất khẩu hàng hóa vào các thị trường này.

- Tăng cường quản lý chất lượng sản phẩm, hoàn chỉnh các tiêu chuẩn kỹ thuật đối với nhóm hàng nông sản để từng bước nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất khẩu. Trên cơ sở đó xây dựng lộ trình bắt buộc áp dụng tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật khi xuất khẩu.

Chú trọng xây dựng thương hiệu để phát triển bền vững, xuất khẩu nông sản phải chú trọng chất lượng, không chạy theo số lượng, , tăng cường sản xuất sạch, chú ý khâu bảo quản, tạm trữ, chế biến

- Phát huy vai trò và sự chủ động của các hiệp hội, các doanh nghiệp để khai thác tất cả các cơ hội phát triển theo hướng bền vững, thúc đẩy xuất khẩu và hạn chế nhập siêu có hiệu quả

- Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia cần quan tâm và tích cực triển khai các hoạt động hỗ trợ nắm bắt vấn đề hội nhập kinh tế quốc tế, cam kết trong các Hiệp định thương mại mà Việt Nam tham gia đàm phán và ký kết. Trong đó chú trọng phân tích những cơ hội, khó khăn hoặc rào cản kỹ thuật ảnh hưởng trực tiếp đến từng địa phương để Sở, ngành và doanh nghiệp có sự chuẩn bị hội nhập cũng như khai thác lợi thế địa phương hiệu quả.

Xây dựng hệ thống tiêu thụ sản phẩm và hỗ trợ cho các doanh nghiệp về các thông tin liên quan đến các thị trường xuất khẩu, bên cạnh đó tổ chức và kết nối các doanh nghiệp với một số tham tán nước ngoài để các doanh nghiệp có nhiều thông tin về các thị trường xuất khẩu. Phối hợp với các ngành chức năng tạo điều kiện thông thoáng cho các doanh nghiệp xuất khẩu được thực hiện thủ tục hải quan một cách gọn nhẹ và đơn giản nhất .

III/ Các giải pháp chủ yếu

1. Về chỉ đạo điều hành

- UBND tỉnh chỉ đạo trực tiếp đến các Sở, ban ngành và các đơn vị kinh doanh thương mại và xuất nhập khẩu về việc thực hiện Kế hoạch XTTM đẩy mạnh tiêu thụ và xuất khẩu sản phẩm Lâm-nông sản chủ lực của tỉnh Gia Lai giai đoạn 2016 - 2020 trên địa bàn tỉnh.

- Các Sở, ban ngành có liên quan và các doanh nghiệp kinh doanh thương mại và xuất nhập khẩu tiến hành xây dựng kế hoạch cụ thể để triển khai thực hiện kế hoạch; định kỳ hàng Quý có báo cáo về UBND tỉnh và Sở Công Thương kết quả thực hiện Kế hoạch, đồng thời nêu những khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai thực hiện để UBND tỉnh có giải pháp chỉ đạo kịp thời.

- Sở Công Thương có kế hoạch phối kết hợp với các Sở, ban ngành, triển khai thực hiện Kế hoạch XTTM một cách cụ thể và có những chương trình cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp kinh doanh thương mại và xuất nhập khẩu để tạo điều kiện cho các đơn vị có cơ sở hoạt động và thực hiện theo Kế hoạch này.

- Nâng cao chất lượng trang Website của Ngành để phục vụ cho các doanh nghiệp thuận tiện trong việc tra cứu thông tin, tiếp tục thực hiện công tác cải cách thủ tục hành chính, đưa các dịch vụ công lên cổng thông tin điện tử ở mức độ 3 để các doanh nghiệp thuận lợi trong việc cập nhật và giải quyết các thủ tục hành chính đã được Trung ương và địa phương quy định. Bên cạnh đó cải thiện và nâng cao chất lượng chuyên mục “truyền hình Công thương”, đây là kênh thông tin quảng bá quan trọng về những chủ trương, chính sách của ngành cũng như quảng bá về công tác XTTM mà các doanh nghiệp đang quan tâm, đồng thời nâng cao chất lượng và số lượng bài viết trong bản tin Công Thương của ngành, giúp cho các doanh nghiệp có thêm kênh thông tin để phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

2. Về chính sách

- Tranh thủ nguồn vốn phân bổ nằm trong chương trình xúc tiến thương mại quốc gia để tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại nhằm thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm.

- Phối hợp với các ngân hàng thương mại tổ chức các buổi giao thương để ngân hàng giới thiệu những dịch vụ mới với lãi suất thấp, ưu đãi hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong quá trình sản xuất kinh doanh

- Nâng cao tính minh bạch trong hoạt động của các cơ quan quản lý thương mại đồng thời thông tin đầy đủ cho các doanh nghiệp về các thông lệ quốc tế, những quy định rõ ràng hàng hóa và thị trường xuất nhập khẩu. Bên cạnh đó vận động và khuyến khích các doanh nghiệp đẩy mạnh tiêu thụ hàng nội địa và xuất khẩu những sản phẩm thành phẩm, hạn chế xuất khẩu hàng thô.

- Tổ chức các hội chợ triển lãm, tổ chức đưa hàng Việt về nông thôn, tổ chức tập huấn để nâng cao kiến thức về tiếp cận thị trường và xúc tiến thương mại cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh. Phòng kinh tế, kinh tế hạ tầng các huyện, thị xã; triển khai thu thập thông tin về thực trạng của các doanh nghiệp trên địa bàn để hỗ trợ các doanh nghiệp tìm biện pháp, giải pháp thúc đẩy các hoạt động xúc tiến thương mại; tuyên truyền, quảng bá thông tin xúc tiến thương mại.

- Phối hợp với các đơn vị liên quan Xúc tiến và quy định về Sở hữu trí tuệ, nhãn hiệu hàng hóa, chỉ dẫn địa lý để hàng nông sản Gia Lai được tham gia vào các thị trường quốc tế đồng thời đẩy mạnh công tác Xúc tiến thương mại và kết nối với các hệ thống phân phối ở nước ngoài và thúc đẩy các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực phân phối tham gia đầu tư sản xuất để xuất khẩu những sản phẩm thành phẩm

- Khuyến khích, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hình thành các kho ngoại quan đảm bảo công tác dự trữ và cung ứng kịp thời cho các hệ thống phân phối, bên cạnh đó nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp sản xuất, để đáp ứng được yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế trong giai đoạn hiện nay.

- Phối hợp với cơ quan Tài nguyên Môi trường đề xuất cấp có thẩm quyền xem xét các hình thức hỗ trợ miễn, giảm tiền thuê đất cho các doanh nghiệp có kế hoạch đầu tư xây dựng kho bảo quản hàng nông sản.

C- TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1/ Sở Công Thương chủ trì phối hợp các Sở, ban ngành liên quan tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch XTTM đẩy mạnh tiêu thụ và xuất khẩu sản phẩm Lâm-Nông sản chủ lực của tỉnh Gia Lai giai đoạn 2016-2020. Đồng thời đẩy mạnh công tác tuyên truyền về mục tiêu của Bộ Chính trị và Quyết định số 458/QĐ-TTg ngày 09/4/2015 của Chính phủ về Ban hành Kế hoạch thực hiện Kết luận số 97-KL/TW.

2/ Trung tâm Khuyến công và XTTM làm việc cụ thể với Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh dành nhiều thời lượng trong chuyên mục truyền hình Công thương và bản tin Công nghiệp thương mại để truyền tải mục tiêu của của việc đẩy mạnh tiêu thụ và xuất khẩu hàng Lâm-Nông sản đồng thời nâng cao chất lượng các bài viết, các phóng sự để tuyên truyền các chủ trương của Chính phủ và của tỉnh về công tác thực hiện kế hoạch tiêu thụ và xuất khẩu sản phẩm nông, lâm sản của tỉnh..

3/ Phòng Quản lý Thương mại, Quản lý Xuất nhập khẩu và các phòng chuyên môn thuộc Sở, căn cứ chức năng nhiệm vụ được giao chịu trách nhiệm triển khai thực

hiện Kế hoạch XTTM đẩy mạnh tiêu thụ và xuất khẩu sản phẩm Lâm-Nông sản chủ lực của tỉnh Gia Lai giai đoạn 2016-2020. Trong quá trình triển khai tổ chức thực hiện, nếu có gì vướng mắc đề nghị các đơn vị phản ánh kịp thời để có hướng xử lý.

4/ Chi Cục Quản lý thị trường Phối hợp với các Sở, ban ngành tăng cường công tác kiểm tra kiểm soát các đơn vị kinh doanh thương mại có hành vi gian lận thương mại, xử lý nghiêm các đơn vị kinh doanh hàng hóa không rõ nguồn gốc, hàng kém chất lượng, hàng nhái, hàng giả, hàng nhập lậu trên địa bàn..

5/ Giao cho phòng Quản lý Thương mại chịu trách nhiệm theo dõi tình hình, tổng hợp và báo cáo kết quả của việc thực hiện Kế hoạch về Lãnh đạo Sở và thực hiện tổng hợp báo cáo UBND tỉnh hàng năm.

Trên đây là Kế hoạch XTTM nhằm đẩy mạnh tiêu thụ và xuất khẩu Sản phẩm Lâm-Nông sản chủ lực của tỉnh Gia Lai giai đoạn 2016 – 2020. Đề nghị các phòng chuyên môn và các đơn vị liên quan phối hợp tổ chức thực hiện./.

Nơi nhận

- UBND tỉnh (B/cáo);
- Lãnh đạo Sở;
- Các phòng, ban, Đ/vị thuộc Sở;
- Lưu VP, QLTM.

**KT.GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC**



Nguyễn Tấn Thành