

**BỘ CÔNG THƯƠNG**

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số: **358 1** /QĐ-BCT

Hà Nội, ngày **15** tháng 7 năm 2009

CỤC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ  
VÀ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

**ĐẾN**

CV Số: ..... 656 .....

Ngày **16** tháng **7** năm **2009**

Lưu hồ Sơ: .....

## **QUYẾT ĐỊNH**

### **Về việc phê duyệt Chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước năm 2009**

## **BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG**

Căn cứ Nghị định số 189/2007/NĐ-CP ngày 27 tháng 12 năm 2007 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

Căn cứ Nghị quyết số 30/2008/NQ-CP ngày 11 tháng 12 năm 2008 của Chính phủ về những giải pháp cấp bách nhằm ngăn chặn suy giảm kinh tế, duy trì tăng trưởng kinh tế, bảo đảm an sinh xã hội; Quyết định số 12/2009/QĐ-TTg ngày 19 tháng 01 năm 2009 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Nghị quyết số 30/2008/NĐ-CP ngày 11 tháng 12 năm 2008 của Chính phủ về những giải pháp cấp bách nhằm ngăn chặn suy giảm, duy trì tăng trưởng kinh tế, bảo đảm an sinh xã hội;

Căn cứ Quyết định số 529/QĐ-TTg ngày 24 tháng 4 năm 2009 của Thủ tướng Chính phủ về kinh phí thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước năm 2009;

Theo đề nghị của Vụ trưởng Vụ Thị trường trong nước,

## **QUYẾT ĐỊNH:**

**Điều 1.** Phê duyệt Chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước năm 2009 “sau đây gọi tắt là Chương trình” (kèm theo Quyết định) với tổng dự toán ngân sách chi cho các hoạt động thuộc Chương trình là 51.022.000.000 đồng (năm mươi một tỷ không trăm hai mươi hai triệu đồng).

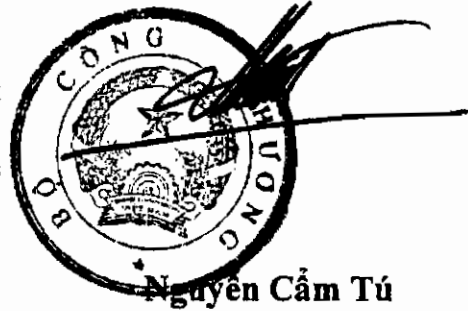
**Điều 2.** Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

**Điều 3.** Bộ Công Thương và các Bộ, ngành, tổ chức, cá nhân liên quan được giao thực hiện các hoạt động thuộc Chương trình chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

**Nơi nhận:**

- Thủ tướng Chính phủ;
- Các PTT Chính phủ (để báo cáo);
- VPCP, các Bộ: Tài chính, Kế hoạch & Đầu tư, Thông tin & Truyền thông, Nông nghiệp & Phát triển nông thôn;
- Bộ Công Thương: Bộ trưởng, các Thứ trưởng, các Cục, Vụ liên quan;
- UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương;
- Sở Công Thương, Trung tâm XTTM các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương (nơi triển khai Chương trình);
- Lưu: VT, TTTN.

**KT. BỘ TRƯỞNG  
THỨ TRƯỞNG**



# **BỘ CÔNG THƯƠNG**

Hà Nội, ngày 15 tháng 7 năm 2009

## **CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC NĂM 2009**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 3581/QĐ-BCT ngày 15 tháng 7 năm 2009)*

### **I. Các hoạt động hỗ trợ năng lực cộng đồng doanh nghiệp**

#### **1. Điều tra, khảo sát thị trường**

Mục đích của các cuộc điều tra, khảo sát thị trường là nhằm cung cấp cho các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh những thông tin về người tiêu dùng (tâm lý, thói quen, tập quán mua sắm, nhận xét ưu, nhược điểm của hàng Việt Nam...), về thị phần của hàng Việt Nam, về hiện trạng hệ thống phân phối và về năng lực của các doanh nghiệp; từ đó giúp doanh nghiệp có chiến lược, chính sách, giải pháp nhằm chiếm lĩnh thị trường trong nước cũng như giúp cho các cơ quan quản lý Nhà nước, các tổ chức đào tạo nắm bắt được nhu cầu của doanh nghiệp để tổ chức các khóa đào tạo nâng cao kiến thức, kỹ năng kinh doanh cho doanh nghiệp.

##### **1.1. Điều tra người tiêu dùng**

- Nội dung: điều tra về tâm lý, hành vi mua sắm, nhận thức của người tiêu dùng đối với hàng Việt (giá cả, kiểu dáng, chất lượng, tần suất mua hàng Việt Nam,...);

- Phạm vi: cho 03 nhóm hàng lương thực - thực phẩm, dệt may - da giày và đồ gia dụng (chiếm tỉ trọng lớn trong tiêu dùng cá nhân) trên phạm vi toàn quốc (chia theo 08 vùng địa lý của Tổng cục Thống kê, mỗi vùng chọn 02 tỉnh tiêu biểu);

- Phương pháp: điều tra chọn mẫu (tối thiểu 800 hộ/khu vực);

- Thời gian thực hiện: Quý III và Quý IV năm 2009;

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 100% chi phí điều tra.

##### **1.2. Điều tra về mạng lưới phân phối**

- Nội dung: điều tra mạng lưới phân phối (số lượng, qui mô, loại hình, phân bố, xu hướng phát triển,...);

- Phạm vi: cho 03 nhóm hàng lương thực - thực phẩm, dệt may - da giày và đồ gia dụng tại 10 tỉnh, thành phố đặc trưng thuộc 08 vùng địa lý;

- Phương pháp: khảo sát thực tế tại các tỉnh tiến hành điều tra;

- Thời gian thực hiện: Quý III và Quý IV năm 2009;

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 100% chi phí điều tra.

### 1.3. Điều tra về thương nhân

- Nội dung: điều tra về năng lực kinh doanh, nhu cầu nâng cao kiến thức quản lý, kỹ năng kinh doanh của thương nhân trong các khâu phân phối - bán buôn - bán lẻ (bao gồm cả đại lý);

- Phạm vi: trên địa bàn 10 tỉnh đại diện các vùng;

- Phương pháp: điều tra (tối thiểu 1.000 thương nhân), khảo sát thực tế, thống kê, tổng hợp kết quả, lên bản đồ cho từng nhóm hàng tại các tỉnh tiến hành điều tra;

- Thời gian thực hiện: Quý III và Quý IV năm 2009;

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 100% chi phí điều tra.

### 1.4. Tổng hợp, cung cấp kết quả điều tra

- Nội dung: tổng hợp kết quả các cuộc điều tra; đăng tải trên trang Web của Bộ Công Thương; theo dõi, cập nhật thông tin; cung cấp, tư vấn miễn phí cho các doanh nghiệp có nhu cầu;

- Thời gian thực hiện: 12 tháng (kể từ khi có kết quả các cuộc điều tra);

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 100% chi phí cho hoạt động tổng hợp, cung cấp kết quả điều tra.

## 2. Tổ chức các hội thảo, tọa đàm

Mục đích: thông qua các cuộc hội thảo, tọa đàm để các doanh nghiệp chia sẻ kinh nghiệm, bài học về thành công và thất bại; tìm kiếm cơ hội hợp tác, liên kết nhằm thúc đẩy sản xuất, phát triển hệ thống phân phối, tiêu thụ hàng Việt Nam tại thị trường trong nước.

### 2.1. Hội thảo 1

- Nội dung: các giải pháp cho doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu trở về chiếm lĩnh thị trường trong nước;

- Đối tượng: đại diện các nhà sản xuất, kinh doanh hàng xuất khẩu; đại diện các nhà sản xuất, phân phối tiêu biểu đã thành công trên thị trường trong nước; các hiệp hội; các cơ quan quản lý nhà nước...;

- Thời gian thực hiện: tháng 8 năm 2009

- Phương pháp: trao đổi kinh nghiệm, bài học thành công và thất bại trong quá trình sản xuất, tổ chức tiêu thụ sản phẩm trên thị trường trong nước;

- Thời gian thực hiện: tháng 8 năm 2009;

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 100% chi phí tổ chức hội thảo.

### 2.2. Hội thảo 2

- Nội dung: các giải pháp để đẩy mạnh tiêu thụ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề tại thị trường trong nước;

- Đối tượng: đại diện các hộ, hợp tác xã (HTX), doanh nghiệp vừa và nhỏ, các làng nghề; đại diện các nhà sản xuất, phân phối tiêu biểu đã thành công trên thị trường trong nước; các hiệp hội; các cơ quan quản lý nhà nước...;

- Phương pháp: trao đổi kinh nghiệm, bài học thành công và thất bại, những vướng mắc, khó khăn trong quá trình sản xuất, tổ chức tiêu thụ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề trên thị trường trong nước;

- Thời gian thực hiện: tháng 8 năm 2009;

- Nguyên tắc hỗ trợ: Hỗ trợ 100% chi phí tổ chức hội thảo.

## **II. Tổ chức hội chợ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề phía Nam và phía Bắc**

Mục đích: tìm kiếm bạn hàng, cơ hội tiêu thụ hàng nông sản, đặc sản, sản phẩm làng nghề từng vùng kết hợp xây dựng thương hiệu, kỹ năng bán hàng cho khoảng 10 mặt hàng mỗi kỳ hội chợ (năm kế sẽ tiếp tục xây dựng cho 10 mặt hàng khác).

### **1. Hội chợ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề phía Nam**

- Nội dung: hội chợ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề các tỉnh phía Nam;

- Đối tượng: các hộ sản xuất, trang trại, làng nghề, doanh nghiệp vừa và nhỏ nông thôn; các nhà phân phối...;

- Thời gian tổ chức hội chợ: một tuần;

- Địa điểm và thời gian thực hiện: tại TP. Hồ Chí Minh, vào tháng 11 năm 2009;

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 70% chi phí tổ chức hội chợ.

### **2. Hội chợ nông sản, sản phẩm làng nghề phía Bắc**

- Nội dung: hội chợ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề các tỉnh phía Bắc;

- Đối tượng: các hộ sản xuất, trang trại, làng nghề, doanh nghiệp vừa và nhỏ nông thôn; các nhà phân phối...;

- Thời gian tổ chức hội chợ: một tuần;

- Địa điểm và thời gian thực hiện: tại TP. Hà Nội, vào tháng 03 năm 2010;

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 70% chi phí tổ chức hội chợ.

## **III. Các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn, các khu công nghiệp và các khu đô thị**

### **1. Các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn**

- Mục đích: là một chương trình lớn, có ý nghĩa cấp thiết đồng thời mang tính chiến lược nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp và hàng hóa Việt Nam, góp phần loại bỏ hàng giả, hàng kém chất lượng trong và ngoài nước, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm. Hoạt động này được xem là khâu đột phá của Chương trình tổng thể về kích cầu tiêu dùng;

- Nội dung: tổ chức cho các doanh nghiệp Việt Nam sản xuất các mặt hàng tiêu dùng thiết yếu, phù hợp với nhu cầu và khả năng thanh toán của người tiêu dùng ở nông thôn về bán hàng lưu động đến tận trung tâm huyện, xã và đặc biệt, không chỉ bán lẻ mà xây dựng mạng lưới, duy trì sự có mặt bền vững bằng cách tích hợp được mạng lưới bán lẻ tại các chợ nông thôn vào mạng lưới bán hàng lâu dài của các doanh nghiệp Việt Nam để duy trì sự có mặt lâu dài của hàng Việt ở nông thôn;

- Thời gian thực hiện: từ tháng 8 năm 2009 đến tháng 8 năm 2010 (và sẽ tiếp tục các năm sau);

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 70% chi phí hoạt động của chương trình.

#### 2. Các phiên chợ bán hàng Việt cho công nhân các khu công nghiệp

- Mục đích: phục vụ công nhân hiện gặp khó khăn về việc làm và thu nhập, thúc đẩy tiêu thụ hàng sản xuất trong nước;

- Nội dung: tổ chức lễ hội kết hợp chợ phiên tại các khu công nghiệp;

- Thời gian thực hiện: từ tháng 8 năm 2009 đến tháng 8 năm 2010 (12 tháng);

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 70% chi phí hoạt động của phiên chợ.

#### 3. Các phiên chợ hàng Việt cuối tuần tại các khu đô thị

- Mục đích: phục vụ cộng đồng dân cư, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm làng nghề, hàng công nghiệp tiêu dùng sản xuất trong nước;

- Nội dung: tổ chức lễ hội kết hợp chợ phiên cuối tuần tại các khu đô thị;

- Thời gian thực hiện: từ tháng 8 năm 2009 đến tháng 8 năm 2010 (12 tháng);

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 70% chi phí hoạt động của phiên chợ.

### **IV. Các hoạt động truyền thông**

Mục đích: tạo nhận thức chung cho cộng đồng doanh nghiệp hướng về thị trường trong nước và cho người tiêu dùng Việt Nam hướng về doanh nghiệp và hàng Việt Nam.

#### 1. Các hoạt động thông qua truyền hình

- Nội dung: quảng bá hàng Việt; hướng dẫn người tiêu dùng; bài học thành công, thất bại của doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt; kỹ năng kinh doanh...;

- Kênh phát sóng: VTV1, VTV9, Chương trình Truyền hình Công Thương;

- Thời lượng phát sóng: 10 phút/hàng ngày;

- Thời gian thực hiện: từ tháng 8 năm 2009 đến tháng 8 năm 2010 (12 tháng);

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 100% chi phí xây dựng nội dung Chương trình.

## 2. Các hoạt động truyền thông qua báo giấy, báo điện tử

- Nội dung: quảng bá hàng Việt; hướng dẫn người tiêu dùng; bài học thành công, thất bại của doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt; kỹ năng kinh doanh...

- Phương tiện: các báo giấy, báo điện tử;

- Thời lượng: chuyên mục, chuyên trang (theo ngày, tuần, tháng);

- Thời gian thực hiện: từ tháng 8 năm 2009 đến tháng 8 năm 2010 (12 tháng);

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 100% chi phí xây dựng nội dung Chương trình.

## 3. Phát hành ấn phẩm

- Nội dung: phổ biến các kết quả nghiên cứu thị trường, tổng kết bài học thành công và thất bại của các doanh nhân Việt Nam, địa chỉ các doanh nghiệp sản xuất hàng Việt có uy tín, địa chỉ các nhà phân phối có uy tín...;

- Đầu sách: 10 cuốn;

- Số lượng: 10.000 bản/cuốn;

- Thời gian thực hiện: từ tháng 8 năm 2009 đến tháng 8 năm 2010;

- Nguyên tắc hỗ trợ: hỗ trợ 100% chi phí (biên soạn, in ấn, phát hành).

## **V. Chi tổ chức, hoạt động của Hội đồng thẩm định và Tổ thư ký**

1. Chi cho tổ chức, hoạt động của Hội đồng thẩm định được lấy nguồn kinh phí hoạt động của Chương trình, gồm:

+ Tổ chức họp thẩm định đánh giá (thù lao cho chủ trì cuộc họp, thành viên tham dự);

+ Mua sắm đồ dùng, trang thiết bị phục vụ hoạt động của Hội đồng thẩm định;

+ Thông tin, sách, báo, tạp chí, báo cáo, dữ liệu cho quảng cáo, triển khai thực hiện Chương trình;

+ Chi cho chuyên gia tư vấn vận hành Chương trình;

- + Chi cho công tác phí, vé, sinh hoạt phí, thông tin liên lạc;
- + Toàn bộ các chi phí khác liên quan đến công việc thẩm định.

2. Chi cho tổ chức, hoạt động của Tổ thư ký được lấy nguồn kinh phí hoạt động của Chương trình, gồm:

- + Tư vấn soạn thảo, lập kế hoạch thực hiện Chương trình;
- + Mua sắm đồ dùng, trang thiết bị phục vụ hoạt động của Tổ thư ký;
- + Khảo sát thực tế, triển khai, điều hành và giám sát Chương trình (tổ chức đấu thầu);
- + Thông tin, sách, báo, tạp chí, báo cáo, dữ liệu;
- + Chi thông tin liên lạc, làm thêm giờ;
- + Chi cho công tác phí, vé, sinh hoạt phí;
- + Chi cho chuyên gia tư vấn soạn thảo Chương trình;
- + Tổng hợp, phân tích, đánh giá, báo cáo kết quả Chương trình;
- + Toàn bộ các chi phí khác liên quan đến việc triển khai thực hiện Chương trình.

#### **VI. Ngân sách bố trí cho Chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước năm 2009**

Tổng dự toán ngân sách để triển khai các hoạt động trên là 51.022.000.000 đồng (năm mươi một tỷ không trăm hai mươi hai triệu đồng).

(xem chi tiết tại Biểu tổng hợp dự toán ngân sách cho Chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước năm 2009)./.

---



**BIỂU TỔNG HỢP: TỔNG HỢP DỰ TOÁN NGÂN SÁCH**  
**CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC NĂM 2009**  
 (Đơn vị tính: triệu VND)

Danh mục Chương trình	Dự trù kinh phí	Ghi chú
<b>I. Chương trình hỗ trợ năng lực cộng đồng doanh nghiệp</b>	<b>6,560</b>	<b>PHỤ LỤC 1</b>
1. Điều tra, khảo sát thị trường	5,960	
1.1. Điều tra người tiêu dùng	2,000	
1.2. Điều tra về mạng lưới phân phối	2,100	
1.3. Điều tra về thương nhân	1,500	
1.4. Tổng hợp, cung cấp kết quả điều tra	360	
2. Tổ chức các hội thảo, tọa đàm	600	
2.1. Hội thảo 1 các giải pháp cho doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu trở về chiếm lĩnh thị trường trong nước	300	
2.2. Hội thảo 2: các giải pháp để tiêu thụ hàng nông sản, duy trì và phát triển các sản phẩm làng nghề	300	
<b>II. Tổ chức hội chợ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề phía Nam và phía Bắc</b>	<b>13,000</b>	<b>PHỤ LỤC 2</b>
1. Hội chợ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề phía Nam	6,500	
2. Hội chợ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề phía Bắc	6,500	
<b>III. Các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn, các khu công nghiệp và khu đô thị</b>	<b>13,862</b>	<b>PHỤ LỤC 3</b>
1. Các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn	9,062	
2. Các phiên chợ bán hàng Việt cho công nhân các khu công nghiệp	2,400	
3. Các phiên chợ bán hàng Việt về các khu đô thị	2,400	
<b>IV. Các hoạt động truyền thông</b>	<b>17,200</b>	<b>PHỤ LỤC 4</b>
1. Các hoạt động truyền thông qua truyền hình	9,000	
2. Các hoạt động truyền thông qua báo giấy, báo điện tử	3,600	
3. Phát hành ấn phẩm	4,600	
<b>V. Chi tổ chức, hoạt động của Hội đồng thẩm định và Tổ thư ký</b>	<b>400</b>	<b>PHỤ LỤC 5</b>
1. Chi cho tổ chức, hoạt động của Hội đồng thẩm định	200	
2. Chi cho tổ chức, hoạt động của Tổ thư ký	200	
<b>Tổng cộng</b>	<b>51,022</b>	

