

Số: 100/KH-SCT

Trà Vinh, ngày 30 tháng 12 năm 2019

KẾ HOẠCH

Xúc tiến thương mại cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực của tỉnh Trà Vinh đến năm 2025

Căn cứ Nghị quyết số 11/2016/NQ-HĐND ngày 08/12/2016 của Hội đồng Nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc Ban hành Quy định một số chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư trên địa bàn tỉnh Trà Vinh và Nghị quyết số 80/2019/NQ-HĐND ngày 12/4/2019 của Hội đồng Nhân dân tỉnh Trà Vinh sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị quyết số 11/2016/NQ-HĐND ngày 08/12/2016 của Hội đồng Nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc Ban hành Quy định một số chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư trên địa bàn tỉnh Trà Vinh;

Căn cứ Nghị quyết số 14/2016/NQ-HĐND ngày 08/12/2016 của Hội đồng Nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc thông qua Quy hoạch chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông, lâm, diêm nghiệp và thủy sản tỉnh Trà Vinh đến năm 2020, định hướng đến năm 2030;

Căn cứ Nghị quyết số 15/2016/NQ-HĐND ngày 08/12/2016 của Hội đồng Nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc ban hành một số chính sách hỗ trợ tái cơ cấu ngành nông nghiệp tỉnh Trà Vinh đến năm 2020;

Căn cứ Nghị quyết số 48/2017/NQ-HĐND ngày 08/12/2017 của Hội đồng Nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc ban hành quy định chế độ công tác phí, chế độ hội nghị trên địa bàn tỉnh Trà Vinh;

Căn cứ Nghị quyết số 77/2018/NQ-HĐND ngày 07/12/2018 của Hội đồng Nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc ban hành chính sách hỗ trợ tín dụng khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn tỉnh Trà Vinh;

Căn cứ Nghị quyết số 78/2018/NQ-HĐND ngày 07/12/2018 của Hội đồng Nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc phê duyệt chính sách hỗ trợ liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm trên địa bàn tỉnh Trà Vinh;

Căn cứ Nghị Quyết 79/2018/NQ-HĐND ngày 07/12/2018 của Hội đồng Nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc quy định nội dung, mức chi cho công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức trên địa bàn tỉnh Trà Vinh;

Căn cứ Nghị quyết số 10-NQ/TU ngày 23/01/2017 của Tỉnh ủy Trà Vinh về phát triển công nghiệp, thương mại, dịch vụ tỉnh Trà Vinh đến năm 2020;

Căn cứ Quyết định số 13/2016/QĐ-UBND ngày 15/4/2016 của Ủy ban nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Trà Vinh;

Căn cứ Quyết định số 14/2019/QĐ-UBND ngày 13/8/2019 của Ủy ban nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc ban hành quy chế quản lý kinh phí và mức chi cho hoạt động khuyến công trên địa bàn tỉnh Trà Vinh;

Căn cứ Quyết định số 791/QĐ-UBND ngày 09/5/2019 của Ủy ban nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc ban hành Đề án Hỗ trợ Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa trên địa bàn tỉnh Trà Vinh.

Căn cứ Quyết định số 1026/QĐ-UBND ngày 03/6/2019 của Ủy ban nhân dân tỉnh Trà Vinh về việc ban hành các sản phẩm chủ lực của Tỉnh Trà Vinh

Căn cứ Kế hoạch hoạt động năm 4 (2019) của Dự án SME Trà Vinh đã được Đồng Trưởng Ban chỉ đạo Dự án (Ủy ban nhân dân tỉnh Trà Vinh và nhà tài trợ) phê duyệt ngày 04/3/2019,

Sở Công Thương xây dựng Kế hoạch xúc tiến thương mại cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực của tỉnh Trà Vinh đến năm 2025, cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU:

1. Mục đích:

- Tiếp tục hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các chính sách ưu đãi để quảng bá sản phẩm, tìm kiếm cơ hội mở rộng thị trường trong và ngoài nước thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại;

- Tập trung hỗ trợ các sản phẩm, ngành hàng chủ lực của tỉnh liên kết sản xuất, gia tăng số lượng, chất lượng và giá trị, tiến đến xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu đáp ứng nhu cầu thị trường;

- Xây dựng vùng sản xuất ổn định đối với các mặt hàng nông, thủy, hải sản, trái cây làm cơ sở thu hút đầu tư, góp phần tăng thu nhập và phát triển kinh tế xã hội của tỉnh.

2. Yêu cầu:

- Tăng cường công tác phối hợp giữa các ngành, các cấp, tổ chức đoàn thể trong chỉ đạo điều hành, tổ chức triển khai thực hiện từ công tác quy hoạch vùng sản xuất đến công tác xúc tiến đưa sản phẩm ra thị trường;

- Tập trung cải thiện, nâng cao năng lực sản xuất, gắn sản xuất với chế biến và phân phối để cung cấp các sản phẩm, hàng hóa chủ lực của tỉnh đáp ứng nhu cầu thị trường; nâng cao hiệu quả kinh tế của ngành nông nghiệp, thủy sản trên địa bàn tỉnh.

II. MỤC TIÊU:

1. Mục tiêu tổng quát:

- Định hướng và hỗ trợ các giải pháp để phát triển thị trường cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực (Lúa gạo, Tôm, Cá tra, Dừa, Rau quả) và các sản phẩm chế biến từ các sản phẩm này;

- Định hướng sản xuất và kinh doanh phù hợp với nhu cầu của thị trường;

- Gia tăng sản lượng hàng hóa và tiêu thụ, tạo điều kiện thu hút và mời gọi doanh nghiệp đầu tư chế biến các mặt hàng nông, thủy, hải sản và trái cây chủ lực của tỉnh;

- Hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở, đơn vị sản xuất kinh doanh và nông hộ liên kết hợp tác, ứng dụng khoa học kỹ thuật. Từng bước xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu, bao bì sản phẩm hoàn chỉnh, đạt các tiêu chuẩn về chất lượng (đạt chuẩn an toàn, VietGAP, GlobalGAP,...); củng cố, mở rộng thị trường phát triển sản phẩm, góp phần nâng cao hiệu quả chung cho toàn xã hội.

2. Mục tiêu cụ thể:

Phấn đấu đến năm 2025, hoạt động xúc tiến thương mại tiêu thụ các sản phẩm, ngành hàng chủ lực đạt các chỉ tiêu sau:

- Trên 80% các sản phẩm VietGAP được tiêu thụ thông qua hợp đồng; trên 80% các sản phẩm nông, thủy sản khác được tiêu thụ thông qua các hình thức hợp đồng liên kết trung hạn hoặc dài hạn;

- 90% các cơ sở, doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, trang trại sản xuất, chế biến được tập huấn, bồi dưỡng nâng cao nhận thức, năng lực xúc tiến thương mại, nghiệp vụ kinh doanh và tiếp cận đầy đủ thông tin thị trường;

- 90% nông hộ được tiếp cận đầy đủ thông tin thị trường;

- Trên 80% hộ nông dân và tổ chức sản xuất kinh doanh được tiếp cận chính sách hỗ trợ các hoạt động xúc tiến thương mại (tham gia các cuộc hội chợ, triển lãm, tham dự các sự kiện, bán hàng, hỗ trợ xây dựng cơ sở dữ liệu ngành hàng, xây dựng logo, website, hỗ trợ chứng nhận VietGAP...).

III. ĐỊNH HƯỚNG THỊ TRƯỜNG:

1. Định hướng thị trường xuất khẩu đối với các sản phẩm, ngành hàng chủ lực:

a) Ngành hàng nông, thủy sản:

- Sản phẩm Lúa gạo: Phát triển và củng cố, mở rộng thị trường xuất khẩu như: Châu Âu, Châu Phi, Trung Quốc,... chủ động xây dựng thương hiệu cho Gạo sạch, các loại gạo đặc sản, phấn đấu đạt gạo hữu cơ; Tổ chức lại sản xuất đảm bảo cung cầu, bảo vệ tài nguyên và nâng cao chất lượng sản phẩm; Tham gia trưng bày, giới thiệu quảng bá tại các buổi hội chợ trong và ngoài nước; Phát huy vai trò của các Tổ hợp tác, Hợp tác xã trong việc củng cố và phát triển các hình thức liên kết giữa nông dân với nông dân, giữa nông dân với các hợp tác xã và doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ sản phẩm; Bố trí lại thời vụ sản xuất theo hướng nuôi trồng tổng hợp.

- Sản phẩm Tôm (tôm nguyên liệu đông lạnh và các sản phẩm chế biến từ tôm): tiếp tục khai thác thị trường xuất khẩu truyền thống EU, USA, Canada, Korea, Australia, Singapore, Nhật Bản... Quan tâm đến sản phẩm Tôm đạt chất lượng cao để cung cấp cho thị trường Châu Âu, Nhật Bản đang có xu hướng gia tăng; Tổ chức lại quy mô sản xuất đảm bảo quy trình nuôi đạt tiêu chuẩn chất

lượng, không dư lượng kháng sinh như quy trình GolbalGAP, ASC, BAP; mở rộng thị trường mới, đảm bảo tài nguyên sản xuất không vi phạm môi trường.

- Sản phẩm Cá tra: Khai thác thị trường Mỹ và Châu Âu, đồng thời tiếp cận thị trường các nước Châu Á. Vùng nuôi theo quy hoạch của từng địa phương, đảm bảo quy trình nuôi đạt tiêu chuẩn GolbalGAP, ASC, BAP,...

- Sản phẩm Dừa trái: Tiếp tục khai thác thị trường dừa trái đến thị trường nước ngoài (Trung Quốc). Tuy nhiên, cần nâng cao kỹ thuật, định vị lại sản phẩm giá trị gia tăng đảm bảo chất lượng và lạ; Tổ chức sản xuất lại vùng trồng, ứng dụng các kỹ thuật sản xuất tiên tiến, sản xuất hữu cơ đáp ứng nhu cầu thị trường và thích ứng với biến đổi khí hậu; Đăng ký và cấp mã số vùng trồng để xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc. Bên cạnh đó, tiếp tục phát huy vai trò thu mua, chế biến và tiêu thụ của Công ty cổ phần Trà Bắc để phát triển toàn diện chuỗi giá trị ngành dừa.

- Trái cây:

+ Sản phẩm Xoài cát chu: Trước mắt, tiếp tục xuất khẩu gián tiếp tại thị trường truyền thống, về lâu dài cần tổ chức lại sản xuất của các tổ hợp tác, hợp tác xã kết hợp với việc nâng cao năng lực quản lý, kỹ năng xúc tiến thương mại, từng bước xây dựng thương hiệu nông sản địa phương; Bố trí lại vùng, địa điểm sản xuất thích hợp để khai thác theo xu hướng tăng diện tích. Tận dụng thế mạnh của xoài cát chu phù hợp với thổ nhưỡng của địa phương và thích ứng với biến đổi khí hậu. Nâng chất lượng sản phẩm, duy trì tiêu chuẩn VietGAP và tiến tới đạt chuẩn GlobalGAP để tăng cạnh tranh, thâm nhập thị trường khó tính hướng tới xuất khẩu trực tiếp. Đồng thời, kêu gọi các doanh nghiệp đầu tư chế biến để gia tăng giá trị và ổn định thị trường đầu ra sản phẩm.

+ Sản phẩm Thanh Long ruột đỏ: Trước mắt tiếp tục xuất khẩu gián tiếp tại thị trường hiện có; kêu gọi các doanh nghiệp đầu tư trồng, chế biến để mở rộng quy mô khai thác nguồn cung sản phẩm để gia tăng giá trị; Về lâu dài cần quy hoạch lại vùng trồng có kiểm soát, nâng cấp chất lượng sản phẩm, duy trì và mở rộng vùng trồng đạt chuẩn VietGAP và tiến tới đạt chuẩn GlobalGAP; xây dựng mã số vùng trồng, mã số cơ sở đóng gói,... để tăng cạnh tranh, thâm nhập thị trường khó tính hướng đến xuất khẩu trực tiếp, làm cơ sở xây dựng thương hiệu nông sản địa phương, hạn chế đến mức tối đa phụ thuộc vào một thị trường.

b) Ngành hàng công nghiệp chế biến (từ các sản phẩm chủ lực):

- Các sản phẩm chế biến từ dừa (Than hoạt tính từ gáo dừa; Than hoạt tính từ than đá; Than gáo dừa BBQ; Than đá Anthracite; Xơ dừa; Thảm xơ dừa; Cơm dừa sấy khô; Nước cốt dừa cấp đông, phôi nút áo từ gáo dừa,...): Tiếp tục phát triển các thị trường hiện có như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Trung Quốc, Campuchia, Lào, Thái Lan, Nga, Anh, Pháp, Ghana, Nam Phi, Australia, Argentina, Chile...;

- Sản phẩm Bánh tráng: Tiếp tục duy trì và phát triển thị trường truyền thống như Nhật, Hàn Quốc, Thái Lan, Canada, Trung Quốc. Hướng tới nâng cao

chất lượng sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn để thâm nhập các thị trường khó tính như Mỹ, Châu Âu,...

2. Định hướng thị trường trong nước:

a) Ngành hàng nông, thủy sản:

- Sản phẩm Lúa gạo: Tiếp tục củng cố chất lượng sản phẩm để duy trì và phát triển thêm thị trường tại các tỉnh, chú trọng thị trường tại Cần Thơ, Đồng Tháp, An Giang, Long An và Thành Phố Hồ Chí Minh. Xây dựng thương hiệu gạo sạch, gạo hữu cơ đóng gói, bao bì, nhãn hiệu để vào hệ thống các siêu thị, kênh phân phối tại Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh;

- Thủy sản (sản phẩm tôm nguyên liệu, cá tra): Duy trì thị trường hiện tại và phát triển thị trường mới, quan tâm thị trường Thành phố Hồ Chí Minh, Sóc Trăng, Cà Mau, Cần Thơ,....;

- Sản phẩm Dừa trái: Duy trì thị trường Bến Tre.

- Ngành hàng Trái cây (Sản phẩm: Thanh long, Xoài Cát chu, Bưởi Da xanh, Mãng cụt,.....): Khai thác tốt thị trường tiêu thụ tại các tỉnh thành trong cả nước, đặc biệt là thị trường Thành phố Hồ Chí Minh; Các sản phẩm được chứng nhận VietGap cần quan tâm đến các doanh nghiệp trong nước đang có thị trường xuất khẩu tại các nước ASEAN, Trung Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Mỹ, để sản xuất theo tiêu chuẩn, chất lượng, hướng đến xuất khẩu. Phát triển cây ăn trái kết hợp với du lịch sinh thái;

- Rau, màu (Sản phẩm: rau gia vị, rau ăn lá, ăn củ, quả, đậu phộng,..): Khai thác tốt thị trường tiêu thụ tại chỗ và các tỉnh, thành lân cận, chú trọng thị trường Thành phố Hồ Chí Minh phục vụ tiêu dùng, thị trường Bình Dương cung cấp cho các nhà máy phục vụ chế biến (rau củ sấy, chiết xuất tinh dầu,..), đậu phộng hướng đến thị trường Bình Dương, Đắk Lắk và các doanh nghiệp thu mua để xuất khẩu sang Trung Quốc, Campuchia.

b) Ngành hàng công nghiệp chế biến (từ các sản phẩm chủ lực):

- Các sản phẩm từ dừa:

+ Cơm dừa sấy khô; Nước cốt dừa cấp đông, hộp than khử mùi,...: Phát triển kênh phân phối đưa vào hệ thống siêu thị, các chuỗi nhà hàng, nhà máy chế biến;

+ Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ (từ dừa, tre trúc,..) xơ dừa, chỉ dừa, mụn dừa: Phát triển thị trường gắn với các điểm, khu du lịch, nghỉ dưỡng, Resort,.. như: Phú Quốc, Nha Trang, Vũng Tàu, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Lâm Đồng.

- Các sản phẩm chế biến thực phẩm (bánh kẹo, các loại đặc sản,..): Phát triển thị trường tại các tỉnh, thành trên cả nước, chú trọng thị trường tại các Thành phố lớn như: Thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Hà Nội,....

IV. NỘI DUNG CÁC HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI CHO CÁC SẢN PHẨM, NGÀNH HÀNG CHỦ LỰC ĐẾN NĂM 2025

1. Tuyên truyền, giới thiệu quảng bá:

- Tăng cường các hoạt động tuyên truyền về xúc tiến thương mại thông qua qua các kênh thông tin như: Đài Phát thanh và truyền hình Trà Vinh, Vĩnh Long, Đài Truyền hình Việt Nam...; Báo, Website, Sàn giao dịch thương mại điện tử, bản tin thị trường,...; Xây dựng các tờ rơi, sổ tay ấn phẩm,... nhằm tuyên truyền quảng bá, giới thiệu các sản phẩm, ngành hàng chủ lực, đặc trưng của tỉnh đến người tiêu dùng trong và ngoài nước; đồng thời, giúp người dân, doanh nghiệp nắm được thông tin thị trường, làm cơ sở tham khảo để định hướng sản xuất phù hợp với nhu cầu;

- Củng cố, duy trì và phát triển Sàn giao dịch thương mại điện tử của tỉnh tạo điều kiện cho các doanh nghiệp quảng bá, giới thiệu sản phẩm và phát triển thị trường mới.

2. Xây dựng hệ thống thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản:

- Định kỳ thực hiện khảo sát thị trường để có số liệu về lượng hàng hóa nhập khẩu, xuất khẩu, tình hình sản xuất ở các tỉnh, thành trong nước và một số nước trong khu vực để cung cấp thông tin cần thiết về giá cả, nhu cầu thị trường đối với các sản phẩm liên quan để người dân, doanh nghiệp sản xuất làm cơ sở tham khảo định hướng, từng bước đáp ứng nhu cầu thị trường xuất khẩu;

- Thường xuyên khảo sát thị trường trong nước; xây dựng cơ sở dữ liệu các mặt hàng nông sản chủ lực của tỉnh, các ấn phẩm để phổ biến kết quả điều tra, khảo sát, phổ biến pháp luật, tập quán, thị hiếu mua sắm;

- Thường xuyên thông tin về tình hình dịch bệnh, thời tiết, cảnh báo trong sản xuất nông nghiệp. Thông tin về những ứng dụng tiên bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất nông nghiệp, những giống mới cây trồng, vật nuôi đang triển khai sản xuất hiệu quả ở các địa phương khác.

3. Xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu, quảng bá sản phẩm:

Tập trung xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực của tỉnh như: Lúa gạo; Tôm; Cá tra, Dừa, Dừa sáp, Thanh long ruột đỏ, Xoài Cát chu, Quýt đường,... thông qua các hoạt động hỗ trợ như:

- Hỗ trợ tập huấn xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu, thiết kế, đăng ký bảo hộ các logo, nhãn hiệu cho sản phẩm; các ấn phẩm, cầm nang, tờ rơi quảng cáo; Tư vấn, lựa chọn xây dựng thương hiệu cho một vài doanh nghiệp, hợp tác xã điển hình;

- Hỗ trợ quảng bá sản phẩm đến tay người tiêu dùng; làm cầu nối cho các đơn vị cung ứng sản phẩm củng cố và mở rộng thị trường tiêu thụ tại các chợ, siêu thị, cửa hàng bán lẻ, các nhà hàng, khách sạn, khu du lịch;

- Hỗ trợ các doanh nghiệp, trang trại, tổ hợp tác, hợp tác xã xây dựng và áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng như: ISO, HACCP, GMP... hỗ trợ chuyển giao công nghệ mới, phát triển sản phẩm mới.

4. Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại:

Triển khai hoạt động xúc tiến thương mại nhằm tuyên truyền, quảng bá sản phẩm Việt Nam đến người tiêu dùng, mở rộng và phát triển hệ thống phân phối, tạo cơ hội cho người tiêu dùng tiếp cận sản phẩm trong nước, cụ thể:

- Tổ chức các cuộc khảo sát, kết nối thị trường trong nước, lựa chọn một vài thị trường có tiềm năng xuất khẩu đối với các sản phẩm, ngành hàng chủ lực của tỉnh (Tôm, Lúa gạo, Cá tra, Dừa, rau quả);

- Tổ chức và tham gia các Hội chợ thương mại khu vực trong nước và một vài hội chợ tiềm năng ngoài nước nhằm quảng bá giới thiệu sản phẩm tiềm năng của địa phương;

- Tổ chức các lớp tập huấn cho cơ sở, doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác nâng cao kiến thức về thị trường, kỹ năng quản lý bán hàng; kỹ năng lập kế hoạch sản xuất kinh doanh, thâm nhập thị trường; xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu, tổ chức mạng lưới bán lẻ,... nhằm giúp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh;

- Tổ chức các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn, khu công nghiệp giúp các doanh nghiệp tiếp cận được thị trường nông thôn, tăng thị phần cung cấp hàng hoá, nắm bắt nhu cầu thị hiếu, tập quán tiêu dùng qua đó cải tiến mẫu mã, hoàn thiện sản phẩm với giá thành hợp lý phục vụ khách hàng, làm nền tảng phát triển thương mại nội địa bền vững, góp phần thực hiện hiệu quả cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” do Bộ Chính trị phát động; Chú trọng huy động nguồn lực của các doanh nghiệp và của địa phương để thực hiện;

- Khảo sát, nghiên cứu thị trường trong nước nhằm nắm bắt được nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng đối với những mặt hàng thiết yếu, ưu tiên các mặt hàng nông sản có tính thời vụ, sản lượng lớn; quy mô và năng lực cung ứng; mạng lưới phân phối trên thị trường; định hướng cho việc triển khai các chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước có trọng tâm, trọng điểm, làm cơ sở để xây dựng cơ chế điều tiết cung - cầu bình ổn thị trường;

- Tuyên truyền, nâng cao nhận thức cộng đồng thông qua các hoạt động truyền thông quảng bá sản phẩm hàng Việt Nam tới tay người tiêu dùng và nhà sản xuất;

- Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại tổng hợp nhằm giới thiệu sản phẩm trong tỉnh, góp phần tôn vinh hàng Việt, doanh nhân Việt và đưa hàng Việt, hàng sản xuất trong tỉnh đến gần hơn với người tiêu dùng, thông qua các sự kiện này góp phần thúc đẩy trao đổi kinh nghiệm xúc tiến đầu tư, hợp tác thương mại giữa các doanh nghiệp, các địa phương....;

- Tổ chức các Chợ phiên nông sản an toàn, Tuần lễ nông sản an toàn thực phẩm nhằm tạo cơ hội giao lưu, trao đổi kinh nghiệm liên kết hợp tác phát triển sản xuất kinh doanh và gắn kết phát triển du lịch. Xây dựng các cửa hàng cung cấp các sản phẩm nông nghiệp an toàn, sản phẩm đạt chuẩn VietGAP;

- Xây dựng không gian trưng bày giới thiệu các sản phẩm của tỉnh Trà Vinh tại TP.HCM và một vài tỉnh, thành có tiềm năng.

5. Xây dựng các mô hình liên kết:

- Tiếp tục củng cố và xây dựng các mô hình liên kết hiệu quả trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, liên kết giữa doanh nghiệp với hợp tác xã, tổ hợp tác và nông dân; liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân; doanh nghiệp - doanh nghiệp; mô hình hội quán; Củng cố và xây dựng chuỗi giá trị đối với một số sản phẩm hàng hóa nông sản chủ lực, đặc trưng của tỉnh;

- Thực hiện liên kết vùng để khai thác triệt để tiềm năng, lợi thế của tỉnh Trà Vinh và các tỉnh thành khác. Quan tâm đặc biệt đến thị trường tiềm năng Thành phố Hồ Chí Minh.

V. CÁC GIẢI PHÁP XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI:

1. Về cơ chế, chính sách:

- Tiếp tục phát huy có hiệu quả các cơ chế, chính sách khuyến khích đầu tư hiện có của tỉnh và kịp thời bổ sung các cơ chế chính sách mới, trong đó quan tâm đến việc tăng cường dịch vụ hỗ trợ tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp về cải cách thủ tục hành chính, thông tin kịp thời các cơ chế, chính sách ưu đãi của tỉnh để thu hút đầu tư; Thực hiện các chính sách hỗ trợ đăng ký bảo hộ bản quyền sở hữu trí tuệ. Bên cạnh đó cần có chính sách hỗ trợ kinh phí dán nhãn truy xuất nguồn gốc xuất xứ cho các sản phẩm nông nghiệp;

- Tạo điều kiện thuận lợi về mặt bằng, ưu tiên thuê đất để các tổ chức, cá nhân trong và ngoài tỉnh đầu tư phát triển vùng nguyên liệu phục vụ cho sản xuất, xây dựng cơ sở chế biến các sản phẩm từ thủy sản, dừa, đậu phộng, trái cây, các sản phẩm mới có giá trị và công nghệ cao đáp ứng được khả năng cạnh tranh với sản phẩm trong và ngoài nước.

2. Về thu hút đầu tư:

- Thực hiện tốt cải cách thủ tục hành chính theo cơ chế một cửa liên thông, nhanh gọn, hiệu quả, công khai, minh bạch, tích cực tạo mọi điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp đầu tư và triển khai thực hiện dự án đầu tư trong thời gian sớm nhất;

- Tạo môi trường đầu tư thông thoáng, thuận lợi; tập trung đầu tư xây dựng hạ tầng, kỹ thuật các cụm công nghiệp, hạ tầng giao thông để phục vụ kêu gọi đầu tư. Quan tâm mời gọi, thu hút đầu tư chế biến đa dạng các sản phẩm nông nghiệp, thủy sản chủ lực, có tiềm năng và lợi thế của tỉnh như gạo, dừa, tôm, các loại trái cây... hướng đến gia tăng giá trị sản phẩm;

- Tăng cường thu hút nguồn vốn đầu tư của các doanh nghiệp trong và ngoài nước, các nguồn vốn từ các chương trình dự án. Huy động các nguồn vốn thông qua các hình thức thu hút đầu tư trực tiếp, hợp tác, liên kết, liên doanh của

các tập đoàn, các công ty lớn có uy tín và có hàm lượng đầu tư công nghệ, khoa học kỹ thuật cao.

3. Tổ chức sản xuất - tạo nguồn hàng:

- Thực hiện tốt công tác quy hoạch và thực hiện theo quy hoạch, công khai quy hoạch và hướng dẫn người dân thực hiện sản xuất đúng quy hoạch nhằm đảm bảo ổn định sản xuất và nâng cao sản lượng, chất lượng sản phẩm nông nghiệp và thủy sản, đảm bảo cung ứng ổn định các sản phẩm theo hợp đồng; Việc quy hoạch phải gắn liền với giải pháp thích ứng với biến đổi khí hậu, nâng cao chất lượng và thị trường đầu ra cho sản phẩm;

- Tuyên truyền, phổ biến chính sách khuyến khích doanh nghiệp tham gia hiệu quả vào chuỗi liên kết ngành hàng trong lĩnh vực nông nghiệp, thủy sản trên địa bàn tỉnh;

- Tổ chức tập huấn nâng cao kỹ thuật sản xuất các loại cây trồng, vật nuôi theo hướng tăng năng suất, giá trị, phát triển bền vững. Sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP... Tập huấn kỹ thuật lai tạo và sản xuất nuôi cấy mô cho các trang trại có điều kiện;

- Áp dụng cơ giới hóa, khoa học công nghệ vào trong sản xuất, chế biến:

+ Nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm cây trồng, liên kết, phối hợp chặt với các viện trường để tăng cường ứng dụng khoa học kỹ thuật vào lĩnh vực nuôi trồng. Song song đó, triển khai các giải pháp về con giống, cây giống kháng bệnh phù hợp với điều kiện biến đổi khí hậu tại địa phương;

+ Khuyến khích đầu tư đổi mới máy móc thiết bị, công nghệ để hạ giá thành, nâng cao chất lượng sản phẩm nâng cao năng lực cạnh tranh. Đặc biệt quan tâm đến sản xuất chế biến ra các sản phẩm mới, sản phẩm đa dạng có tính cạnh tranh cao....

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền sản xuất theo quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt - VietGAP, GlobalGAP đáp ứng nhu cầu thị trường. Đồng thời thực hiện tốt công tác xúc tiến thương mại, tìm đầu ra ổn định cho sản phẩm VietGAP, GlobalGAP. Rà soát, triển khai xây dựng các mô hình sản xuất theo Quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (GAP) có hiệu quả kinh tế cao;

- Củng cố, nâng chất các nhóm, tổ sản xuất, tổ hợp tác, hợp tác xã hiện có, nhân rộng các mô hình liên kết sản xuất có hiệu quả để từng bước hình thành chuỗi cung ứng và tiêu thụ sản phẩm: Mạnh dạn giải thể các tổ chức hoạt động không hiệu quả; thành lập mới các nhóm, tổ sản xuất, hợp tác xã.

4. Tăng cường năng lực thông tin, dự báo cung cầu thị trường:

- Xây dựng hệ thống thông tin truy xuất nguồn gốc và kết nối cung cầu của tỉnh Trà Vinh, giúp người dân và cơ sở doanh nghiệp sản xuất dễ dàng tiếp cận nhiều thị trường một cách nhanh chóng, làm cơ sở để tham khảo, định hướng thay đổi tập quán sản xuất, kinh doanh kém hiệu quả;

- Tiếp tục duy trì và nâng cao chất lượng Bản tin thị trường nhằm kịp thời thông tin tổng hợp về tình hình cung - cầu, giá cả, phân tích các nhân tố ảnh hưởng và dự báo xu hướng của thị trường hàng hóa nông sản, thủy sản chủ lực của tỉnh; Mở rộng đối tượng tiếp nhận Bản tin đến các nông hộ sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tỉnh.

5. Giải pháp về liên kết:

Tổ chức triển khai có hiệu quả các chương trình, kế hoạch liên kết hợp tác tiến đến xây dựng chuỗi cung ứng hàng hóa giữa các tỉnh, thành.

6. Các giải pháp về logistic:

- Xây hệ thống dự trữ, bảo quản sản phẩm giảm thiệt hại về chất lượng. Xây dựng kho bãi để tập kết các sản phẩm, đặc biệt là cây ăn trái là loại sản phẩm khó bảo quản và có tỷ lệ hao hụt cao.

- Đào tạo các thành viên có liên quan trong chuỗi giá trị, đây là việc cực kỳ quan trọng để giúp chuỗi giá trị phát triển mạnh hơn. Đối tượng được đào tạo bao gồm: Lãnh đạo HTX, tổ hợp tác, giám đốc doanh nghiệp và chế biến có liên quan tại địa phương, cán bộ các Sở, ban ngành tỉnh, huyện có liên quan.

- Cần thu hút đầu tư để hình thành các cơ sở sơ chế, kho hàng cho các loại nông sản để giảm thiệt hại, kéo dài được tuổi thọ sản phẩm bị hư thối.

- Các HTX, tổ hợp tác cần có những kế hoạch hành động để đảm bảo sản phẩm sản xuất theo thời hạn hợp đồng ký kết, đảm bảo chất lượng sản phẩm và sạch. Duy trì mạng lưới tương tác với các đối tác trong chuỗi phân phối.

- Lịch sản xuất theo mùa vụ cũng nên thống nhất giữa các nhà sản xuất trực tiếp để đảm bảo cung cầu không bị lệch pha nhiều. Nếu là hướng đến sản xuất trái vụ như đậu phộng, cũng cần có một kế hoạch để hạn chế rủi ro mức dư thừa ảnh hưởng đến chi phí lưu trữ.

7. Giải pháp về nâng cao hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại:

a) Đối với cơ quan quản lý Nhà nước:

- Đào tạo và nâng cao năng lực cho đội ngũ công chức, viên chức có kiến thức về kinh tế thị trường, luật pháp quốc tế, thương mại quốc tế, thông thạo về ngoại ngữ để có thể tiến hành hoạt động xúc tiến thương mại (XTTM) một cách chuyên nghiệp;

- Kịp thời bố trí nguồn kinh phí cho hoạt động XTTM, tranh thủ nguồn kinh phí hỗ trợ từ các Dự án nước ngoài đang triển khai trên địa bàn tỉnh để thực hiện các hoạt động XTTM và phần đối ứng của các doanh nghiệp;

- Xây dựng kế hoạch hàng năm trên cơ sở nghiên cứu, phân tích thị trường, điều kiện thực hiện, tham khảo nhu cầu của các doanh nghiệp, thực hiện tốt công tác chuẩn bị, lựa chọn đối tác hoặc chuyên gia có uy tín để phối hợp;

- Phối hợp chặt chẽ và hiệu quả giữa hoạt động XTTM, xúc tiến du lịch và xúc tiến đầu tư, quan tâm tổ chức đoàn xúc tiến ra thị trường nước ngoài phải kết hợp 03 hình thức xúc tiến giới thiệu môi trường đầu tư, chính sách thu hút đầu tư, giới thiệu môi trường kinh doanh, giới thiệu tiềm năng về du lịch. Kết hợp các hình thức XTTM như tham gia hội chợ thương mại quốc tế kết hợp với khảo sát thị trường, tổ chức hội thảo giao thương giữa doanh nghiệp trong tỉnh và các nhà nhập khẩu;

- Đẩy mạnh công tác phối hợp trong hoạt động XTTM, thiết lập mối quan hệ mật thiết với các cơ quan XTTM Trung ương, tỉnh thành bạn để tranh thủ sự hỗ trợ, đồng thời học tập kinh nghiệm và mở ra các cơ hội hợp tác;

- Phát huy vai trò của Hiệp hội doanh nghiệp trong việc liên kết giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, giữa doanh nghiệp với nông dân và làm chức năng cầu nối giữa Nhà nước với các doanh nghiệp và nông dân.

b) Đối với doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, nông dân:

- Nâng cao năng lực quản lý, điều hành, quan tâm đào tạo nguồn nhân lực có trình độ quản lý, trình độ tay nghề cao, thông thạo ngoại ngữ có khả năng giao dịch trực tiếp với khách hàng nước ngoài; Tích cực, chủ động dành ra một khoản kinh phí nhất định cho hoạt động XTTM, chuẩn bị đầy đủ các nội dung trước khi tham gia các chương trình XTTM, tận dụng tối đa mọi cơ hội từ hoạt động XTTM được các cơ quan nhà nước tổ chức;

- Xây dựng thương hiệu cho sản phẩm, tăng cường đầu tư đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm mới có hàm lượng công nghệ cao, từng bước xây dựng, đăng ký các tiêu chuẩn quản lý chất lượng, ISO, HACCP, GMP... cải tiến bao bì nhãn hiệu sản phẩm, đăng ký bảo hộ độc quyền nhãn hiệu, kiểu dáng nhằm tăng thêm giá trị của sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh;

- Xây dựng mối liên kết giữa doanh nghiệp, Hợp tác xã với nông dân, tăng cường liên kết chặt chẽ với người nông dân bằng nhiều hình thức để đảm bảo cung cấp các sản phẩm đủ về lượng, đảm bảo về chất lượng nhằm đảm bảo nguồn nguyên liệu ổn định phục vụ cho sản xuất;

- Nắm chắc thông tin thị trường ở từng thời điểm, thường xuyên theo dõi và cập nhật thông tin thị trường, để sản xuất các sản phẩm thị trường có nhu cầu. Tích cực tham gia các khóa đào tạo về kỹ năng xúc tiến thương mại; tham gia các hội chợ, hội nghị kết nối cung cầu.....

(Chi tiết theo Phụ lục 01 đính kèm)

VI. KINH PHÍ THỰC HIỆN:

1. Kinh phí thực hiện:

Tổng kinh phí dự toán Kế hoạch xúc tiến thương mại cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực của tỉnh Trà Vinh đến năm 2025, dự kiến: 40.210 triệu đồng (*Bốn mươi tỷ, hai trăm mười triệu đồng*). Trong đó:

a) Năm 2020: 4.930 triệu đồng

- Ngân sách tỉnh: 1.846 triệu đồng.
- + Sự nghiệp XTTM: 940 triệu đồng.
- + Sự nghiệp Sở Công Thương: 636 triệu đồng.
- + Ngân sách tỉnh giải ngân theo Nghị quyết số 11/2016/NQ-HĐND: 270 triệu đồng
- Ngân sách Trung ương: 0 đồng

- Dự án AMD/SME/nguồn khác: 2.005 triệu đồng

- Doanh nghiệp/HTX: 1.079 triệu đồng

b) Giai đoạn 2021-2025: 35.280 triệu đồng.

- Ngân sách tỉnh: 13.731 triệu đồng.
- + Sự nghiệp XTTM: 5.852 triệu đồng.
- + Sự nghiệp Sở Công Thương: 4.734 triệu đồng.
- + Ngân sách tỉnh giải ngân theo Nghị quyết số 11/2016/NQ-HĐND: 3.145 triệu đồng.

- Ngân sách Trung ương: 2.468 đồng.

- Dự án AMD/SME/nguồn khác: 11.970 triệu đồng.

- Doanh nghiệp/HTX: 7.111 triệu đồng .

(Chi tiết theo Phụ lục 02 đính kèm)

2. Kế hoạch hành động chi tiết theo năm hoạt động xúc tiến thương mại cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực đến năm 2025:

(Chi tiết theo Phụ lục 03 đính kèm)

VII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN:

1. Sở Công Thương:

- Chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành liên quan và UBND các huyện, thị xã, thành phố triển khai thực hiện Kế hoạch. Định kỳ báo cáo UBND tỉnh kết quả để kịp thời tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai thực hiện;

- Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại; tạo điều kiện thuận lợi, hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia chương trình xúc tiến thương mại hàng năm của tỉnh và các hội chợ thương mại, triển lãm để quảng bá và tìm kiếm thị trường; Hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng, quảng bá thương hiệu, sản phẩm hàng hóa.

2. Sở Kế hoạch và Đầu tư:

- Phối hợp với Sở Tài chính tham mưu UBND tỉnh bố trí nguồn kinh phí hỗ trợ cho triển khai Kế hoạch xúc tiến thương mại cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực của tỉnh Trà Vinh đến năm 2025;

- Tranh thủ sự hỗ trợ từ nhiều nguồn, kêu gọi các dự án đầu tư về lĩnh vực công nghiệp chế biến nông sản, thủy sản trên địa bàn; Phối hợp với các cơ quan có liên quan xây dựng, bổ sung hướng dẫn, triển khai thực hiện các chính sách khuyến khích, ưu đãi đầu tư phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế xã hội của tỉnh; Lồng ghép các hoạt động xúc tiến đầu tư với hoạt động xúc tiến thương mại, du lịch để quảng bá giới thiệu sản phẩm hàng hóa chủ lực của tỉnh.

3. Sở Tài chính:

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan tham mưu trình UBND tỉnh phân bổ kinh phí hàng năm để tổ chức triển khai thực hiện kế hoạch này.

4. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn:

- Chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành có liên quan, UBND các huyện, thị xã, thành phố xây dựng vùng nguyên liệu, hướng dẫn cho người dân thực hiện sản xuất đúng quy hoạch, tạo nguồn hàng hóa sản phẩm nông sản, thủy sản chủ lực của tỉnh, đảm bảo về số lượng và chất lượng để cung ứng theo nhu cầu thị trường trong và ngoài nước;

- Xây dựng và nhân rộng các mô hình liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm hiệu quả trên địa bàn tỉnh.

5. Sở Thông tin và Truyền thông:

Hướng dẫn các cơ quan truyền thông của tỉnh tuyên truyền các hoạt động xúc tiến thương mại, tiêu thụ nông sản, thủy sản và các sản phẩm đặc trưng trên địa bàn tỉnh; Tiếp tục tuyên truyền các cơ chế chính sách ưu đãi của Trung ương và tỉnh về phát triển nông nghiệp, nông thôn và xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch; đồng thời tiếp tục tuyên truyền Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

6. Sở Khoa học và Công nghệ:

Hỗ trợ các doanh nghiệp, trang trại, tổ hợp tác, hợp tác xã xây dựng và áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng như: ISO, HACCP, GMP... hỗ trợ chuyển giao ứng dụng khoa học kỹ thuật công nghệ mới, hiệu quả, khuyến khích phát triển sản phẩm mới; hỗ trợ đăng ký nhãn hiệu cho sản phẩm và doanh nghiệp, trang trại, tổ hợp tác, hợp tác xã, nông hộ; hỗ trợ ứng dụng các công cụ cải tiến năng suất và chất lượng sản phẩm, hàng hóa;...

7. Ban Quản lý Khu kinh tế:

Phối hợp với các cơ quan có liên quan huy động các nguồn vốn đầu tư hạ tầng kỹ thuật và kêu gọi đầu tư các dự án phục vụ chế biến nông, thủy sản trên địa bàn tỉnh.

8. Các Sở, ngành tỉnh, tổ chức đoàn thể, Hiệp hội doanh nghiệp, Ngân hàng Nhà nước Chi nhánh Trà Vinh và các đơn vị có liên quan:

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ, phối hợp với Sở Công Thương tổ chức triển khai thực hiện kế hoạch này.

9. Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố:

Triển khai thực hiện tốt công tác quy hoạch và quản lý tốt quy hoạch sản xuất các sản phẩm nông nghiệp và thủy sản trên địa bàn. Phối hợp cùng các Sở ngành, đoàn thể thực hiện có hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại tiêu thụ sản phẩm nông, thủy sản và các sản phẩm đặc trưng của các huyện, thị xã, thành phố.

10. Các tổ chức, cá nhân tham gia sản xuất:

Chủ động, tích cực hơn nữa trong công tác xúc tiến thương mại, có bước chuẩn bị đầy đủ các nội dung khi tham gia các chương trình, kế hoạch xúc tiến thương mại, tận dụng khai thác có hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại do cơ quan nhà nước tổ chức, hỗ trợ. Tăng cường đổi mới, thay đổi phương thức sản xuất theo hướng nâng cao giá trị, tăng khả năng cạnh tranh để cung ứng các sản phẩm đạt chất lượng theo nhu cầu thị trường.

Theo chức năng, nhiệm vụ được giao hàng năm các đơn vị lập dự toán kinh phí trình cấp thẩm quyền phê duyệt để thực hiện nhiệm vụ có liên quan nêu trong kế hoạch này. Tập trung chỉ đạo tổ chức triển khai thực hiện hiệu quả và chịu trách nhiệm trước UBND tỉnh, định kỳ hàng năm báo cáo kết quả thực hiện về UBND tỉnh (thông qua Sở Công Thương).

Trong quá trình tổ chức triển khai thực hiện, nếu phát sinh những khó khăn, vướng mắc, đề nghị các sở, ngành, các cấp kịp thời báo cáo thông qua Sở Công Thương tổng hợp đề xuất UBND tỉnh xem xét, chỉ đạo

Trên đây là Kế hoạch Xúc tiến thương mại cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực của tỉnh Trà Vinh đến năm 2025, Sở Công Thương kính trình UBND tỉnh xem xét, phê duyệt. /.

Nơi nhận:

- UBND tỉnh;
- Dự án SME (biết);
- Các Sở, ban, ngành tỉnh (p/h);
- NHNN Chi nhánh Trà Vinh (p/h);
- Hiệp Hội doanh nghiệp (p/h);
- UBND các huyện, TX và TP (p/h);
- Các PGĐ Sở (biết);
- Các phòng, đơn vị thuộc Sở (t/h);
- Lưu: VT, QLTM.

GIÁM ĐỐC



Phạm Văn Tám

PHỤ LỤC 01

**Phân công nhiệm vụ cụ thể thực hiện các nội dung và giải pháp kế hoạch xúc tiến thương mại
cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực của tỉnh Trà Vinh đến năm 2025**

(Ban hành kèm theo Kế hoạch số.../KH-SCT ngày .../12/2019 của Sở Công Thương tỉnh Trà Vinh)

STT	Nội dung thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Ghi chú
1	Tuyên truyền, giới thiệu quảng bá	Sở Công Thương	Sở Thông tin và truyền thông; Đài PTTH; Báo Trà Vinh	
2	Xây dựng hệ thống thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản	Sở Công Thương	Sở Tài Chính; Sở NN & PTNT; UBND các huyện, TX, TP	
3	Xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm	Sở Khoa học và Công nghệ	- Các Sở ngành và các đơn vị liên quan - UBND các huyện, TX, TP	
4	Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại	Sở Công Thương	- Các Sở ngành và các đơn vị liên quan - UBND các huyện, TX, TP	
5	Xây dựng các mô hình liên kết	Sở Nông nghiệp và PTNT	- Các Sở ngành và các đơn vị liên quan	
6	Về cơ chế, chính sách	Các Sở ngành theo nhiệm vụ chuyên môn đề xuất		

STT	Nội dung thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Ghi chú
7	Về thu hút đầu tư	Sở Kế hoạch và Đầu tư; BQL Khu Kinh tế	- Các Sở ngành và các đơn vị liên quan - UBND các huyện, TX, TP	
8	Tổ chức sản xuất - tạo nguồn hàng	Sở Nông nghiệp và PTNT	- Các Sở ngành và các đơn vị liên quan - UBND các huyện, TX, TP	
9	Tăng cường năng lực thông tin, dự báo cung cầu thị trường	Sở Công Thương	- Các Sở ngành và các đơn vị liên quan - UBND các huyện, TX, TP	
10	Các giải pháp về Logistic (kêu gọi đầu tư)	Sở Kế hoạch và Đầu tư; BQL Khu Kinh tế	- Các Sở ngành và các đơn vị liên quan - UBND các huyện, TX, TP	

PHỤ LỤC 02

**Tổng nguồn vốn thực hiện Kế hoạch xúc tiến thương mại
cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực của tỉnh Trà Vinh đến năm 2025**
(Ban hành kèm theo Kế hoạch số...../KH-SCT ngày .../...../2019 của Sở Công Thương Trà Vinh)

DVT: Triệu đồng

ST T	Năm	Tổng kinh phí	Tổng ngân sách	Ngân sách				Vốn ODA (AMD, SME,.....)	Vốn huy động (DN)
				Sự nghiệp XTTM	Sự nghiệp của SCT	Theo NQ số 11/2016/NQ -HBND	Vốn Ngân sách TW		
I	Năm 2020	4.930	1.846	940	636	270	2.005	1.079	
II	Giai đoạn 2021-2025	35.280	16.199	5.852	4.734	3.145	11.970	7.111	
1	2021	5.464	2.384	1.021	814	395	154	1.180	
2	2022	7.005	3.476	1.132	884	510	950	1.264	
3	2023	6.738	2.883	1.142	948	625	168	1.415	
4	2024	8.177	3.985	1.233	1.012	740	1.000	1.497	
5	2025	7.896	3.471	1.324	1.076	875	196	1.755	
TỔNG		40.210	18.045	6.792	5.370	3.415	2.468	13.975	8.190

*** Thuyết minh nguồn vốn:**

- Sự nghiệp XTTM và sự nghiệp của Sở Công Thương: Năm 2020 sự nghiệp XTTM đã được cấp 940 triệu đồng, sự nghiệp của Sở Công Thương đã được cấp cho các hoạt động thương mại điện tử và bán tin thị trường, truyền thông 636 triệu đồng; Giai đoạn 2021-2025 bình quân tăng mỗi năm từ 20% trở lại do dự toán giá cả thị trường tăng, hoạt động hàng năm có tăng so với năm trước;

- Nguồn Nghị quyết số 11/2016/NQ-HĐND ngày 08/12/2016 của Hội đồng nhân dân tỉnh Trà Vinh: Hàng năm Sở Công Thương sẽ tư vấn, hỗ trợ cho doanh nghiệp thực hiện các hồ sơ thủ tục để tiếp cận chính sách hỗ trợ XTTM của tỉnh, sau khi Sở Công Thương thẩm định sẽ đề nghị Sở Tài Chính giải ngân (nguồn ngân sách này do Sở Tài Chính quản lý).

- Nguồn Ngân sách Trung ương: Hàng năm, Sở Công Thương sẽ tranh thủ lập đề án gửi Cục Xúc tiến thương mại để tranh thủ nguồn xúc tiến thương mại quốc gia để hỗ trợ chi doanh nghiệp.

- Nguồn vốn Dự án nước ngoài triển khai trên địa bàn tỉnh (AMD, SME,...): Năm 2020 Sở Công Thương đã được cấp kinh phí từ nguồn vốn Dự án SME là 900 triệu đồng để thực hiện các hoạt động XTTM. Khi Kế hoạch này được phê duyệt sẽ là căn cứ để Sở Công Thương tiếp tục tranh thủ các nguồn vốn từ Dự án SME, AMD hoặc các dự án khác đang triển khai trên địa bàn tỉnh để thực hiện các hoạt động XTTM cho các sản phẩm, ngành hàng chủ lực giai đoạn 2021-2025.

- Nguồn khác (huy động của doanh nghiệp): Khi doanh nghiệp muốn tiếp cận các chính sách hỗ trợ này, một số hoạt động sẽ phải đối ứng kinh phí của doanh nghiệp.

PHỤ LỤC 03

**Kế hoạch hành động chi tiết theo năm các hoạt động xúc tiến thương mại
cho các sản phẩm ngành hàng chủ lực của tỉnh Trà Vinh đến năm 2025**

(Ban hành kèm theo Kế hoạch số...../KH-SCT ngày/2019 của Sở Công Thương Trà Vinh)

DVT: Triệu đồng

STT	Nội dung	DVT	SL	Đơn giá	Kinh phí			Ghi chú	
					Tổng	Ngân sách	Vốn ODA (Dự án AMD, SME,)		
I	NĂM 2020				4.930	1.846	2.005	1.079	
1	Tuyên truyền, giới thiệu quảng bá				350	205	145	-	
1.1	Tuyên truyền về xúc tiến thương mại thông qua các kênh thông tin đại chúng; Trang thông tin điện tử của Sở Công Thương	kỳ	12	2,225	26,7	26,7			Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
1.2	Xây dựng các tờ rơi, sổ tay ấn phẩm giới thiệu các sản phẩm nông thủy sản, sản phẩm đặc trưng của tỉnh,....	quyển	1.000	0,05	50		50		

1.3	Xây dựng các phòng sự phục vụ xúc tiến thương mại	Phòng sự	01	95	95		95		
1.4	Duy trì và phát triển Sàn giao dịch thương mại điện tử	Năm	1	178,45	178,45	178,45			Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
2	Xây dựng hệ thống thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản				430,75	430,75	-	-	
	Tiếp tục duy trì xây dựng Bản tin thị trường Lồng ghép trong Bản tin Xây dựng cơ sở dữ liệu các mặt hàng nông sản chủ yếu của tỉnh, các ấn phẩm đề phổ biến kết quả điều tra, khảo sát, phổ biến pháp luật, tập quán, thị hiếu mua sắm;	Kỳ	26	16,57	430,75	430,75		0	Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
3	Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại				3.649	940	1.860	849	
3.1	Tổ chức các cuộc khảo sát, kết nối thị trường trong nước	cuộc	5	80	400		400		Vốn SME đã cấp 2020
3.2	Tổ chức các cuộc khảo sát, nghiên cứu, kết nối thị trường nước ngoài	cuộc	1	300	300		300		
3.3	Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại: chợ phiên nông sản, tuần lễ nông sản an toàn, hàng Việt;...	cuộc	1	200	200		200		

3.4	Tổ chức các Hội chợ trên địa bàn tỉnh	cuộc	2	500	1.000	242,85	757,15	KP: Sự nghiệp XTMM theo QĐ13/2016/QĐ-UBND ngày 15/4/2016 và các văn bản liên quan
3.5	Tham gia các Hội chợ trong nước	cuộc	7	68,843	481,9	481,9		
3.6	Tổ chức các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn	cuộc	3	102,5	308	215,25	92,25	
3.7	Tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực cho DN	lớp	2	30	60		60	
3.8	Xây dựng không gian trưng bày giới thiệu sản phẩm của tỉnh Trà Vinh tại TP. HCM	Năm	1		-			TTHTPDN-TPHCM hỗ trợ
3.9	Xây dựng Hệ thống truy xuất nguồn gốc và kết nối cung cầu tỉnh Trà Vinh	Hệ thống	1	900	900		900	
4.	Hoạt động hỗ trợ DN xúc tiến thương mại				500	270	230	Hỗ trợ theo Nghị quyết 11/2016/NQ-HĐND ngày 8/12/2016
4.1	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ ở nước ngoài	DN	2	50	100	50	50	
4.2	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ trong nước	DN	5	20	100	50	50	
4.3	Hỗ trợ DN đi khảo sát, phát triển thị trường	DN	1	100	100	70	30	
4.4	Hỗ trợ xây dựng Website cho DN	DN	2	20	40	20	20	

4.5	Hỗ trợ điểm bán hàng với tên gọi Tự hào hàng Việt	điểm	1	160	160	80	80	
II	NĂM 2021				5.464	2.384	1.900	1.180
1	Tuyên truyền, giới thiệu quảng bá				402	242	160	-
1.1	Tuyên truyền về xúc tiến thương mại thông qua các kênh thông tin đại chúng; Trang thông tin điện tử của Sở Công Thương	kỳ	12	3,5	42	42		Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
1.2	Xây dựng các tờ rơi, sổ tay ấn phẩm giới thiệu các sản phẩm nông thủy sản, sản phẩm đặc trưng của tỉnh,...	quyển	1.000	0,06	60		60	
1.3	Xây dựng các phòng sự phục vụ xúc tiến thương mại	Phòng sự	1	100	100		100	
1.4	Duy trì và phát triển Sàn giao dịch thương mại điện tử	Năm	1	200	200	200		Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
2	Xây dựng hệ thống thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản				572	572	-	-

	Tiếp tục duy trì xây dựng Bàn tin thị trường Lòng ghép trong Bàn tin Xây dựng cơ sở dữ liệu các mặt hàng nông sản chủ yếu của tỉnh, các ấn phẩm để phổ biến kết quả điều tra, khảo sát, phổ biến pháp luật, tập quán, thị hiếu mua sắm;	Kỳ		26	22	572	572				0	Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
3	Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại					3.780	1.175	1.740	865			
3.1	Tổ chức các cuộc khảo sát, kết nối thị trường trong nước	cuộc	5	80	400			400				
3.2	Tổ chức các cuộc khảo sát, nghiên cứu, kết nối thị trường nước ngoài	cuộc	1	350	350			350				
3.3	Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại: chợ phiên nông sản, tuần lễ nông sản an toàn, hàng Việt;...	cuộc	1	220	220			220				
3.4	Tổ chức các Hội chợ trên địa bàn tỉnh	cuộc	2	500	1.000	300	700					KP: Sự nghiệp XTMM theo QĐ13/2016/QĐ-UBND ngày 15/4/2016 và các văn bản liên quan
3.5	Tham gia các Hội chợ trong nước	cuộc	7	70	490	490						
3.6	Tổ chức các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn	cuộc	3	110	330	231	99					

3.7	Tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực cho DN	lớp	2	35	70		70		
3.8	Xây dựng không gian trưng bày giới thiệu sản phẩm của tỉnh Trà Vinh tại TP. HCM	Năm	1	500	500		500		TTHTDN-TPHCM hỗ trợ
3.9	Duy trì Hệ thống truy xuất nguồn gốc và kết nối cung cầu tỉnh Trà Vinh	Hệ thống	1	200	200		200		
3.10	Các hoạt động XTMM từ nguồn quốc gia (Phiên chợ)	cuộc	2	110	220	154		66	XTMM quốc gia
4.	Hoạt động hỗ trợ DN xúc tiến thương mại				710	395	-	315	Hỗ trợ theo Nghị quyết 11/2016/NQ-HĐND ngày 8/12/2016
4.1	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ ở nước ngoài	DN	3	50	150	75		75	
4.2	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ trong nước	DN	7	20	140	70		70	
4.3	Hỗ trợ DN đi khảo sát, phát triển thị trường	DN	2	100	200	140		60	
4.4	Hỗ trợ xây dựng Website cho DN	DN	3	20	60	30		30	
4.5	Hỗ trợ điểm bán hàng với tên gọi Tự hào hàng Việt	điểm	1	160	160	80		80	
III	NĂM 2022				7.005	3.476	2.265	1.264	

1	Tuyên truyền, giới thiệu quảng bá					440	260	180	-	
1.1	Tuyên truyền về xúc tiến thương mại thông qua các kênh thông tin đại chúng; Trang thông tin điện tử của Sở Công Thương	Kỳ	12	5	60	60				Nguồn KP: Sự nghiệp SCT
1.2	Xây dựng các tờ rơi, sổ tay ấn phẩm giới thiệu các sản phẩm nông thủy sản, sản phẩm đặc trưng của tỉnh,...	quyển	1.000	0,07	70			70		
1.3	Xây dựng các phòng sự phục vụ xúc tiến thương mại	Phòng sự	1	110	110			110		
1.4	Duy trì và phát triển Sàn giao dịch thương mại điện tử	Năm	1	200	200	200	200			Nguồn KP: Sự nghiệp SCT
2	Xây dựng hệ thống thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản				624	624		-	-	
	Tiếp tục duy trì xây dựng Bản tin thị trường Lòng ghép trong Bản tin Xây dựng cơ sở dữ liệu các mặt hàng nông sản chủ yếu của tỉnh, các ấn phẩm đề phổ biến kết quả điều tra, khảo sát, phổ biến pháp luật, tập quán, thị hiếu mua sắm;	Kỳ	26	24	624	624			0	Nguồn KP: Sự nghiệp SCT

3	Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại					5.040	2.082	2.085	874	
3.1	Tổ chức các cuộc khảo sát, kết nối thị trường trong nước	cuộc	6	80	480			480		
3.2	Tổ chức các cuộc khảo sát, nghiên cứu, kết nối thị trường nước ngoài	cuộc	2	200	400			400		
3.3	Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại: chợ phiên nông sản, tuần lễ nông sản an toàn, hàng Việt:...	cuộc	2	200	400			400		
3.4	Tổ chức các Hội chợ trên địa bàn tỉnh	cuộc	2	550	1.100	330	770			K.P: Sự nghiệp XTTM theo QĐ13/2016/QĐ-UBND ngày 15/4/2016 và các văn bản liên quan
3.5	Tham gia các Hội chợ trong nước	cuộc	8	70	560	560				
3.6	Tổ chức các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn	cuộc	3	115	345	241,50	103,50			
3.7	Tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực cho DN	lớp	3	35	105			105		
3.8	Xây dựng không gian trưng bày giới thiệu sản phẩm của tỉnh Trà Vinh tại TP. HCM	Năm	1	500	500			500		THTTDN-TPHCM hỗ trợ
3.9	Duy trì Hệ thống truy xuất nguồn gốc và kết nối cung cầu tỉnh Trà Vinh	Hệ thống	1	200	200			200		

3.10	Các hoạt động XTMM từ nguồn quốc gia (Hội chợ)	cuộc	1	950	950	950	950											XTMM quốc gia
4	Hoạt động hỗ trợ DN xúc tiến thương mại				900	510		-	390									Hỗ trợ theo Nghị quyết 11/2016/NQ-HBND ngày 8/12/2016 - Sở Công Thương đề xuất; Tài Chính giải ngân
4.1	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ ở nước ngoài	DN	4	50	200	100			100									
4.2	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ trong nước	DN	8	20	160	80			80									
4.3	Hỗ trợ DN đi khảo sát, phát triển thị trường	DN	3	100	300	210			90									
4.4	Hỗ trợ xây dựng Website cho DN	DN	4	20	80	40			40									
4.5	Hỗ trợ điểm bán hàng với tên gọi Tự hào hàng Việt	điểm	1	160	160	80			80									
IV	NĂM 2023				6.738	2.883		2.440	1.415									
1	Tuyên truyền, giới thiệu quảng bá				472	272		200	-									
1.1	Tuyên truyền về xúc tiến thương mại thông qua các kênh thông tin đại chúng; Trang thông tin điện tử của Sở Công Thương	Kỳ	12	6	72	72												Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
1.2	Xây dựng các tờ rơi, sổ tay ấn phẩm giới thiệu các sản phẩm nông thủy sản, sản phẩm đặc trưng của tỉnh....	quyển	1.000	0,08	80			80										

1.3	Xây dựng các phòng sự phục vụ xúc tiến thương mại	Phòng sự	1	120	120	120	120	120													
1.4	Duy trì và phát triển Sàn giao dịch thương mại điện tử	Năm	1	200	200	200	200	200												Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT	
2	Xây dựng hệ thống thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản					676	676	676		-											Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
	Tiếp tục duy trì xây dựng Bản tin thị trường Lồng ghép trong Bản tin Xây dựng cơ sở dữ liệu các mặt hàng nông sản chủ yếu của tỉnh, các ấn phẩm để phổ biến kết quả điều tra, khảo sát, phổ biến pháp luật, tập quán, thị hiếu mua sắm;	Kỳ		26	26	676	676								0						
3	Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại					4.500	1.310	2.240	950												
3.1	Tổ chức các cuộc khảo sát, kết nối thị trường trong nước	cuộc	5	80	400			400													
3.2	Tổ chức các cuộc khảo sát, nghiên cứu, kết nối thị trường nước ngoài	cuộc	2	250	500			500													

3.3	Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại: chợ phiên nông sản, tuần lễ nông sản an toàn, hàng Việt;...	cuộc	2	250	500		500												
3.4	Tổ chức các Hội chợ trên địa bàn tỉnh	cuộc	2	550	1.100	330		770											
3.5	Tham gia các Hội chợ trong nước	cuộc	8	70	560	560													
3.6	Tổ chức các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn	cuộc	3	120	360	252		108											
3.7	Tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực cho DN	lớp	4	35	140		140												
3.8	Xây dựng không gian trưng bày giới thiệu sản phẩm của tỉnh Trà Vinh tại TP. HCM	Năm	1	500	500		500												
3.9	Duy trì Hệ thống truy xuất nguồn gốc và kết nối cung cầu tỉnh Trà Vinh	Hệ thống	1	200	200		200												
3.10	Các hoạt động XTMM từ nguồn quốc gia (Phiên chợ)	cuộc	2	120	240	168		72											
4.	Hoạt động hỗ trợ DN xúc tiến thương mại				1.090	625	-	465											
4.1	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ ở nước ngoài	DN	5	50	250	125		125											

4.2	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ trong nước	DN	9	20	180	90	90	Công Thương đề xuất; Sở Tài chính tỉnh
4.3	Hỗ trợ DN đi khảo sát, phát triển thị trường	DN	4	100	400	280	120	UBND tỉnh cho chủ trương giải ngân
4.4	Hỗ trợ xây dựng Website cho DN	DN	5	20	100	50	50	
4.5	Hỗ trợ điểm bán hàng với tên gọi Tự hào hàng Việt	điểm	1	160	160	80	80	
V	NĂM 2024				8.177	3.985	2.695	1.497
1	Tuyên truyền, giới thiệu quảng bá				504	284	220	-
1.1	Tuyên truyền về xúc tiến thương mại thông qua các kênh thông tin đại chúng; Trang thông tin điện tử của Sở Công Thương	kỳ	12	7	84	84	84	Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
1.2	Xây dựng các tờ rơi, sổ tay ấn phẩm giới thiệu các sản phẩm nông thủy sản, sản phẩm đặc trưng của tỉnh,...	quyển	1.000	0,09	90		90	
1.3	Xây dựng các phòng sự phục vụ xúc tiến thương mại	Phòng sự	01	130	130		130	
1.4	Duy trì và phát triển Sàn giao dịch thương mại điện tử	Năm	1	200	200	200	200	Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT

2	Xây dựng hệ thống thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản				728	728	-	-	Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
	Tiếp tục duy trì xây dựng Bản tin thị trường Lồng ghép trong Bản tin Xây dựng cơ sở dữ liệu các mặt hàng nông sản chủ yếu của tỉnh, các ấn phẩm để phổ biến kết quả điều tra, khảo sát, phổ biến pháp luật, tập quán, thị hiếu mua sắm;	Kỳ	26	28	728	728			
3	Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại				5.665	2.233	2.475	957	
3.1	Tổ chức các cuộc khảo sát, kết nối thị trường trong nước	cuộc	6	80	480		480		
3.2	Tổ chức các cuộc khảo sát, nghiên cứu, kết nối thị trường nước ngoài	cuộc	2	300	600		600		
3.3	Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại: chợ phiên nông sản, tuần lễ nông sản an toàn, hàng Việt;...	cuộc	2	250	500		500		
3.4	Tổ chức các Hội chợ trên địa bàn tỉnh	cuộc	2	600	1.200	360		840	KP: Sự nghiệp XTMT theo QĐ13/2016/QĐ-UBND ngày 15/4/2016 và
3.5	Tham gia các Hội chợ trong nước	cuộc	8	75	600	600			

3.6	Tổ chức các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn	cuộc	3	130	390	273		117	các văn bản liên quan
3.7	Tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực cho DN	lớp	5	35	175		175		
3.8	Xây dựng không gian trưng bày giới thiệu sản phẩm của tỉnh Trà Vinh tại TP. HCM	Năm	1	500	500		500		TTHTDN-TPHCM hỗ trợ
3.9	Duy trì Hệ thống truy xuất nguồn gốc và kết nối cung cầu tỉnh Trà Vinh	Hệ thống	1	220	220		220		
3.10	Các hoạt động XTMM từ nguồn quốc gia (Hội chợ)	cuộc	1	1.000	1.000	1.000			XTMM quốc gia
4	Hoạt động hỗ trợ DN xúc tiến thương mại				1.280	740	-	540	
4.1	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ ở nước ngoài	DN	6	50	300	150		150	Hỗ trợ theo Nghị quyết 11/2016/NQ-HĐND ngày 8/12/2016
4.2	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ trong nước	DN	10	20	200	100		100	
4.3	Hỗ trợ DN đi khảo sát, phát triển thị trường	DN	5	100	500	350		150	
4.4	Hỗ trợ xây dựng Website cho DN	DN	6	20	120	60		60	
4.5	Hỗ trợ điểm bán hàng với tên gọi Tự hào hàng Việt	điểm	1	160	160	80		80	

IV	NĂM 2025				7.896	3.471	2.670	1.755	
1	Tuyên truyền, giới thiệu quảng bá				536	296	240	-	
1.1	Tuyên truyền về xúc tiến thương mại thông qua các kênh thông tin đại chúng; Trang thông tin điện tử của Sở Công Thương	Kỳ	12	8	96	96			Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
1.2	Xây dựng các tờ rơi, sổ tay ấn phẩm giới thiệu các sản phẩm nông thủy sản, sản phẩm đặc trưng của tỉnh,...	quyển	1.000	0,1	100		100		
1.3	Xây dựng các phòng sự phục vụ xúc tiến thương mại	Phòng sự	1	140	140		140		
1.4	Duy trì và phát triển Sàn giao dịch thương mại điện tử	Năm	1	200	200	200			Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT
2	Xây dựng hệ thống thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản				780	780	-	-	
	Tiếp tục duy trì xây dựng Bản tin thị trường Lồng ghép trong Bản tin Xây dựng cơ sở dữ liệu các mặt hàng nông sản chủ yếu của tỉnh, các ấn phẩm đề phổ biến kết quả điều tra, khảo sát, phổ biến	Kỳ	26	30	780	780			Nguồn KP: Sự nghiệp của SCT

	pháp luật, tập quán, thị hiếu mua sắm;												
3	Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại				5.070	1.520	2.430	1.120					
3.1	Tổ chức các cuộc khảo sát, kết nối thị trường trong nước	cuộc	7	80	560		560						
3.2	Tổ chức các cuộc khảo sát, nghiên cứu, kết nối thị trường nước ngoài	cuộc	2	350	700		700						
3.3	Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại: chợ phiên nông sản, tuần lễ nông sản an toàn, hàng Việt;...	cuộc	1	270	270		270						
3.4	Tổ chức các Hội chợ trên địa bàn tỉnh	cuộc	2	650	1.300	390		910					
3.5	Tham gia các Hội chợ trong nước	cuộc	8	80	640	640							
3.6	Tổ chức các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn	cuộc	3	140	420	294		126					
3.7	Tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực cho DN	lớp	5	40	200		200						

K.P: Sự nghiệp
XTTM theo
QĐ13/2016/Q
Đ-UBND ngày
15/4/2016 và
các văn bản
liên quan

3.8	Xây dựng không gian trung bày giới thiệu sản phẩm của tỉnh Trà Vinh tại TP. HCM	Năm	1	500	500		500			TTHTDN-TPHCM hỗ trợ
3.9	Duy trì Hệ thống truy xuất nguồn gốc và kết nối cung cầu tỉnh Trà Vinh	Hệ thống	1	200	200		200			
3.10	Các hoạt động XTMM từ nguồn quốc gia (Phiên chợ)	cuộc	2	140	280	196		84		
4	Hoạt động hỗ trợ DN xúc tiến thương mại				1.510	875	-	635		Hỗ trợ theo Nghị quyết 11/2016/NQ-HBND ngày 8/12/2016
4.1	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ ở nước ngoài	DN	7	50	350	175		175		
4.2	Hỗ trợ DN tham gia Hội chợ trong nước	DN	10	20	200	100		100		Hỗ trợ theo Nghị quyết 11/2016/NQ-HBND ngày 8/12/2016
4.3	Hỗ trợ DN đi khảo sát, phát triển thị trường	DN	6	100	600	420		180		
4.4	Hỗ trợ xây dựng Website cho DN	DN	10	20	200	100		100		
4.5	Hỗ trợ điểm bán hàng với tên gọi Tự hào hàng Việt	điểm	1	160	160	80		80		
	Năm 2020				4.930	1.846	2.005	1.079		
	Giai đoạn 2021-2025				35.280	16.199	11.970	7.111		
	Tổng				40.210	18.045	13.975	8.190		