

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH SÓC TRĂNG**

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

Số: **06** /KH-UBND

Sóc Trăng, ngày **25** tháng **06** năm **2011**

BỘ CÔNG THƯƠNG

**THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VÀ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**

ĐẾN Số: **2062**
Ngày: **28/2/11**
Chuyển: **CM.TNAT**

CÔNG VĂN ĐẾN
CV Số: **297**
Ngày: **28** tháng **03** năm **2011**

KẾ HOẠCH

Phát triển thương mại điện tử tỉnh Sóc Trăng giai đoạn 2011-2015

Nhằm cụ thể hóa Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2011-2015 (phê duyệt theo Quyết định số 1073/QĐ-TTg ngày 12/7/2010 của Thủ tướng Chính phủ) và định hướng cho việc phát triển lĩnh vực thương mại điện tử tại địa phương, phù hợp với tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế, Ủy ban nhân dân tỉnh Sóc Trăng xây dựng kế hoạch phát triển thương mại điện tử tỉnh Sóc Trăng giai đoạn 2011-2015 với những nội dung chủ yếu như sau:

I. Mục tiêu:

1. Mục tiêu tổng quát:

Phát triển và ứng dụng rộng rãi thương mại điện tử trong các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế trong tỉnh, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh của tỉnh, thúc đẩy tiến trình hiện đại hóa nền kinh tế tỉnh nhà.

2. Mục tiêu cụ thể:

Đến năm 2015, phấn đấu đạt một số mục tiêu chủ yếu về phát triển thương mại điện tử trên địa bàn như sau:

a) 100% cán bộ quản lý nhà nước và doanh nghiệp biết đến lợi ích của thương mại điện tử;

b) 50% doanh nghiệp tiến hành giao dịch thương mại điện tử loại hình doanh nghiệp với người tiêu dùng hoặc doanh nghiệp với doanh nghiệp, trong đó:

- 100% doanh nghiệp sử dụng thư điện tử trong hoạt động sản xuất kinh doanh;

- 45% doanh nghiệp có trang thông tin điện tử, cập nhật định kỳ thông tin hoạt động và quảng bá sản phẩm của doanh nghiệp;

- 20% doanh nghiệp tham gia các website thương mại điện tử để mua bán các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

c) Bước đầu hình thành các tiện ích hỗ trợ người tiêu dùng tham gia thương mại điện tử loại hình doanh nghiệp với người tiêu dùng, trong đó:

- 30% các siêu thị, trung tâm mua sắm và cơ sở phân phối hiện đại cho phép người tiêu dùng thanh toán không dùng tiền mặt khi mua hàng;

- 20% cơ sở kinh doanh phát triển các kênh giao dịch điện tử phục vụ người tiêu dùng.

II. Nhiệm vụ và giải pháp thực hiện:

1. Xây dựng và thực hiện các chính sách hỗ trợ cho việc tham gia, phát triển, ứng dụng thương mại điện tử của các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế, cụ thể là tham gia vào các sàn giao dịch điện tử, cổng thương mại điện tử của tỉnh, của các cơ quan trung ương và các tổ chức khác.

2. Tổ chức các khóa đào tạo về thương mại điện tử và kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử cho các cơ quan chức năng và các doanh nghiệp thuộc tỉnh; xây dựng chương trình, tài liệu đào tạo thích hợp, tập trung vào kỹ năng khai thác, sử dụng internet, thiết kế, vận hành website, xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu, trao đổi thông tin...

3. Thực thi các quy định pháp luật về thương mại điện tử; bảo đảm các hoạt động thương mại điện tử được thực hiện và được bảo vệ theo pháp luật.

III. Một số chương trình, hoạt động phát triển thương mại điện tử:

1. Phổ biến, tuyên truyền, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử:

a) Tổ chức các cuộc hội thảo chuyên đề về thương mại điện tử cho cán bộ quản lý liên quan và cộng đồng doanh nghiệp trong tỉnh. Nội dung chủ yếu bao gồm: tổng quan và lợi ích của thương mại điện tử; các mô hình thương mại điện tử trên thế giới; thương mại điện tử Việt Nam; hệ thống pháp luật về thương mại điện tử; các hoạt động thanh tra, kiểm tra, thống kê thương mại điện tử; lập kế hoạch triển khai thương mại điện tử; dịch vụ công trực tuyến; các kỹ năng khai thác, quản lý và cập nhật thông tin thương mại trực tuyến.

b) Tổ chức các lớp tập huấn chuyên sâu về kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử cho doanh nghiệp trên địa bàn. Nội dung tập huấn bao gồm các kỹ năng khai thác thông tin thương mại trực tuyến; kỹ năng tìm kiếm khách hàng trên Internet; các doanh nghiệp triển khai và ứng dụng thương mại điện tử thành công; xây dựng và quản trị website thương mại điện tử; ứng dụng marketing trực tuyến; tham gia sàn giao dịch thương mại điện tử; quảng bá thương hiệu trên Internet.

c) Phổ biến, tuyên truyền về lợi ích và kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử cho các doanh nghiệp, người tiêu dùng các ngành sản xuất và dịch vụ chính; quảng bá các doanh nghiệp điển hình thành công trong ứng dụng và cung cấp dịch vụ thương mại điện tử trên cổng thông tin điện tử của tỉnh, trên các phương tiện thông tin đại chúng.

2. Hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử:

a) Tổ chức điều tra cơ bản hoạt động thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh để tìm hiểu nhu cầu cũng như khó khăn trong hoạt động này.

b) Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng website phù hợp với mô hình sản xuất, kinh doanh; đồng thời, thực hiện các biện pháp hướng dẫn doanh nghiệp tham gia vào các sàn giao dịch thương mại điện tử trong nước như Cổng Thương mại Điện tử Quốc gia (ECVN), Cổng Thông tin Xuất khẩu Việt Nam (VNEX) để giới thiệu,

quảng bá hàng hóa, sản phẩm, dịch vụ của các doanh nghiệp địa phương cho các đối tác trong và ngoài nước.

3. Đào tạo, khảo sát, học tập kinh nghiệm:

a) Xây dựng lực lượng cán bộ có chuyên môn đáp ứng công tác quản lý nhà nước về thương mại điện tử. Thường xuyên đào tạo, bồi dưỡng cán bộ chuyên trách thuộc các ngành liên quan thông qua việc tham dự các lớp đào tạo về thương mại điện tử do Bộ Công Thương, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam – Chi nhánh Cần Thơ và do các tỉnh, thành khác tổ chức.

b) Tăng cường trao đổi, tổ chức khảo sát học tập kinh nghiệm các địa phương có mô hình ứng dụng thương mại điện tử thành công.

IV. Kinh phí thực hiện:

1. Kinh phí để thực hiện kế hoạch phát triển thương mại điện tử bao gồm: Vốn ngân sách nhà nước (trung ương và địa phương), vốn doanh nghiệp và các nguồn vốn hợp pháp khác.

2. Căn cứ các nội dung, hoạt động phát triển thương mại điện tử hằng năm, Sở Công Thương chủ trì phối hợp các sở ngành có liên quan lập dự toán; thông qua Sở Tài chính thẩm định, trình Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.

V. Tổ chức thực hiện:

1. Sở Công Thương là đầu mối chủ trì, phối hợp các sở ngành chức năng có liên quan và UBND các huyện, thành phố xây dựng chương trình, nội dung chi tiết để triển khai thực hiện Kế hoạch phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2011-2015 nhằm đạt mục tiêu đề ra.

2. Các Sở Kế hoạch và Đầu tư, Thông tin và Truyền thông, Giáo dục - Đào tạo, Tài chính có trách nhiệm phối hợp với Sở Công Thương và các sở ngành có liên quan xây dựng và thực hiện các chương trình, hoạt động tham gia phát triển thương mại điện tử phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của ngành mình.

3. Sở Công Thương có trách nhiệm theo dõi, đôn đốc các ngành, địa phương thực hiện kế hoạch; định kỳ báo cáo tình hình, kết quả thực hiện hằng năm về Ủy ban nhân dân tỉnh và Bộ Công Thương.

Nơi nhận:

- Bộ Công Thương;
- TT. Tỉnh ủy, TT. HĐND tỉnh;
- CT, các PCT UBND tỉnh;
- Các sở ngành tỉnh;
- UBND các huyện, thành phố;
- Trung tâm Xúc tiến Thương mại;
- Trung tâm Xúc tiến Đầu tư;
- Hội Doanh nhân trẻ tỉnh ST;
- Báo, Đài PTTH tỉnh;
- Cổng Thông tin điện tử tỉnh;
- Lưu: TH, KT, VX, HC.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN

KT. CHỦ TỊCH

NGƯỜI CHỮ TỊCH



Trần Thành Nghiệp

