

Số: **13** /2006/QĐ - BTM

Hà Nội, ngày **07** tháng 3 năm 2006

QUYẾT ĐỊNH
Về việc ban hành Tiêu chí phê duyệt
Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia giai đoạn 2006 – 2010

BỘ TRƯỞNG BỘ THƯƠNG MẠI

Căn cứ Nghị định số 29/2004/NĐ-CP ngày 16 tháng 01 năm 2004 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Thương mại;

Căn cứ Quyết định số 279/2005/QĐ-TTg ngày 03 tháng 11 năm 2005 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia giai đoạn 2006 - 2010;

Sau khi trao đổi thống nhất với các Bộ liên quan;

Theo đề nghị của Cục trưởng Cục Xúc tiến Thương mại,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này các tiêu chí phê duyệt chương trình xúc tiến thương mại quốc gia giai đoạn 2006-2010 kèm theo Quyết định này.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực sau 15 ngày, kể từ ngày đăng Công báo.

Điều 3. Thủ trưởng các cơ quan liên quan và các thành viên Hội đồng thẩm định Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia giai đoạn 2006-2010 chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. ✓

Nơi nhận:

- Thủ tướng, các PTT Chính phủ, VPCP;
- Các Bộ : Tài chính, KHĐT, NN và PTNT; Công nghiệp, Thủy sản, Bưu chính Viễn thông; Tư pháp (Cục Kiểm tra văn bản);
- Bộ Thương mại: các Thứ trưởng;
- Các Vụ: XNK, Thị trường NN, TMĐT, Pháp chế;
- Công báo;
- Lưu: VT, XTTM.

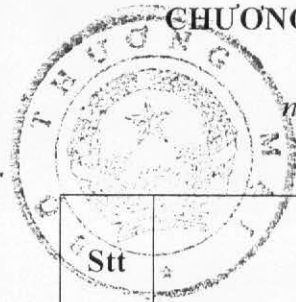
**KT.BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG**



Lương Văn Tự

TIÊU CHÍ PHÊ DUYỆT
CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI QUỐC GIA 2006 – 2010

(Ban hành kèm theo Quyết định số **13** /2006/QĐ-BTM
ngày **07** tháng **03** năm 2006 của Bộ trưởng Bộ Thương mại)



Stt	TÊN CHỈ TIÊU	ĐIỂM SỐ	
		Điểm tối đa	Điểm đánh giá của chuyên gia
1	Đánh giá về sự cần thiết, ý tưởng đề án	15	
	Chương trình phù hợp với định hướng và chiến lược phát triển xuất khẩu quốc gia (mặt hàng, thị trường), ngành hàng và đề xuất của các Hiệp hội ngành hàng.	5	
	Chứng minh chương trình xuất phát từ nhu cầu của doanh nghiệp, không phải dựa trên suy đoán chủ quan của chủ chương trình.	5	
	- Đề án nêu rõ tính mục tiêu và tính phù hợp của hoạt động xúc tiến thương mại để đạt được mục tiêu đề ra.	5	
2	Đánh giá phương án triển khai	45	
	Phương án tổng thể để triển khai thực hiện đảm bảo tính khoa học, có tính khả thi cao, ít rủi ro.	10	
	Kế hoạch thực hiện chi tiết từng hạng mục công việc chính khoa học, đầy đủ, hợp lý, phù hợp với điều kiện thực tế, đồng thời đảm bảo chất lượng dịch vụ cung cấp cho doanh nghiệp.	15	
	Kế hoạch bố trí nhân lực, tiến độ thời gian; lịch trình triển khai hợp lý	5	
	Phương án tài chính hợp lý	15	
3	Đánh giá năng lực triển khai	30	
	Kinh nghiệm, điều kiện về cơ sở vật chất, trang thiết bị của đơn vị chủ trì cho phép tiến hành đề án	5	