

THỦ TƯỚNG CHÍNH
PHỦ
Số: 80/2009/QĐ-TTg

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Hà Nội, ngày 21 tháng 5 năm 2009

QUYẾT ĐỊNH

Sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia giai đoạn 2006 - 2010 ban hành kèm theo Quyết định số 279/2005/QĐ-TTg ngày 03 tháng 11 năm 2005 của Thủ tướng Chính phủ

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Công Thương,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Sửa đổi, bổ sung Điều 1, Điều 3, Điều 5, Điều 6, Điều 7, Điều 8, Điều 9, Điều 10, Điều 12 và Điều 19 của Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia giai đoạn 2006 - 2010 (dưới đây gọi chung là Chương trình) ban hành kèm theo Quyết định số 279/2005/QĐ-TTg ngày 03 tháng 11 năm 2005 của Thủ tướng Chính phủ, cụ thể như sau:

1. Điều 1 được sửa đổi, bổ sung như sau:

- Khoản 3: “Trừ nội dung quy định tại khoản 4 Điều 8, các khoản 8 và 13 Điều 9 Quy chế này, Thủ tướng Chính phủ ủy quyền Bộ trưởng Bộ Công Thương, căn cứ các quy định tại Quy chế này và các quy định của pháp luật hiện hành về quản lý hoạt động xúc tiến thương mại, tổng hợp, phê duyệt và tổ chức thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia hàng năm”.

2. Điều 3 được sửa đổi, bổ sung như sau:

“Quy chế này áp dụng đối với:

- Khoản 1. Các đơn vị chủ trì Chương trình, bao gồm: các tổ chức xúc tiến thương mại Chính phủ, phi Chính phủ và tổng công ty ngành hàng (trong trường hợp ngành hàng không có Hiệp hội) có đề án xúc tiến thương mại tham gia Chương trình được xây dựng, thẩm định và được hỗ trợ thực hiện theo các quy định tại Quy chế này.

- Khoản 2. Các đơn vị tham gia thực hiện Chương trình, bao gồm: doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế được thành lập theo quy định của pháp luật hiện hành và các tổ chức xúc tiến thương mại.”.

3. Điều 5 được sửa đổi, bổ sung như sau:

- Điểm b khoản 2: “Có đủ nguồn lực về con người, tài chính và cơ sở vật chất kỹ thuật để tổ chức thực hiện Chương trình; có chiến lược phát triển ngành hàng và chiến lược phát triển cụ thể trên từng thị trường mục tiêu; nắm rõ nhu cầu xúc tiến thương mại của doanh nghiệp; các chương trình do đơn vị chủ trì đã thực hiện đạt được mục tiêu đề ra về số lượng và chất lượng”.