

**TỈNH ỦY KIÊN GIANG
BAN CHỈ ĐẠO CUỘC VẬN ĐỘNG
“NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN
DÙNG HÀNG VIỆT NAM”**

ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM
Kiên Giang, ngày 05 tháng 6 năm 2019

Số 74 -BC/BCĐCVĐ

BÁO CÁO

**kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động
"Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"**

Kiên Giang là tỉnh nằm phía Tây Nam của Tổ quốc, thuộc vùng Đồng bằng sông Cửu Long, diện tích tự nhiên 6.349 km², dân số 1,8 triệu người, có 15 đơn vị hành chính cấp huyện (13 huyện, 02 thành phố), với 145 xã, phường, thị trấn; 957 ấp, khu vực, khu phố. Kiên Giang có 27 dân tộc cùng sinh sống, sống đan xen trên địa bàn, trong đó 03 dân tộc có dân số đông là Kinh, Khmer và Hoa, đồng bào các dân tộc thiểu số chiếm 14,88% dân số toàn tỉnh (trong đó người Khmer chiếm 12,49%, người Hoa chiếm 1,77%, các dân tộc thiểu số khác chiếm 0,06%).

Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” (CVĐ) được triển khai thực hiện trong điều kiện tỉnh có nhiều thuận lợi, kinh tế-xã hội tiếp tục có bước phát triển; tốc độ tăng trưởng 7,51%; thu nhập bình quân đầu người 2.094 USD (năm 2018 là 2.094 USD); kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội đang có sự chuyển biến tích cực. Tổng sản lượng lương thực, thủy sản dẫn đầu cả nước, các chương trình, mục tiêu giảm nghèo và chính sách đảm bảo an sinh xã hội được quan tâm đầu tư có hiệu quả; tỷ lệ hộ nghèo theo chuẩn đa chiều giảm từ 9,87% năm 2015 xuống còn 4,14% năm 2018 (tỷ lệ hộ nghèo năm 2008 bình quân 9,3%), đời sống nhân dân càng được cải thiện và nâng cao; hàng Việt ngày càng phong phú đa dạng, chất lượng được cải thiện hơn. Nhiều sản phẩm hàng hóa, dịch vụ có sức cạnh tranh trên thị trường, được người tiêu dùng yêu thích, một số mặt hàng có giá trị cao được xuất khẩu sang một số quốc gia khác.

Tuy nhiên, tình hình kinh tế, xã hội trong tỉnh cũng còn nhiều khó khăn, tăng trưởng kinh tế vẫn chưa đạt yêu cầu đề ra, thu nhập bình quân đầu người tuy có cao nhưng không được đồng đều trong dân cư, đời sống một bộ phận nhân dân, nhất là vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo chưa được cải thiện nhiều. Hàng Việt Nam tuy có phong phú đa dạng nhưng chưa đáp ứng yêu cầu tiêu thụ của nhân dân.

**Phần thứ nhất
KẾT QUẢ TRIỂN KHAI, THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG**

I. CÔNG TÁC TRIỂN KHAI CUỘC VẬN ĐỘNG

Thực hiện Thông báo Kết luận số 264-TB/TW của Bộ Chính trị (khóa X) về tổ chức CVD, Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17-9-2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”. Trên cơ sở đề xuất của Ban Thường trực Ủy ban MTTQ Việt Nam tỉnh, Tỉnh ủy ban hành Quyết định số 2905-QĐ/TU ngày 16-10-2009, thành lập Ban Chỉ đạo CVD tỉnh, gồm 18 thành viên, hàng năm sau khi có thay đổi nhân sự ở các sở, ban, ngành là thành viên BCD, BCD kịp thời tham mưu Tỉnh ủy kiện toàn BCD, Quyết định kiện toàn Ban Chỉ đạo CVD tỉnh số 997/QĐ-TU ngày 09-3-2018, gồm 23 thành viên do đồng chí Chủ tịch Ủy ban MTTQ Việt Nam tỉnh làm Trưởng ban; BCD tỉnh xây dựng Quy chế làm việc, thành lập và thường xuyên kiện toàn Bộ phận Thường trực, hàng năm BCD tỉnh có tham mưu Tỉnh ủy ban hành Chương trình lãnh đạo thực hiện CVD; BCD có xây dựng kế hoạch kịp thời tổ chức triển khai thực hiện các nội dung CVD trong tỉnh, tổ chức sơ kết đánh giá kết quả triển khai thực hiện Cuộc vận động.

Ban Chỉ đạo cũng đã chủ động phối hợp với các cấp ủy đảng trong tỉnh lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện Cuộc vận động như tuyên truyền, vận động nâng cao ý thức trách nhiệm, tinh thần tự giác của cán bộ, đảng viên, công chức, đoàn viên, hội viên và người lao động trong mua sắm, sử dụng hàng Việt, triển khai đến chi bộ, tổ, hội địa bàn dân cư.

Kết hợp với UBND tỉnh cụ thể hóa các giải pháp thực hiện CVD của Chính phủ vào phương hướng phát triển kinh tế - xã hội; UBND tỉnh đã ban hành các văn bản tổ chức thực hiện kế hoạch, tổ chức triển khai thực hiện CVD, thành lập Ban tổ chức thực hiện Chương trình “Đưa hàng Việt về nông thôn”; hàng năm UBND tỉnh có hỗ trợ kinh phí cho BCD hoạt động; đồng thời chỉ đạo các sở, ngành tổ chức thực hiện theo chức năng nhiệm vụ được giao, chỉ đạo các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp ưu tiên sử dụng hàng hóa, dịch vụ thương hiệu Việt trong mua sắm tài sản công. Các sở, ngành liên quan và các huyện, thành phố đều có xây dựng kế hoạch triển khai quán triệt thực hiện trong nội bộ và nhân dân.

Ủy ban MTTQ Việt Nam và các tổ chức thành viên các cấp trong tỉnh thường xuyên, tích cực tuyên truyền, vận động cán bộ, đoàn viên, hội viên và các tầng lớp nhân dân tham gia hưởng ứng thực hiện CVD. Phối hợp với Báo, Đài Trung ương và địa phương, các phòng văn hóa thông tin, các đài truyền thanh huyện, thành phố dành thời gian phát sóng nhiều hơn cho tuyên truyền CVD, tổ chức treo băng rôn áp phích cổ động tuyên truyền; chủ động liên hệ, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tổ chức thành công các hội chợ triển lãm và các phiên hàng chợ về nông thôn.

II. KẾT QUẢ 10 NĂM THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG

1. Công tác tuyên truyền, vận động nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi của người sản xuất và người tiêu dùng

Các cấp ủy đảng, chính quyền, ban, ngành, Mặt trận, đoàn thể trong tỉnh thực hiện công tác thông tin, tuyên truyền về mục đích, ý nghĩa, nội dung CVD đến cán bộ, công chức, viên chức, đoàn viên, hội viên, các tầng lớp nhân dân trong tỉnh thông qua nhiều hình thức đa dạng, phong phú, từ trực tiếp đến gián tiếp, từ nội bộ đến quần chúng nhân dân; lồng ghép nội dung CVD với các phong trào thi đua yêu nước ở địa phương. Đồng thời, tuyên truyền vận động doanh nghiệp trên địa bàn nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm trong nâng cao chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, nâng sức cạnh tranh và xây dựng thương hiệu Việt cho sản phẩm hàng hóa.

Ủy ban MTTQ Việt Nam và các tổ chức thành viên các cấp tổ chức triển khai cho 100% cán bộ, công chức tiếp thu, hưởng ứng, thực hiện CVD, trong mua sắm, sửa chữa công đều thực hiện theo tinh thần chỉ đạo Nghị quyết 11 của Chính phủ về những giải pháp chủ yếu tập trung kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, đảm bảo an sinh xã hội, mua sắm hàng hóa, vật dụng đều có xuất xứ hàng Việt; tuyên truyền, vận động nhân dân ở từng địa phương hưởng ứng thực hiện CVD (*tỷ lệ nhân dân tham gia dùng hàng Việt đạt trên 90%*).

Các sở, ban, ngành, đoàn thể chính trị, xã hội, các cơ quan, đơn vị, báo, đài trong tỉnh đã hướng dẫn, định hướng công tác tuyên truyền về CVD trên các phương tiện thông tin đại chúng, tại các cuộc hội nghị, tập huấn báo cáo viên, sinh hoạt chi bộ đảng và sinh hoạt các đoàn thể tuyên truyền về CVD cho các huyện, thành phố được 108.579 cuộc, với 5.301.057 lượt người dự; tuyên truyền nâng cao nhận thức để mỗi người vận động gia đình sử dụng và mua sắm tài sản công chủ yếu là hàng Việt chất lượng cao. Các đoàn thể chính trị - xã hội các cấp đã tuyên truyền, vận động trong đoàn viên, hội viên và nhân dân được 340.415 cuộc có 12.560.376 lượt người dự.

2. Công tác quản lý nhà nước và hoạt động của các doanh nghiệp trong thực hiện

Ủy ban nhân dân tỉnh tổ chức quán triệt các nội dung trong Thông báo Kết luận số 264 của Bộ Chính trị, cụ thể hóa các giải pháp về quản lý nhà nước trong phối hợp triển khai CVD trên địa bàn tỉnh, chỉ đạo các sở, ban, ngành tỉnh, các huyện, thành phố triển khai các kế hoạch thực hiện CVD, như: Kế hoạch số 02/KH-UBND, ngày 05-01-2010; Kế hoạch số 59/KH-UBND, ngày 28-6-2012; Kế hoạch số 50/KH-UBND, ngày 13-5-2014. Đồng thời, ban hành nhiều cơ chế, chính sách hỗ trợ như: Hỗ trợ triển khai dự án nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, hàng hóa của doanh nghiệp tỉnh đã có 47 doanh nghiệp đăng ký tham gia; triển khai dự án cải tiến năng suất chất lượng; hội chợ triển lãm, khảo sát thị trường, tư vấn thông tin khách hàng,... để từ đó đưa các nhà doanh nghiệp có điều kiện tiếp cận đến gần với người tiêu dùng, hỗ trợ các doanh nghiệp thiết lập các đại lý bán lẻ, khuyến khích phát triển sản xuất kinh doanh, có hệ thống dịch vụ phân phối đưa hàng về nông thôn, biên giới, hải đảo để người tiêu dùng tiếp cận và lựa chọn mua sắm, sử dụng hàng hóa thương hiệu Việt.

Thực hiện chính sách hỗ trợ tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp theo Nghị quyết số 02/NQ-CP của Chính phủ được triển khai thực hiện khá tốt, theo đó đã thực hiện giảm, giãn thuế cho các đối tượng với số tiền trên 674 tỷ đồng; tổ chức buổi họp mặt đầu năm, nhân dịp lễ trọng của đất nước và của tỉnh, khen thưởng doanh nghiệp và cá nhân có thành tích xuất sắc, đóng góp cho sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, qua đó đã khen thưởng 397 doanh nghiệp kinh doanh đạt hiệu quả tốt. Triển khai hàng chục dự án, chương trình nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, làm tăng tính cạnh tranh trên thị trường.

Chỉ đạo các sở, ngành phối hợp với các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tổ chức hoạt động bán hàng Việt khuyến mãi, tuyên truyền, tổ chức đưa hàng Việt về nông thôn, biên giới, hải đảo, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong nước tiếp cận và trực tiếp bán hàng cho người tiêu dùng, kết nối giữa nhà sản xuất với nhà phân phối, các cơ sở mua bán lẻ tại địa phương; đẩy mạnh công tác quản lý thị trường, đấu tranh chống hàng lậu, hàng giả, hàng nhái, hàng không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và sản xuất trong nước; xử lý nghiêm các hành vi vi phạm theo quy định của pháp luật, khuyến khích hình thành các tổ chức bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Từ năm 2009 đến nay, xét duyệt, phối hợp tổ chức 321 cuộc hội chợ triển lãm cho 322 doanh nghiệp tham gia có trên 5.980 gian hàng; vận động doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tham gia hội chợ triển lãm, có 676 gian hàng, khoảng 1.200 sản phẩm các loại phục vụ nhân dân với giá thấp hơn thị trường từ 5 đến 10%, có khoảng 890.565 lượt người tham gia mua sắm. Trong 10 năm, có trên 7.000 tin, bài, phóng sự về hàng Việt đã được phát sóng, hơn 250 mô hình về CVD được áp dụng trong toàn tỉnh. Ngoài ra, các cuộc hội nghị, tọa đàm kết nối cung cầu cũng được một số doanh nghiệp phối hợp tổ chức (47 cuộc), số cuộc tổ chức kiểm tra việc thực hiện cuộc vận động cũng được triển khai hiệu quả (11 cuộc) cho thấy sự quan tâm về sử dụng hàng Việt, cũng như hoạt động tuyên truyền, giám sát việc thực hiện CVD đã đi vào chiều sâu, mang tính thiết thực.

Thực hiện Chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, biên giới, hải đảo, tập trung trong các dịp Tết Nguyên đán, đã tổ chức đưa 198 chuyến hàng Việt về nông thôn tại các huyện vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo với tổng doanh thu bán hàng đạt gần 32 tỷ đồng với nhiều doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tham gia.

Hỗ trợ kinh phí thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại, hỗ trợ vốn cho các doanh nghiệp tham gia bán hàng bình ổn giá thị trường các mặt hàng thiết yếu, trị giá 180 tỷ đồng, lãi suất 0% cho 11 doanh nghiệp, đồng thời các doanh nghiệp phải cam kết bán thấp hơn thị trường ít nhất 5%. Tỉnh có tổ chức kiểm tra việc đăng ký giá, niêm yết giá theo qui định, kiểm tra giá bán của doanh nghiệp tham gia chương trình bán hàng bình ổn giá.

Các doanh nghiệp tư nhân, trung tâm thương mại, các siêu thị, tùy theo đặc điểm của mình hưởng ứng thực hiện CVD, tăng cường công tác kiểm tra

giám sát trong hoạt động, sản xuất để nâng cao chất lượng sản phẩm, tiết kiệm chi phí, giảm giá thành, tăng cường công tác quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm, thực hiện tốt chính sách khuyến mãi, hậu mãi, nâng cao chất lượng phục vụ, giảm giá,... Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch phối hợp Trung tâm Nghiên cứu Kinh doanh và hỗ trợ doanh nghiệp tổ chức chương trình “Đưa hàng Việt về nông thôn” tại 15 huyện, thành phố với loại hình mới, tổ chức nhiều hoạt động như: Tập huấn bán hàng, tặng quà vui chơi cho trẻ em, khám phát thuốc miễn phí cho người nghèo... đã thu hút 87.800 lượt người tham dự tổng doanh thu trên 3,5 tỷ đồng; phối hợp Công ty Quảng cáo hội chợ triển lãm Đông Phương tổ chức thành công Hội chợ triển lãm Quốc tế “Biên giới Hà Tiên” tại thành phố Hà Tiên, với 165 gian hàng của các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tham gia thu hút trên 8.000 lượt khách tham gia, đã xuất khẩu các mặt hàng Việt đa dạng, phong phú, chất lượng cao sang Thái Lan, Campuchia trị giá xuất khẩu 5 năm qua trên 3,9 triệu USD.

3. Lãnh đạo, chỉ đạo của cấp ủy đảng, sự phối hợp giữa chính quyền với Mặt trận và các đoàn thể các cấp trong quá trình triển khai Cuộc vận động

Các cấp ủy đảng đã tập trung công tác chỉ đạo, triển khai, tuyên truyền, tổ chức thực hiện, nhất là công tác quản lý nhà nước, hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao chất lượng sản phẩm, năng lực cạnh tranh, góp phần nâng cao nhận thức của nhân dân trong sản xuất và tiêu dùng, nâng cao sức cạnh tranh cho các sản phẩm Việt Nam, xây dựng thương hiệu Việt, đồng thời ngăn chặn việc sản xuất hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, nhằm bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp và người tiêu dùng.

Hàng năm, Ủy ban MTTQ Việt Nam tỉnh triển khai kế hoạch thực hiện công tác phong trào của Ủy ban MTTQ Việt Nam các cấp; phối hợp cùng các ngành chức năng và các tổ chức thành viên vận động hưởng ứng trong nội bộ, thông qua các đợt sinh hoạt lễ, tổ, đội nhóm tuyên truyền, vận động các tầng lớp nhân dân hưởng ứng thực hiện CVD; lồng ghép nội dung CVD với các phong trào thi đua yêu nước, với Cuộc vận động “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hoá ở khu dân cư” gắn với xây dựng nông thôn mới, đô thị văn minh; vận động các doanh nghiệp cùng các địa phương tổ chức tham gia các phiên chợ đưa hàng Việt về nông thôn.

4. Nhận thức và hành động của người tiêu dùng

Cuộc vận động đã tác động tích cực đến người tiêu dùng trong tỉnh, góp phần nâng cao nhận thức về trách nhiệm, quyền lợi của người tiêu dùng đối với sản phẩm, hàng hóa sản xuất trong nước; từ đó thay đổi hành vi ưu tiên mua sắm hàng tiêu dùng, hàng hóa trong nước, coi đó là thể hiện lòng yêu nước, lòng tự hào, tự tôn dân tộc.

Nhận thức thói quen có nhiều thay đổi, hàng Việt ngày càng được ưa chuộng, nhất là hàng tiêu dùng. Ở các chợ và siêu thị hiện nay hàng Việt phổ biến, mẫu mã đẹp. Cuộc vận động có sự chuyển biến tích cực và có sức lan tỏa đến người dân.

III. NHẬN XÉT, ĐÁNH GIÁ

1. Ưu điểm

Cuộc vận động đã được sự đồng tình hưởng ứng của các tầng lớp nhân dân. Các cấp ủy đảng, chính quyền, Mặt trận và các ngành, đoàn thể đã đề cao trách nhiệm lãnh đạo, chỉ đạo và thực hiện nghiêm túc Thông báo Kết luận số 264 của Bộ Chính trị trong việc cụ thể hóa, tổ chức triển khai, thực hiện CVD, tập trung công tác tuyên truyền, vận động các cơ quan, tổ chức, đơn vị, cán bộ, công chức, viên chức, đoàn viên, hội viên, các tầng lớp nhân dân trong tỉnh tích cực tham gia hưởng ứng CVD, ưu tiên mua sắm, tiêu dùng hàng hóa sản xuất trong nước. Từ đó nâng cao ý thức trách nhiệm của các cấp, các ngành, đã tập trung dồn sức lãnh đạo, chỉ đạo, thực hiện đạt kết quả quan trọng, làm thay đổi nhận thức của cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân trong việc mua sắm, tiêu dùng hàng Việt, góp phần giáo dục lòng yêu nước, tinh thần dân tộc cho mọi người dân; các doanh nghiệp có nhiều cố gắng nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới công tác quản lý, nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh, thông tin quảng bá sản phẩm hàng hóa, dịch vụ đến người tiêu dùng, phát triển hệ thống phân phối, vươn lên dần dần chiếm lĩnh thị trường nội địa.

2. Những hạn chế, tồn tại

Tuy nhiên, một số cấp ủy, chính quyền, ban, ngành, Mặt trận, đoàn thể chưa quan tâm đúng mức đến công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện CVD; công tác thông tin, tuyên truyền về CVD của một số cơ quan tuyên truyền, báo chí ở địa phương chưa thường xuyên, liên tục; chưa đi sâu phát hiện, nhân rộng các điển hình tiên tiến trong thực hiện CVD.

Trách nhiệm công tác quản lý, điều hành của chính quyền ở một số nơi trong thực hiện CVD chưa thể hiện rõ chức năng, nhiệm vụ được giao; một số sở, ngành chưa chú ý ban hành các cơ chế, kế hoạch dài hạn, thiếu sự phân công trách nhiệm rõ ràng cho cơ quan, đơn vị thực hiện CVD theo chức năng, nhiệm vụ được giao.

Còn nhiều doanh nghiệp chưa phát huy vai trò, trách nhiệm của mình trong sản xuất ra sản phẩm hàng hoá, dịch vụ đảm bảo chất lượng, giá cả hợp lý, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Chất lượng hàng hoá không đồng đều, hàng nhái, hàng giả còn lẫn lộn, doanh nghiệp chưa thực hiện đầy đủ cam kết về sản phẩm hàng hoá, dịch vụ cung cấp cho người tiêu dùng.

Sự chỉ đạo, hướng dẫn, kiểm tra các ngành các cấp trong triển khai thực hiện CVD chưa được quan tâm đúng mức; tổ chức thực hiện còn hạn chế, có biểu hiện hình thức. Vai trò chỉ đạo của một số ngành thành viên BCĐ Cuộc vận động chưa tham gia tích cực, hiệu quả chưa cao; sự phối hợp giữa các ngành, các cấp trong việc thực hiện có mặt thiếu chặt chẽ.

Một bộ phận người tiêu dùng chưa nhận thức rõ về mục tiêu CVD đối với sự phát triển bền vững của nền kinh tế đất nước, còn có biểu hiện ưa chuộng

hàng ngoại. Một số cán bộ, đảng viên chưa đề cao vai trò gương mẫu trong mua sắm, sử dụng hàng Việt.

*** Nguyên nhân khuyết điểm**

Một số cấp uỷ, chính quyền, Mặt trận và các đoàn thể các cấp nhận thức về CVĐ còn hạn chế, buông lỏng trong công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện tại địa phương, đơn vị. Nội dung tuyên truyền chưa hấp dẫn, thu hút mạnh mẽ sự tham gia, hưởng ứng của các cấp, các ngành, các doanh nghiệp và người tiêu dùng.

Công tác đấu tranh chống hàng giả, hàng lậu, hàng gian lận thương mại chưa kiên quyết và triệt để, hàng hóa không bảo đảm vệ sinh, an toàn thực phẩm, hàng kém chất lượng, không rõ nguồn gốc còn xuất hiện trên thị trường, gây tâm lý lo ngại cho người tiêu dùng. Năng lực phát triển khoa học công nghệ đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng của một số doanh nghiệp có phần còn hạn chế.

3. Bài học kinh nghiệm trong triển khai thực hiện Cuộc vận động

Một là, phải có sự đồng thuận trong lãnh đạo, chỉ đạo kịp thời của các cấp uỷ, sự phối hợp chặt chẽ của chính quyền, Mặt trận và các đoàn thể các cấp, sự tham gia tích cực của các doanh nghiệp và các tầng lớp nhân dân, tạo ra phong trào thi đua sâu rộng trong toàn xã hội hưởng ứng thực hiện CVĐ. Bên cạnh đó, nội dung CVĐ phải được gắn chặt với kế hoạch phát triển kinh tế ở các sở, ngành, địa phương và nhiệm vụ thường xuyên của các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp.

Hai là, công tác tuyên truyền vận động phải thường xuyên, liên tục, kiên trì, bền bỉ, đi đôi với đổi mới nội dung, hình thức tuyên truyền nhằm thu hút, lôi cuốn các tầng lớp nhân dân tham gia thực hiện CVĐ. Kịp thời biểu dương, tôn vinh những cá nhân, tập thể thực hiện tốt các nội dung của CVĐ; phê phán lên án mạnh mẽ những hành vi tiêu cực trong sản xuất và tiêu dùng hàng hoá, dịch vụ thương hiệu Việt; đồng thời, phải hỗ trợ cho công tác thanh tra, kiểm soát, làm lành mạnh hoá thị trường nội địa.

Ba là, Ban Chỉ đạo CVĐ tỉnh và lãnh đạo các địa phương phải phát huy tinh thần chủ động, sáng tạo trong triển khai thực hiện CVĐ; tích cực tham mưu, đề xuất với cấp uỷ, phối hợp với chính quyền, Mặt trận và các đoàn thể, các doanh nghiệp trong triển khai thực hiện CVĐ; thường xuyên hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra việc thực hiện CVĐ ở các cấp, các ngành, địa phương, đơn vị; kịp thời biểu dương, khen thưởng các tập thể, cá nhân thực hiện tốt Cuộc vận động.

Phần thứ hai

**PHƯƠNG HƯỚNG, MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP
THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG ĐẾN NĂM 2024**

I. PHƯƠNG HƯỚNG, MỤC TIÊU

1. Phương hướng

Theo dự báo, tình hình kinh tế trong nước và trong tỉnh trong những năm tới còn nhiều khó khăn, thách thức, giá cả một số hàng hóa thiết yếu biến động thường xuyên; là tỉnh tận cùng phía Tây Nam, cách xa các trung tâm kinh tế lớn của đất nước, giao thông đi lại khó khăn, tỉ lệ hộ nghèo và hộ cận nghèo còn cao, nhất là trong vùng đồng bào dân tộc.

Tiếp tục thực hiện Thông báo Kết luận số 264-TB/TW của Bộ Chính trị, Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17-9-2012, Quyết định số 634/QĐ-TTg, ngày 29-4-2014 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường thực hiện CVD và Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với CVD “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”. Trên cơ sở kết quả đạt được của 10 năm thực hiện CVD cùng với những vấn đề khó khăn, hạn chế đặt ra, Ban Chỉ đạo tỉnh đề ra phương hướng, mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp trọng tâm thực hiện CVD đến năm 2024 như sau:

Phát huy sức mạnh của các cấp, các ngành, tính chủ động của các doanh nghiệp, lòng yêu nước, tự hào dân tộc của nhân dân trong tỉnh thực hiện tốt CVD, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, vì sự phát triển nhanh, bền vững của tỉnh. Tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến sâu rộng về nội dung, mục tiêu, ý nghĩa CVD đến các cơ quan, đơn vị, địa bàn khu dân cư và nhân dân trong mọi hoạt động của đời sống xã hội, tạo nên thói quen sử dụng hàng hóa, dịch vụ sản xuất trong nước thành một trong những đức tính tốt đẹp của người Việt Nam.

Các doanh nghiệp, người sản xuất kinh doanh, dịch vụ không ngừng nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hàng hóa, dịch vụ; phát triển và mở rộng thị trường nội địa; xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế. Đổi mới phương thức triển khai CVD theo hướng kế thừa những kết quả đã đạt được, mở rộng phạm vi, đối tượng, dịch vụ đáp ứng yêu cầu tăng tính tự chủ nền kinh tế đất nước trong tình hình mới cùng với việc đổi mới nội dung và phương thức thông tin, tuyên truyền.

2. Mục tiêu đến năm 2024

- Có 100% người tiêu dùng và doanh nghiệp biết đến CVD; 100% các huyện, thành phố, sở, ngành và tổ chức chính trị - xã hội xây dựng được kênh tuyên truyền “Tự hào hàng Việt”.

- Hàng Việt có thể mạnh chiếm 90% thị phần tại các kênh phân phối truyền thống ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa; 100% huyện, thành phố trực thuộc tỉnh triển khai chương trình xây dựng điểm bán hàng Việt Nam cố định, bền vững và tổ chức được dịch vụ hỗ trợ kết nối cung cầu cho các đối tượng sản xuất, kinh doanh hàng Việt.

- Nâng cao hiệu lực và hiệu quả hoạt động quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn toàn tỉnh, trước hết là nâng cao hiệu quả của công tác chống

buôn lậu, hàng giả, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ và các hành vi kinh doanh trái phép, bảo vệ người tiêu dùng và sản xuất trong tỉnh.

II. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU

1. Tiếp tục tuyên truyền, quán triệt và tổ chức thực hiện Thông báo Kết luận số 264-TB/TW của Bộ Chính trị; Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17-9-2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường thực hiện CVD và Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với CVD “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” của Chính phủ; Chương trình số 51-CTr/TU ngày 21-4-2014 của Tỉnh ủy về việc lãnh đạo thực hiện Thông báo Kết luận số 264 của Bộ Chính trị về tổ chức Cuộc vận động năm 2014.

2. Đẩy mạnh công tác thông tin, truyền thông nâng cao nhận thức và trách nhiệm của người sản xuất và sử dụng hàng hóa, dịch vụ thương hiệu Việt, xây dựng các chuyên trang, chuyên mục về CVD, thông tin, quảng bá thương hiệu Việt đến với đông đảo người tiêu dùng trong tỉnh. Phát huy vai trò, trách nhiệm của Mặt trận và các đoàn thể, tổ chức xã hội, nghề nghiệp, của các cấp, các ngành, lực lượng vũ trang, các cơ quan tuyên truyền, báo chí, trường học, các doanh nghiệp, cán bộ, đảng viên ... trong thực hiện CVD và ưu tiên sử dụng hàng Việt từ 90% trở lên trong mua sắm tài sản công.

3. Tiếp tục đổi mới nội dung, hình thức tuyên truyền về CVD phù hợp với tâm lý, thị hiếu và văn hóa tiêu dùng của người dân địa phương trên địa bàn tỉnh. Chú trọng phát hiện, nhân rộng các tập thể, cá nhân thực hiện tốt CVD ở địa phương, cơ sở; kịp thời đầu tranh, phê phán với các hành vi vi phạm quyền lợi của người tiêu dùng, tâm lý sính hàng ngoại trong xã hội.

4. Tổ chức triển khai thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với CVD theo Quyết định số 634/QĐ-TTg, ngày 29-4-2014 của Thủ tướng Chính phủ; gồm các nội dung như: Truyền thông, quảng bá hàng hoá thương hiệu Việt; xúc tiến thương mại; phát triển hệ thống phân phối hàng Việt; nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh trong lĩnh vực phân phối hàng Việt; nâng cao năng lực kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ người tiêu dùng ...

5. Nâng cao năng lực, hiệu quả tuyên truyền, vận động của ban, ngành, đoàn thể chính trị - xã hội, nghề nghiệp với yêu cầu mỗi tổ chức đều có chương trình, kế hoạch phù hợp với đối tượng tác động của mình; tổ chức biên soạn tài liệu tuyên truyền về CVD theo tinh thần Thông báo Kết luận số 264-TB/TW ngày 31-7-2009 của Bộ Chính trị; Chương trình số 51-CTr/TU ngày 21-4-2014 của Tỉnh ủy.

6. Hướng dẫn và triển khai đưa nội dung CVD vào trong các cấp ủy tổ chức đảng, cơ quan, đơn vị trực thuộc và các trường học tăng cường sự lãnh đạo triển khai hưởng ứng thực hiện CVD ở cơ quan, đơn vị, trường học một cách hợp lý; các ban, ngành, đoàn thể, các tổ chức chính trị - xã hội, nghề nghiệp các cấp tăng cường tuyên truyền, vận động cán bộ, đoàn viên, hội viên và nhân dân ưu tiên mua sắm, tiêu dùng hàng Việt; lồng ghép nội dung thực hiện CVD với

các phong trào thi đua yêu nước ở địa phương, đơn vị và bình xét các danh hiệu thi đua của các tập thể, cá nhân, góp phần xây dựng và hình thành nét đẹp về văn hóa tiêu dùng hàng Việt Nam.

7. Tăng cường chỉ đạo, hướng dẫn, kiểm tra thực hiện CVD; đẩy mạnh công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, sản xuất, mua bán hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm v.v... để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, 90% các cơ sở kinh doanh thương mại bán hàng có niêm yết giá, nguồn gốc, xuất xứ hàng hóa.

8. Chú trọng việc xây dựng và ban hành các cơ chế, chính sách hỗ trợ, khuyến khích các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh phát triển sản xuất kinh doanh, hệ thống dịch vụ phân phối đưa hàng về nông thôn, biên giới, hải đảo để tạo điều kiện cho người tiêu dùng tiếp cận và lựa chọn mua sắm, sử dụng hàng hóa thương hiệu Việt; thực hiện chương trình bình ổn giá thị trường hàng năm gắn với việc thực hiện Cuộc vận động.

9. Thường xuyên kiện toàn BCD, Bộ phận Thường trực CVD tỉnh; xây dựng mô hình về tổ chức và hoạt động ở cấp huyện, xã để triển khai CVD đến địa bàn dân cư, trong đó Ban công tác Mặt trận làm đầu mối, các đoàn thể nông dân, thanh niên, phụ nữ, cựu chiến binh là lực lượng nòng cốt trong công tác tuyên truyền. Nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của BCD Cuộc vận động; xây dựng chương trình, kế hoạch cụ thể triển khai CVD giai đoạn 2019 - 2024 sát với nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Định kỳ sơ kết CVD hàng năm, 3 năm và tổ chức tổng kết CVD giai đoạn mới vào năm 2024.

Trên đây là báo cáo kết quả 10 năm triển khai, thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Kiên Giang và phương hướng, mục tiêu, nhiệm vụ giải pháp thực hiện Cuộc vận động đến năm 2024.

Nơi nhận:

- BCD TWCVD (BC),
- Bộ Nông nghiệp và PTNT (BC),
- Thường trực TU, UBND tỉnh (BC),
- Thành viên BCDT.CVD,
- Các sở, Ban, ngành, đoàn thể tỉnh,
- BTT UB MTTQ VN tỉnh,
- Bộ phận Thường trực CVD tỉnh,
- Lãnh đạo cấp ủy, UBND các huyện, TP,
- BTT UB MTTQ VN các huyện, TP,
- Lưu: VT, BPT, đ/c Thức.

T/M BAN CHỈ ĐẠO
PHÓ BAN THƯỜNG TRỰC



Ngô Phương Vũ
Phó Chủ tịch Ủy ban MTTQ Việt Nam tỉnh