

Số: /BC-UBND

Đa Quyn, ngày tháng 11 năm 2024

BÁO CÁO

Tổng kết 15 năm thực hiện cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" trên địa bàn xã Đa Quyn giai đoạn 2009-2024

Kính gửi: Phòng Kinh tế - Hạ tầng huyện Đức Trọng.

Thực hiện Văn bản số 2575/UBND-VP ngày 24/10/2024 của UBND huyện Đức Trọng về việc thực hiện tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" trên địa bàn huyện giai đoạn 2009-2024.

UBND xã Đa Quyn báo cáo đánh giá kết quả 15 năm thực hiện cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" trên địa bàn xã Đa Quyn như sau:

1. Tình hình triển khai và thực hiện Thông báo Kết luận số 264-TB/TW của Bộ Chính trị; Kết luận số 107-KL/TU ngày 10/4/2015 của ban bí thư; Chỉ thị số 08-CT/TU ngày 28/6/2021 của tỉnh ủy Lâm Đồng

Đảng ủy, UBND xã đã kịp thời ban hành văn bản chỉ đạo¹ thực hiện cuộc vận động sâu rộng đến cả hệ thống chính trị, các tầng lớp nhân dân, các doanh nghiệp về trách nhiệm của các ngành, các cấp, người tiêu dùng trong việc ưu tiên dùng hàng Việt Nam. Các cấp, các ngành, cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp trong xã đều có chương trình, giải pháp phù hợp, thiết thực trong việc triển khai cuộc vận động, thu hút được sự tham gia của các tầng lớp nhân dân, bước đầu thay đổi nhận thức và hành vi trong xã hội về ưu tiên sử dụng hàng hóa Việt Nam.

Hàng năm Mặt trận và tổ chức thành viên xây dựng Kế hoạch thực hiện đã đưa cuộc vận động "người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" vào các phong trào thi đua yêu nước, các cuộc vận động lớn của tổ chức mình; xem đây là một trong những nhiệm vụ trọng tâm và là tiêu chí để xem xét đánh giá chất lượng thi đua hàng năm.

2. Kết quả 15 năm thực hiện Cuộc vận động trên địa bàn (2009-2024):

2.1. Kết quả công tác tuyên truyền về cuộc vận động:

Đảng ủy, UBND xã xác định nhiệm vụ và giải pháp cơ bản thực hiện cuộc vận động là công tác tuyên truyền, vận động nhằm làm cho người tiêu dùng nhận thức đúng khả năng sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp trên địa bàn, chất lượng của sản phẩm, hàng hóa dịch vụ; vận động người tiêu dùng sử dụng hàng Việt Nam khi tiêu dùng cá nhân, coi đó là thể hiện lòng yêu nước, nét đẹp trong văn hóa của người Việt Nam; vận động các cơ quan, đơn vị và tổ chức chính trị - xã hội sử dụng hàng hóa nội địa khi thực hiện mua sắm công; các doanh nghiệp, người sản xuất - kinh doanh khi triển khai các dự án, công trình cần sử dụng nguyên vật liệu, thiết bị sản xuất trong nước.... Tuyên truyền, vận động các doanh

¹ Ban hành 05 công văn, 03 Kế hoạch, ngoại ra còn ban hành lồng ghép nội dung này cùng với các nghị quyết năm, tháng. Trong năm 2022, Đảng ủy tiếp tục ban hành Kế hoạch số 35-KH/ĐU ngày 06/6/2022 về đẩy mạnh tuyên truyền, triển khai thực hiện chỉ thị số 03-CT/TW ngày 19/5/2021 của BBT về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với cuộc vận động "Người VN dùng hàng VN" trong tình hình mới.

nghiệp nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm của mình trong việc nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, xây dựng thương hiệu cho sản phẩm hàng hóa dịch vụ.

Nội dung tuyên truyền, vận động được lồng ghép trong các buổi sinh hoạt, hội nghị sơ kết, tổng kết của Mặt trận và các đoàn thể, lồng ghép trong các buổi họp dân, sinh hoạt thôn, tổ dân phố, gắn thực hiện cuộc vận động với các phong trào thi đua yêu nước, các cuộc vận động thường xuyên của Mặt trận.

Chính quyền, Mặt trận, các tổ chức thành viên luôn có sự phối hợp tuyên truyền qua các phương tiện thông tin đại chúng như: Loa Phát thanh; trang thông tin điện tử, trang fanpage của Mặt trận và đoàn thể...

Nhìn chung, công tác tuyên truyền Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” được chú trọng trên nhiều kênh, nhiều hình thức. Thông qua tuyên truyền, ý thức của người tiêu dùng trên địa bàn đã có nhiều chuyển biến; người tiêu dùng đã từng bước nhận thức đúng đắn, tin tưởng hơn vào khả năng sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam và chất lượng của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của Việt Nam. Các cơ quan, đơn vị và tổ chức chính trị - xã hội sử dụng hàng hóa nội địa khi thực hiện mua sắm công; các doanh nghiệp, người sản xuất - kinh doanh khi triển khai các dự án, công trình đã nâng cao tỷ lệ sử dụng nguyên vật liệu, thiết bị sản xuất trong nước. Các doanh nghiệp dịch vụ đã chú trọng tuyên truyền quảng cáo sản phẩm, tổ chức nhiều buổi hội chợ giảm giá thành, khuyến mãi cho người tiêu dùng hàng Việt Nam.

2.2. Kết quả về công tác quản lý chính quyền và hoạt động của các doanh nghiệp trong thực hiện Cuộc vận động gắn với 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”:

- Các ban ngành, đoàn thể, cơ quan, đơn vị trên địa bàn xã đã có nhiều nỗ lực, sáng tạo trong triển khai thực hiện cuộc vận động và thu được nhiều kết quả đáng khích lệ. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến và hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” đến các doanh nghiệp, hộ gia đình trên địa bàn, đó là tập trung sản xuất, kinh doanh hàng hóa và dịch vụ có chất lượng tốt, đảm bảo đúng yêu cầu với giá thành cạnh tranh.

Các doanh nghiệp huyện, tỉnh đưa hàng bình ổn giá về nông thôn, triển khai phương án bình ổn thị trường các mặt hàng thiết yếu đến các cấp. Sử dụng có hiệu quả các kênh thông tin; đồng thời, phối hợp với các ngành, địa phương và cơ quan truyền thông phát động phong trào hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên tiêu dùng hàng Việt Nam”, làm tốt công tác quản lý chất lượng hàng hóa trong địa phương bảo vệ lợi ích người tiêu dùng về hàng hóa sản phẩm của Việt Nam.

Trong 15 năm qua, địa phương đã thành lập được 02 HTX nông nghiệp tại thôn Toa Cát và thôn Chợ Ré, 01 Tổ hợp tác dâu tằm thôn Chợ Rung.

Nhìn chung, trên địa bàn xã trong 15 năm qua không có hiện tượng tăng giá bất hợp lý, nhất là các mặt hàng thiết yếu, đảm bảo bình ổn giá thị trường, chất lượng hàng hóa đảm bảo, người dân lựa chọn và thực hiện cam kết bảo vệ người tiêu dùng.

- Về công tác chống buôn lậu, hàng giả: Trong 15 năm qua, chưa phát hiện hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ trên địa bàn; địa phương thường xuyên kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm, nhằm bảo vệ hàng

hóa sản xuất trong nước, tạo sự cạnh tranh lành mạnh trên thị trường.

- Tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân về tầm quan trọng của việc đảm bảo điều kiện VSATTP trong các khâu: nuôi, trồng, thu gom, bảo quản, chế biến để tạo ra sản phẩm hàng hoá đạt chất lượng phục vụ cho tiêu dùng; từ đó, nâng cao chất lượng hàng hoá nông sản địa phương, góp phần thực hiện tốt cuộc vận động. Kiểm tra điều kiện VSATTP của sơ sở, phát hiện kịp thời sản phẩm nông sản, thủy sản không đảm bảo chất lượng để có biện pháp hướng dẫn khắc phục. Tổ chức giám sát và chứng nhận chất lượng hàng hoá tiêu thụ nội địa, nghiêm túc thực hiện việc mua, nhập (đầu vào) máy móc, vật tư, thiết bị, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, giống cây, con... bằng nguồn sản xuất trong nước có đăng ký, kiểm định theo quy định, nếu các hàng hoá vật tư sản phẩm trong nước.

2.3. Kết quả lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp uỷ đảng, sự phối hợp giữa chính quyền với Mặt trận và các đoàn thể các cấp trong quá trình triển khai Cuộc vận động:

T Thực hiện thông báo kết luận 264-TB/TW của Bộ Chính trị; Kết luận số 107-KL/TU ngày 10/4/2015 của ban bí thư; Chỉ thị số 08-CT/TU ngày 28/6/2021 của tỉnh ủy lâm đồng, Ban Thường vụ Đảng uỷ đã lãnh đạo thực hiện cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", cấp ủy, Mặt trận, các đoàn thể, các ngành, các tầng lớp nhân dân đã nghiêm túc quán triệt triển khai xây dựng kế hoạch và tích cực triển khai thực hiện; UBND xã đã tăng cường chỉ đạo triển khai thực hiện cuộc vận động, chỉ đạo, giao trách nhiệm cho các thôn, bộ phận triển khai thực hiện: Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền vận động để người tiêu dùng trong xã hiểu biết, đánh giá đúng về chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, tiếp tục thực hiện các giải pháp thích hợp để khuyến khích và vận động nhân dân sử dụng hàng Việt Nam. Các cơ quan, đơn vị, tổ chức chính trị - xã hội nhận thức đúng yêu cầu của cuộc vận động sử dụng mua sắm trang bị, hàng hóa sản phẩm Việt Nam.

Tuyên truyền vận động các doanh nghiệp nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh.

Đa dạng hóa các hoạt động tuyên truyền cổ động, các cơ quan tuyên truyền, và đẩy mạnh công tác thông tin truyền thông một cách phong phú, đa dạng đến các tầng lớp nhân dân và doanh nghiệp.

Tạo điều kiện thuận lợi khuyến công, khuyến thương cho các doanh nghiệp phát triển sản xuất, nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hàng hóa, sản phẩm và tổ chức tốt các kênh phân phối đưa hàng Việt về phục vụ rộng rãi.

Sau 15 năm triển khai thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo cụ thể, kịp thời của cấp ủy đảng, sự phối hợp chặt chẽ của các cấp chính quyền và sự thống nhất hành động của các tổ chức thành viên, nên công tác triển khai, thực hiện cuộc vận động đã được đẩy mạnh và đạt được một số kết quả đáng phấn khởi, góp phần nâng cao ý thức, niềm tự hào, tự tôn dân tộc của các tầng lớp nhân dân, nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, doanh nghiệp, hàng hóa Việt Nam trên địa bàn. Cuộc vận động đã huy động được các cấp, các ngành, các tổ chức chính trị - xã hội vào cuộc, tạo sự chuyển biến sâu rộng trong các tầng lớp nhân dân trên địa bàn xã.

2.4. Kết quả về nhận thức và hành động của người tiêu dùng:

Qua 15 năm thực hiện, cuộc vận động đã tạo điều kiện thuận lợi cho nền sản

xuất trong xã, cho hoạt động và phát triển của các doanh nghiệp trên địa bàn. Các doanh nghiệp hợp tác xã đã ý thức được ý nghĩa của chương trình “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” là một “cơ hội vàng” để nâng cao uy tín thương hiệu đối với người tiêu dùng, đem lại cơ hội sản xuất - kinh doanh tại thị trường nội địa. Sản phẩm, hàng hoá hiện nay đã được cải thiện đáng kể về mẫu mã, chất lượng trên cơ sở ứng dụng công nghệ hiện đại, sản xuất theo các tiêu chuẩn quốc tế để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Trong 15 năm thực hiện cuộc vận động, ý thức của người tiêu dùng đã có những chuyển biến ban đầu, người tiêu dùng đã từng bước nhận thức đúng đắn hơn khả năng sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam và chất lượng của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ Việt Nam, tâm lý một bộ phận người tiêu dùng đã có sự thay đổi, phong cách tiêu dùng mới từng bước được xây dựng. Các chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, chương trình khuyến mãi, hội chợ, triển lãm... đã giúp cho người tiêu dùng trên địa bàn xã, huyện được tiếp cận trực tiếp với thương hiệu, doanh nghiệp Việt, có đủ thông tin để so sánh, đánh giá, tránh hàng giả, hàng nhái, hàng nhập lậu và tạo điều kiện cho hàng Việt Nam phát triển.

3. Đánh giá tổng quát kết quả sau 15 năm thực hiện Cuộc vận động:

3.1. Những ưu điểm và những hạn chế:

*** Ưu điểm:**

- Việc lãnh đạo, chỉ đạo của cấp ủy Đảng, chính quyền, Mặt trận, các đoàn thể xã luôn được quan tâm, hỗ trợ kịp thời, trách nhiệm cao, xây dựng triển khai các kế hoạch đồng bộ và có sự phối hợp chặt chẽ để thực hiện cuộc vận động.

- Công tác tuyên truyền, vận động được đẩy mạnh, góp phần nâng cao nhận thức, làm thay đổi hành vi mua sắm, tiêu dùng trong các tầng lớp nhân dân; khơi dậy được lòng tự hào, tự tôn dân tộc từ đó có những tác động chuyển biến tiến bộ đối với các doanh nghiệp, nhà sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và người tiêu dùng trên địa bàn xã.

- Một số doanh nghiệp trên địa bàn đã nỗ lực tạo ra những sản phẩm chiếm được lòng tin của người tiêu dùng, đáp ứng một phần nhu cầu tiêu dùng trong nhân dân, tạo việc làm cho người lao động, góp phần thực hiện chính sách an sinh xã hội trên địa bàn.

- Cuộc vận động đã tạo điều kiện để thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, góp phần ổn định tình hình an ninh chính trị, an toàn xã hội trong quá trình hội nhập kinh tế, quốc tế.

*** Hạn chế:**

- Công tác thực hiện cuộc vận động tại địa phương chưa chủ động, mạnh dạn.

- Một số tổ chức, cơ quan, doanh nghiệp, người dân chưa nghiêm túc thực hiện tinh thần nội dung của Cuộc vận động.

- Tại các hàng quán trên địa bàn xã, qua kiểm tra vẫn còn bày bán hàng hết hạn sử dụng, hàng nhái, hàng kém chất lượng.

3.2. Nguyên nhân của những ưu điểm, hạn chế:

- Cuộc vận động đã triển khai sâu rộng nhưng chưa có tính thuyết phục và đồng bộ giữa các cấp, các ngành, địa phương, doanh nghiệp.

- Chưa có cơ chế cụ thể, nhất là kinh phí và các điều kiện phục vụ việc triển khai cuộc vận động đối với các sở nên kết quả triển khai thực hiện còn hạn chế.

- Các cơ chế, chính sách, giải pháp trong quản lý nhà nước để tạo môi trường thuận lợi cho hàng Việt Nam được đưa đến người tiêu dùng, nhất là vùng sâu, vùng xa chưa thực hiện tốt.

3.3. Bài học kinh nghiệm:

- Sự lãnh đạo, chỉ đạo của cấp ủy Đảng, chính quyền có vai trò quan trọng trong việc thực hiện Cuộc vận động, cùng với sự chỉ đạo kịp thời, hướng dẫn cụ thể của MTTQ và các đoàn thể chính trị - xã hội là cơ sở để cuộc vận động mang lại kết quả tích cực.

- Nhân dân là lực lượng nòng cốt trong việc thực hiện Cuộc vận động, cần phải tiếp tục tuyên truyền, vận động với nhiều hình thức phong phú, đa dạng để người dân chuyển đổi hành vi từ việc thích dùng hàng ngoại sang tích cực dùng hàng Việt Nam với tiêu chí “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

- Tuyên truyền là khâu quan trọng trong quá trình triển khai thực hiện cuộc vận động. Đây là bước tác động đến ý thức của cán bộ và nhân dân, hình thành nhận thức chung về cuộc vận động. Kết hợp nhiều hình thức tuyên truyền như tuyên truyền miệng, tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng, tổ chức các buổi hội nghị, các buổi tập huấn, tọa đàm...

- Việc tổ chức lễ phát động “Người Việt dùng hàng Việt” thường xuyên cũng đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc tác động trực tiếp đến người dân, khơi dậy lòng yêu nước, tính dân tộc của người Việt Nam.

- Phát huy vai trò giám sát việc triển khai, thực hiện Cuộc vận động ở các cơ quan, đơn vị. Tích cực tham mưu chỉ đạo, hướng dẫn, kiểm tra, sơ, tổng kết việc thực hiện Cuộc vận động; kịp thời khen thưởng những tập thể, cá nhân có thành tích xuất sắc trong việc thực hiện Cuộc vận động; rút ra nguyên nhân, bài học kinh nghiệm trong triển khai thực hiện Cuộc vận động.

4. Phương hướng, nhiệm vụ, giải pháp đẩy mạnh thực hiện cuộc vận động:

- Tăng cường sự lãnh đạo của cấp ủy Đảng, chính quyền các cấp, phát huy vai trò của Mặt trận và các tổ chức thành viên. Đưa việc thực hiện cuộc vận động là một trong những nhiệm vụ quan trọng của các cấp, các ngành, mỗi địa phương, đơn vị và trách nhiệm của cán bộ, đoàn viên, công chức, viên chức. Tiếp tục tuyên truyền, triển khai thực hiện 04 nhiệm vụ và giải pháp thực hiện cuộc vận động theo tinh thần Thông báo kết luận số 264-TB/TW ngày 31/7/2009 của Bộ Chính trị. Nâng cao vai trò trách nhiệm của các cấp, các ngành, các cơ quan đơn vị, Mặt trận, các đoàn thể, doanh nghiệp và người tiêu dùng trong thực hiện cuộc vận động.

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục sâu rộng trong nhân dân ý chí tự lực tự cường, tự tôn dân tộc, xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam, sản xuất ra nhiều hàng hóa Việt Nam có chất lượng, có sức cạnh tranh cao, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

- Vận động, khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa sản xuất hàng Việt Nam, quảng bá hàng hoá, thương hiệu, sản phẩm trên các kênh.

Đẩy mạnh việc xúc tiến thương mại, tạo thêm cơ hội tiếp cận thị trường cho các sản phẩm, hàng hóa Việt Nam, từng bước xây dựng thương hiệu hàng hóa, thương hiệu doanh nghiệp Việt Nam như: Tổ chức hội chợ, triển lãm, quảng bá thương hiệu, hội thảo, xúc tiến thương mại, mở rộng mạng lưới đưa hàng về vùng nông thôn vùng sâu, vùng xa, để phục vụ nhân dân, nhất là dịp Tết cổ truyền dân

tộc.

- Phối hợp với các ngành chức năng tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát việc chấp hành các quy định về đăng ký kinh doanh, mẫu mã, nhãn hiệu hàng hoá, chất lượng hàng hoá sản phẩm, niêm yết giá, tăng cường công tác chống buôn lậu và gian lận thương mại, sản xuất hàng giả, hàng nhái, hàng không đảm bảo để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng an toàn vệ sinh thực phẩm...

- Tiếp tục xác định cải cách thủ tục hành chính là nhiệm vụ ưu tiên và phải tạo ra bước đột phá, thiết lập được khung khuôn khổ thể chế (quy trình, tiêu chí, cơ cấu tổ chức, năng lực của các cơ quan có liên quan...). Kiểm soát được chất lượng của văn bản mới ban hành, tiếp tục rà soát lại những bất hợp lý của các văn bản cũ để có sửa đổi thích hợp tạo điều kiện cho doanh nghiệp hoạt động lành mạnh đúng pháp luật và thuận lợi.

- Duy trì và nâng cao chất lượng công tác tổ chức các cuộc gặp mặt, đối thoại với doanh nghiệp nhằm kịp thời trao đổi thông tin, tháo gỡ vướng mắc, khó khăn trong hoạt động đầu tư, sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp. Đẩy mạnh công tác liên kết doanh nghiệp qua các hoạt động giao lưu, tiếp xúc giữa các hiệp hội doanh nghiệp trong và ngoài địa phương.

- Nâng cao chất lượng hiệu quả hoạt động của Ban Chỉ đạo cuộc vận động, phát huy vai trò chủ động tích cực cho mỗi thành viên Ban Chỉ đạo trên cơ sở phối hợp nhịp nhàng, tương trợ tích cực vào việc thực hiện mục tiêu, nội dung của cuộc vận động.

5. Kiến nghị, đề xuất: Không có.

Trên đây là báo cáo báo cáo kết quả 15 năm thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn xã Đa Quyn./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- TT ĐU-HĐND xã;
- CT, PCT UBND xã;
- Lưu: VT, VP.

**KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**

Ka Să K' Huêll