

BÁO CÁO

Tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và sơ kết 03 năm thực hiện Chỉ thị 14-CT/TU ngày 28/10/2021 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy

Thực hiện Công văn số 3084/UBND ngày 15/11/2024 của UBND huyện Sơn Tây về việc báo cáo tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và sơ kết 03 năm thực hiện Chỉ thị số 14-CT/TU ngày 28/10/2021 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy. UBND xã Sơn Bua báo cáo kết quả triển khai thực hiện cuộc vận động như sau:

I. Tình hình triển khai thực hiện:

Sau hơn 03 năm triển khai thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, UBMTTQVN các cấp, các ngành, cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp trong huyện 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, thực hiện theo sự lãnh chỉ đạo của UBND huyện Sơn Tây và phối hợp với Mặt trận TQVN xã đã triển khai có hiệu quả cuộc vận động, tập trung đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền, quán triệt sâu sắc 4 nhiệm vụ và giải pháp thực hiện Cuộc vận động theo tinh thần Thông báo Kết luận số 204-TB/TW của Bộ Chính trị, vận động trong các tầng lớp nhân dân nhằm xây dựng văn hóa, thói quen tiêu dùng hàng Việt Nam gắn với thực hiện các chương trình phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và triển khai các giải pháp thực hiện Nghị quyết 11/NQ-CP của Chính phủ về giải pháp chủ yếu kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, bảo đảm an sinh xã hội.

II. Kết quả triển khai cuộc vận động:

1. Kết quả tuyên truyền về cuộc vận động:

Trong công tác tuyên truyền, vận động, Mặt trận các cấp thường xuyên quán triệt mục đích, ý nghĩa và nội dung cuộc vận động đến các ngành, cơ quan, doanh

nghiệp và các tầng lớp nhân dân trên địa bàn xã. Nhất là UBND xã, đơn vị đóng trên địa bàn xã nhằm nêu cao vai trò trách nhiệm gương mẫu của cán bộ ưu tiên sử dụng hàng hóa thương hiệu Việt trong mua sắm tài sản công cũng như tiêu dùng cá nhân.

Thường xuyên phối hợp với các đoàn thể xã tuyên truyền, vận động được lồng ghép trong các buổi họp dân, sinh hoạt thôn, sinh hoạt của các tổ chức đoàn thể, hội nghị tập huấn,... gắn với việc thực hiện cuộc vận động với các phong trào thi đua yêu nước, các cuộc vận động thường xuyên của Mặt trận. Thông qua công tác tuyên truyền người tiêu dùng đã có nhận thức ưu tiên mua sắm hàng Việt. Các ban, ngành, các đơn vị trên địa bàn xã khi trang bị, mua sắm tài sản công đã ưu tiên lựa chọn những sản phẩm hàng hóa, dịch vụ là hàng sản xuất tại Việt Nam. Các tầng lớp nhân dân tích cực tham gia hưởng ứng cuộc vận động, ưu tiên mua sắm, sử dụng hàng hóa thương hiệu Việt.

2. Công tác quản lý Nhà nước và hoạt động của các doanh nghiệp trong thực hiện cuộc vận động:

- UBND xã đã phối hợp với Phòng kinh tế hạ tầng huyện và các đơn vị liên quan đã có nhiều nỗ lực, sáng tạo trong triển khai thực hiện cuộc vận động và thu được nhiều kết quả đáng khích lệ. Các hoạt động hưởng ứng cuộc vận động đã được triển khai đồng bộ trên các lĩnh vực như: thông tin tuyên truyền; rà soát, bổ sung, ban hành cơ chế, chính sách để hỗ trợ sản xuất, định hướng tiêu dùng; hỗ trợ các doanh nghiệp trên địa bàn tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, đổi mới công tác quản lý, các hoạt động quản lý hàng hóa,... Ban vệ sinh an toàn thực phẩm đã làm tốt công tác kiểm tra hàng không đảm bảo chất lượng, không rõ nguồn gốc, hết hạn sử dụng lưu hành trên địa bàn, tạo tâm lý yên tâm cho người tiêu dùng.

- Trên địa bàn có 2 HTX, các Tập hóa là các kênh phân phối sản phẩm nhằm tiếp cận gần hơn với người tiêu dùng và ngày càng phát huy vai trò, trách nhiệm của mình trong việc nâng cao chất lượng. Sức cạnh tranh của sản phẩm hàng hóa, dịch vụ, đồng thời giúp người tiêu dùng hiểu rõ hơn về quyền lợi của mình. Thông qua các ngày lễ lớn, tết Nguyên Đán, nhiều tổ chức, mạnh thường quân đã chủ động, tích cực đưa hàng về nông thôn. Trong 3 năm các HTX đã tham gia quản bá sản phẩm và giao lưu học hỏi 05 đợt hội chợ trong và ngoài tỉnh. Việc tổ chức quảng bá hàng Việt Nam chất lượng cao thực hiện tốt, đa dạng về mẫu mã, giá cả phù hợp tạo được sự đồng tình và hưởng ứng của người tiêu dùng.

3. Kết quả lãnh, chỉ đạo của các cấp ủy Đảng, sự phối hợp giữa chính quyền với Mặt trận và các đoàn thể trong quá trình triển khai cuộc vận động:

Được sự quan tâm chỉ đạo của các cấp ủy Đảng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” đã ngày càng triển khai đồng bộ, nhân ra diện rộng và dần dần đi vào chiều sâu. Cùng với sự phối hợp giữa chính quyền địa phương và đoàn thể các cấp, đưa cuộc vận động trở thành một trong những nội dung, nhiệm vụ trọng tâm thường. Các đoàn thể, tổ chức thành viên đã tổ chức tuyên truyền nội dung cuộc vận động đến hàng chục nghìn đoàn viên, hội viên và các tầng lớp nhân dân nắm rõ chủ trương và tích cực hưởng ứng cuộc vận động. Nội dung tuyên truyền được các đoàn thể, tổ chức thành viên lồng ghép vào các phong trào thi đua như: Hội phụ nữ gắng thực hiện cuộc vận động với phong trào “Phụ nữ cả nước thực hiện vệ sinh an toàn thực phẩm vì sức khỏe gia đình và cộng đồng”, “Gia đình 5 không, 3 sạch”; Hội nông dân phát động đăng ký thi đua thực hiện cuộc vận động gắn với phong trào “Nông dân sản xuất giỏi”, đoàn thanh niên phát động chương trình “Thanh niên Việt Nam đồng hành cùng Việt Nam”,... thu hút được một số lượng lớn đoàn viên, thanh niên, hội viên đăng ký cam kết tham gia thực hiện cuộc vận động.

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

Sau 03 năm triển khai thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, trên địa bàn mẫu mã, chất lượng hàng Việt ngày càng được nâng lên. Đến nay, nhận thức và thói quen của người tiêu dùng hàng Việt trên địa bàn xã đã có nhiều thay đổi đáng kể. Trên địa bàn xã hàng Việt ngày càng được ưa chuộng, nhất là người tiêu dùng vùng nông thôn. Qua thời gian triển khai thực hiện cuộc vận động, thực tế đã chứng minh, sức tiêu thụ hàng Việt ở nông thôn trở nên sôi động hơn, tâm lý tiêu dùng hàng nội đã trở thành thói quen của người dân. Người dân nông thôn chủ yếu thu nhập thấp, cuộc sống còn nhiều khó khăn, trong khi đó hàng ngoại chất lượng tốt thì giá quá đắt, một số mặt hàng giá thấp thì chất lượng không đảm bảo nên hàng Việt vẫn là sự lựa chọn phù hợp của người tiêu dùng. Cùng với đó sự đa dạng hàng hóa cũng là nguyên nhân chính thu hút người tiêu dùng đối với hàng Việt. Cuộc vận động đã tạo được bước chuyển biến tích cực và có sự lan tỏa đến mọi người dân.

II. Đánh giá chung:

1. Ưu điểm:

- Cuộc vận động đã phần nào làm thay đổi nhận thức và hành vi của người tiêu dùng và người sản xuất; Một bộ phận lớn cán bộ, đảng viên và nhân dân đã nhận thực được một cách cơ bản về lợi ích của việc dùng hàng nội địa.

- Thông qua cuộc vận động chất lượng hàng Việt Nam ngày càng được chú trọng hơn về chất lượng và mẫu mã, lợi ích của người tiêu dùng cũng được quan tâm, đảm bảo hơn.

- Cuộc vận động tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh và sự phát triển của các doanh nghiệp.

- 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.

2. Tồn tại và nguyên nhân:

- Cuộc vận động đã triển khai sâu rộng, nhưng chưa có tính thuyết phục và đồng bộ giữa các ban, ngành, đơn vị trên địa bàn.

- Một số đơn vị, doanh nghiệp Nhà nước và một bộ phận nhân dân chưa nghiêm túc thực hiện tinh thần, nội dung cuộc vận động.

- Một số thôn cuộc vận động còn mang tính hình thức, riêng lẻ, độc lập, chưa gắn kết nên chưa phát huy hết sức mạnh của các địa bàn thôn.

3. Bài học kinh nghiệm:

- Tuyên truyền là khâu quan trọng trong quá trình triển khai thực hiện cuộc vận động. Đây là bước đầu tác động đến ý thức của cán bộ và nhân dân, hình thành nhận thức chung về cuộc vận động, từ đó định hướng hành động theo phương châm, mục đích đề ra.

- Việc tổ chức lễ phát động cũng đóng vai trò hết sức quan trọng.

- Kết hợp nhiều hình thức tuyên truyền như: tuyên truyền miệng, tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng, tổ chức các cuộc thi, tuyên truyền qua Hội nghị, các buổi tập huấn,...

III. Phương hướng, nhiệm vụ, giải pháp đẩy mạnh thực hiện cuộc vận động trong thời gian tới:

1. Phương hướng, nhiệm vụ, giải pháp:

- Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền và tổ chức thực hiện tốt cuộc vận động trong các ngành, cơ quan, doanh nghiệp và các tầng lớp nhân dân trên địa bàn xã; tăng cường công tác vận động cán bộ, đảng viên, đoàn viên, hội viên trong hệ thống chính trị gương mẫu, tự giác thay đổi nhận thức và hành vi trong mua sắm tài sản công, sinh hoạt và tiêu dùng hàng ngày, tạo thói quen khi mua sắm, tiêu dùng;

ưu tiên sử dụng các loại hàng hóa, sản phẩm, dịch vụ có chất lượng do các doanh nghiệp, nhà sản xuất ở địa phương làm ra góp phần làm cho cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” thật sự thiết thực và hiệu quả.

- Tiếp tục tuyên truyền, triển khai thực hiện bốn 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. về tổ chức cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và Kết luận số 107-KL/TW của Ban Bí thư về tiếp tục tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với việc thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và và Chỉ thị số 14- CT/TU ngày 28/10/2021 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy. Nâng cao vai trò, trách nhiệm của các cấp, các ngành, các cơ quan đơn vị, mặt trận, các đoàn thể, các doanh nghiệp và người tiêu dùng trong thực hiện cuộc vận động. Tăng cường công tác hướng dẫn, kiểm tra hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo tiêu chuẩn....

- Phối hợp nhịp nhàng với Mặt trận Tổ quốc, các đoàn thể chính trị - xã hội, các doanh nghiệp trong việc tuyên truyền, vận động nâng cao nhận thức trong cả hệ thống chính trị và cả tầng lớp nhân dân tích cực tham gia hưởng ứng và góp phần thực hiện có hiệu quả cuộc vận động.

- Phối hợp với các ngành chức năng, các doanh nghiệp trên địa bàn xã tham gia các Hội chợ, các hoạt động trưng bày sản phẩm, thường xuyên kết nối các doanh nghiệp có nhu cầu đưa hàng Việt về nông thôn, vùng sâu, vùng xa để phục vụ nhân dân, phát động tháng cao điểm Cuộc vận động với nhiều hoạt động tuyên truyền, quảng bá, tổ chức các đợt khuyến mại, giảm giá thành sản phẩm... để kích thích sản xuất và tiêu dùng.

- Tăng cường tổ chức công tác tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng trên đài truyền thanh xã về cuộc vận động.

2. Kiến nghị, đề xuất:

Hiện nay hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng đang trôi nổi rất nhiều trên thị trường, đó là vấn đề nhức nhối trong xã hội. Hệ lụy tiêu cực mang lại cho xã hội không nhỏ làm ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng, làm giảm uy tín của nhà sản xuất chân chính, điển hình như đồ ăn, đồ uống thuốc chữa bệnh, kể cả phân bón, thuốc trừ sâu..._chưa có giải pháp giải quyết triệt để, tận gốc.

Đề nghị các ngành chức năng cần sớm hoàn thiện các quy định của pháp luật, có chế tài mạnh mẽ, đồng thời giao nhiệm vụ rõ ràng cho các cơ quan thực thi pháp luật, có làm được như vậy thì mới dần dần đẩy lùi được các hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng trên địa bàn.

Trên đây là báo cáo Tổng kết 15 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và sơ kết 03 năm thực hiện Chỉ thị 14-CT/TU ngày 28/10/2021 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy. UBND xã Sơn Bua kính báo cáo./.

Nơi nhận:

- UBND huyện;
- Phòng Kinh tế và Hạ tầng huyện;
- TT Đảng uỷ xã;
- TT HĐND xã;
- CT, các PCT UBND xã;
- Mặt trận và các đoàn thể xã;
- Các đơn vị sự nghiệp y tế, giáo dục;
- Lưu VT.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Đinh Thị Riết