

BÁO CÁO

Về việc tổng kết Kế hoạch triển khai thực hiện đề án triển khai thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2015-2020

Theo đề nghị của Sở Công Thương tại Công văn số 1129/SCT-QLTM ngày 21/6/2021 về việc báo cáo tổng kết Kế hoạch triển khai thực hiện đề án triển khai thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2015-2020 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi. UBND huyện Lý Sơn báo cáo nội dung sau:

I. Đánh giá tình hình triển khai Kế hoạch số 5081/KH-UBND ngày 12/11/2015 của UBND tỉnh Quảng Ngãi thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2015-2020 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi.

1. Công tác chỉ đạo, điều hành

Trên cơ sở thực hiện Kế hoạch số 5081/KH-UBND ngày 12/11/2015 của UBND tỉnh Quảng Ngãi thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2015-2020 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi; UBND huyện đã chỉ đạo các cơ quan, đơn vị phối hợp với Ủy ban mặt trận tổ quốc Việt Nam huyện, Ban chỉ đạo cuộc vận động “người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” huyện triển khai thực hiện và tuyên truyền sâu rộng trong tầng lớp nhân dân. Chỉ đạo Trung tâm Truyền thông - Văn hóa - Thể thao xây dựng chuyên mục “tự hào hàng Việt Nam” nhằm tuyên truyền, quảng bá thông tin về cuộc vận động, tuyên truyền bằng hình thức xe lưu động, các hình thức trực quan và in ấn các tài liệu, hình ảnh để tuyên truyền về cuộc vận động “người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”. Chỉ đạo các cơ quan chuyên môn phối hợp, rà soát ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ sản xuất, tiêu dùng trong huyện, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; phối hợp với Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại tổ chức các phiên chợ hàng Việt về Lý Sơn; phối hợp với Đội Quản lý thị trường số 4 thực hiện công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, phát hiện, xử lý nghiêm các hành vi kinh doanh hàng lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Đồng thời tuyên truyền, phổ biến và thực thi pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Nội dung, chương trình, nhiệm vụ đã triển khai

Sau 6 năm triển khai Kế hoạch thực hiện Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam dùng hàng Việt Nam" giai đoạn 2014 – 2020 mang lại hiệu quả tích cực cho sự phát triển kinh tế xã hội giai đoạn

2014 – 2020 trên địa bàn huyện, góp phần duy trì, tăng tỷ trọng hàng Việt Nam tại hệ thống phân phối trong huyện khoảng từ 80% - 90%. Hỗ trợ nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi của người tiêu dùng đối với hàng hóa, dịch vụ Việt Nam thông qua các chương trình truyền thông thường xuyên, liên tục. Thông qua đó đã góp phần bảo đảm cân đối cung cầu, nhất là đối với các mặt hàng thiết yếu.

- Thông qua việc tuyên truyền thường xuyên cuộc vận động, quảng bá cho hàng hóa Việt Nam, Ban chỉ đạo, các ban ngành và địa phương đã thực hiện nhiều chương trình, nhiệm vụ, với khoảng 20 chuyên tin, thiết lập tại các điểm bán hàng, chủ yếu là doanh nghiệp, đại lý, cửa hàng tạp hóa, đặc biệt trong đó đã có hơn 04 hội nghị kết nối cung cầu cho các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh, xây dựng được kênh truyền thông có chuyên mục “Tự hào hàng Việt Nam” thường xuyên tuyên truyền, quảng bá cuộc vận động. Hàng Việt đến nay vẫn chiếm tỷ lệ hơn 80% trong các cơ sở, đại lý, cửa hàng tạp hóa trên địa bàn huyện, tỷ lệ hàng Việt tại các chợ chiếm từ 80% trở lên, trong đó có các mặt hàng Việt Nam có thể mạnh, được nhiều người ưa chuộng. Cuộc vận động được triển khai thường xuyên, đi vào nề nếp, được cấp ủy, chính quyền địa phương, Ban Chỉ đạo cuộc vận động huyện tổ chức một cách sâu rộng, thống nhất, tạo được sự hưởng ứng của các doanh nghiệp, tầng lớp nhân dân trong huyện.

- Tạo điều kiện về cơ chế chính sách, hỗ trợ kiến thức kỹ thuật, tạo môi trường kinh doanh lành mạnh nhằm thúc đẩy doanh nghiệp, các hợp tác xã, các cơ sở sản xuất áp dụng khoa học công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm và tham gia các đợt hội chợ quảng bá, giới thiệu sản phẩm, xây dựng các kênh phân phối tại các tỉnh, thành trong cả nước gắn liền với hoạt động, chương trình cuộc vận động “Người Việt ưu tiên dùng hàng Việt”.

- Phối hợp với Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại tổ chức 10 đợt phiên chợ hàng Việt về Lý Sơn, 06 đợt thực hiện chương trình bình ổn thị trường đưa hàng về Lý Sơn. Thông qua các phiên chợ hàng Việt về Lý Sơn, người tiêu dùng đã nhận thức ưu tiên mua sắm hàng Việt, các cơ quan khi trang bị, mua sắm tài sản công đã ưu tiên lựa chọn những sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ là hàng 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. Đồng thời người tiêu dùng nhận thức rõ hơn về chất lượng, giá cả và dịch vụ của hàng Việt Nam, thói quen tiêu dùng hàng Việt của người dân Lý Sơn đã có nhiều chuyển biến và thay đổi đáng kể. Trên địa bàn huyện hàng Việt ngày càng được ưa chuộng, sức tiêu thụ hàng Việt tại các cửa hàng, đại lý, chợ ... trở nên sôi động hơn, tâm lý tiêu dùng hàng Việt đã được người tiêu dùng bước đầu cảm nhận thói quen và phù hợp với thu nhập của người dân. Sự đa dạng hóa các chủng loại sản phẩm, chất lượng, mẫu mã và giá cả của hàng Việt cũng là nguyên nhân chính thu hút người tiêu dùng. Chính sự đón nhận và ưu tiên dùng hàng Việt đã tác động tích cực đến hoạt động kinh doanh của các loại sản phẩm, dịch vụ, các thương nhân trên địa bàn huyện cũng đã chú trọng ưu tiên kinh doanh các mặt hàng nội, các kênh phân phối (bán buôn, bán lẻ) không ngừng mở rộng kinh doanh các chủng loại hàng hóa dịch vụ mang thương hiệu Việt.

- Phối hợp với Đội Quản lý thị trường số 4 tổ chức các đợt triển khai thực hiện công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, hướng dẫn kiểm tra, kiểm soát việc chấp hành và thực hiện các quy định của pháp luật trong hoạt động kinh doanh thương mại, lưu thông hàng hóa, dịch vụ thương mại, chống đầu cơ, găm hàng, tung tin thất thiệt, tăng giá quá mức, không niêm yết giá và bán không đúng niêm yết giá, các hành vi gian lận thương mại và vi phạm pháp luật thương mại khác. Qua đó, đã phối hợp thực hiện 20 đợt kiểm tra, kiểm soát theo kế hoạch, chuyên đề; 05 đợt kiểm tra, kiểm soát đột xuất; phát hiện, xử lý 08 trường hợp vi phạm an toàn thực phẩm, 16 trường hợp vi phạm trong hoạt động kinh doanh thương mại.

3. Những thuận lợi, khó khăn, vướng mắc

3.1. Thuận lợi

- Nhìn chung các cơ quan, ban ngành, hội đoàn thể đã nghiêm túc thực hiện chủ trương của Bộ Chính trị về cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” đã được sự đồng tình hưởng ứng của người dân, cán bộ, công chức, viên chức trong từng cơ quan, đơn vị, ban ngành.

- Công tác tuyên truyền được triển khai đồng bộ, phối hợp nhịp nhàng của các cơ quan, đơn vị, việc tích cực triển khai với nhiều hình thức phong phú đã góp phần vào kết quả của cuộc vận động.

3.2. Khó khăn, vướng mắc

Mặc dù đã đạt được những kết quả tích cực, thiết thực đối với hoạt động tiêu dùng và sản xuất, kinh doanh hàng Việt, song cuộc vận động vẫn còn gặp nhiều khó khăn, thách thức trong quá trình triển khai, dẫn đến một số hạn chế cho doanh nghiệp khi triển khai phát triển sản xuất gắn với chương trình vận động để dùng đó làm đòn bẩy cho việc sản xuất kinh doanh. Do chưa được triển khai đồng bộ cùng với việc nâng cao chất lượng hàng Việt và quán triệt những hành vi lừa đảo, tình trạng hàng giả, hàng kém chất lượng lợi dụng trà trộn vào hàng Việt Nam chất lượng tốt. Đây là nguyên nhân chính dẫn đến tâm lý chưa thực sự tin tưởng sản phẩm, cũng như doanh nghiệp phân phối. Những hạn chế dẫn đến việc triển khai cuộc vận động chưa hiệu quả đó là:

- Ban chỉ đạo Cuộc vận động chưa chủ động tham mưu, đề xuất với cấp ủy, cùng với đó là các hiệp hội ngành nghề chưa phát huy được tối đa vai trò của mình trong việc triển khai Cuộc vận động, nên dẫn đến việc chỉ đạo không được thực hiện chặt chẽ giữa các ban ngành, địa phương.

- Do việc thiếu đồng bộ và chậm thay đổi trong việc đưa khoa học công nghệ vào sản xuất nâng cao chất lượng hàng Việt. Hay việc đưa công nghệ truy xuất nguồn gốc quét mã QR chưa được rộng rãi, hoặc việc quét mã cũng chưa cung cấp đủ thông tin mang lại sự tin tưởng cho hàng Việt. Tình trạng hàng giả, hàng nhái, hàng nhập lậu, hàng kém chất lượng, không đảm bảo an toàn diễn ra ở nhiều nơi, đặc biệt trong thời kỳ bùng nổ thương mại điện tử rộng khắp, thành phần tham gia mua bán đông đảo, khó nắm bắt, dẫn đến công tác quản lý gặp nhiều khó khăn trong kiểm soát chất lượng hàng hóa. Tất cả những lý do trên, nhiều mặt hàng Việt nam chưa thực sự tạo độ tin tưởng cho người tiêu dùng Việt về chất lượng và độ an

toàn, cũng như mẫu mã, giá cả, tiêu chuẩn của nhiều sản phẩm chưa thể cạnh tranh được với hàng nhập khẩu. Đây là những hạn chế ảnh hưởng nghiêm trọng trong việc khai thác tối đa hiệu quả của cuộc vận động Người Việt dùng hàng Việt vào sự phát triển thị trường trong nước.

4. Bài học kinh nghiệm

Mặc dù đánh giá là cuộc vận động có những chuyển biến nhất định trong nhận thức của người tiêu dùng, song để cho thói quen tiêu dùng này thực sự “ăn sâu, bám rễ” vào từng người thì cần phải xây dựng được một hệ thống phân phối xuống tận khu dân cư và từng hộ gia đình. Công tác tuyên truyền đi đôi với hành động, phải thuyết phục người tiêu dùng không chỉ thông qua sản phẩm, mà ý nghĩa của việc tiêu thụ sản phẩm, nhằm mục đích an sinh xã hội, mục tiêu góp phần phát triển quê hương, đất nước. 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 người tiêu dùng để người tiêu dùng cảm nhận đến giá trị sản phẩm và lợi ích của nó.

II. Phương hướng, đề xuất nội dung triển khai giai đoạn 2021-2025

1. Đề xuất, kiến nghị

- Hiện nay hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng đang trôi nổi rất nhiều trên thị trường, để lại hệ lụy tiêu cực không nhỏ cho xã hội, làm ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng, uy tín của nhà sản xuất, kinh doanh chân chính nên công tác vận động gặp nhiều khó khăn trong quá trình tổ chức vận động. Kiến nghị các ngành chức năng liên quan cần tăng cường hơn nữa trong việc kiểm tra, giám sát thị trường, ngăn chặn các hành vi tiêu cực trong sản xuất, kinh doanh, tạo lòng tin cho người tiêu dùng khi sử dụng sản phẩm.

- Để cuộc vận động có hiệu quả hơn nữa trong thời gian tới, đề nghị Ban chỉ đạo cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” huyện cần tăng cường hơn nữa trong việc tổ chức các chiến dịch hưởng ứng cuộc vận động bằng nhiều hình thức, vận động các doanh nghiệp tích cực tham gia các hoạt động đưa hàng Việt về với nông thôn, có chính sách khuyến khích, hỗ trợ, khuyến mãi, hoặc giảm giá sản phẩm, dịch vụ, qua đó kích thích nhu cầu tiêu dùng của người dân.

- Đề nghị Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại chỉ đạo các doanh nghiệp tham gia phiên chợ hàng Việt về Lý Sơn phải cung cấp các mặt hàng có chất lượng và phong phú, nhiều mặt hàng để đáp ứng nhu cầu mua sắm của người dân.

2. Các giải pháp nhằm triển khai giai đoạn 2021-2025

- Các cơ quan, ban ngành cần tiếp tục phối hợp, tăng cường triển khai Đề án, lồng ghép các chương trình của Đề án vào nhiệm vụ thường xuyên của đơn vị và các hoạt động xúc tiến thương mại hàng năm; Đề xuất bố trí kinh phí để hỗ trợ tiếp tục triển khai các nhiệm vụ thuộc Đề án. Xây dựng kế hoạch, đề án riêng của huyện dựa trên những đặc trưng kinh tế và sản phẩm địa phương đang cần quan tâm phát triển, gắn liền với việc triển khai cuộc vận động “Người Việt dùng hàng Việt” góp phần mang lại hiệu quả cao hơn trong việc phát triển kinh tế địa phương.

- Tiếp tục tăng cường công tác quản lý thị trường, kiểm tra, kiểm soát chất lượng, giá cả, an toàn vệ sinh thực phẩm của hàng hóa trên thị trường, nhất là kiểm soát chất lượng hàng khuyến mãi, hàng bán tại các hội chợ; tăng cường kiểm tra việc buôn bán phân bón, thuốc bảo vệ thực vật của các cơ sở kinh doanh; Xử lý nghiêm những trường hợp vi phạm pháp luật, buôn bán, tàng trữ hàng giả, hàng nhái, hàng nhập lậu, hàng không rõ nguồn gốc trên địa bàn tỉnh nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và uy tín của các doanh nghiệp, nhà sản xuất hàng nội địa chân chính.

- Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp, nhà sản xuất về thủ tục pháp lý; tiếp tục đẩy mạnh công tác cải cách hành chính, tham mưu các cơ chế, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở sản xuất; tăng cường hướng dẫn về hồ sơ chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm, xây dựng nhãn mác, chỉ dẫn địa lý của các sản phẩm. Trên cơ sở đó các sản phẩm có chất lượng của huyện có điều kiện thâm nhập vào hệ thống các trung tâm thương mại, siêu thị lớn như BigC, Co.opmart, Vingroup..

- Tiếp tục phối hợp với ban ngành tiếp tục triển khai có hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại như hội chợ, triển lãm, tuần lễ hàng Việt Nam, hoạt động kết nối cung cầu cả trực tiếp và trực tuyến. Phát triển đa dạng kết cấu hạ tầng thương mại bao gồm các loại hình chợ truyền thống và các loại hình thương mại hiện đại để hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng.

Trên đây là nội dung báo cáo tổng kết triển khai thực hiện Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam dùng hàng Việt Nam" giai đoạn 2014 – 2020 trên địa bàn huyện Lý Sơn./.

Nơi nhận:

- Sở Công Thương;
- CT, các PCT UBND huyện;
- Phòng Kinh tế và Hạ tầng nông thôn;
- VPH: C, PCVP; CV;
- Lưu: VT.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN

KY. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH



Đặng Tấn Thành