

*

Số 63 -HD/BTGTU

HƯỚNG DẪN
tuyên truyền kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động
“Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”

Sau 10 năm tổ chức Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” đã tạo nên những chuyển biến tích cực về nhận thức và thay đổi hành vi của người tiêu dùng trong việc ưu tiên mua sắm, sử dụng hàng Việt. Để khuyến khích, nâng cao ý thức trách nhiệm người tiêu dùng tiếp tục quan tâm tiêu dùng hàng hóa thương hiệu Việt Nam, góp phần quan trọng tạo động lực thúc đẩy nền kinh tế đất nước phát triển bền vững, thực hiện Hướng dẫn số 86-HD/BTGTW, ngày 13 tháng 3 năm 2019 của Ban Tuyên giáo Trung ương về tuyên truyền kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; Ban Tuyên giáo Thành ủy hướng dẫn thực hiện như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

- Khẳng định sự đúng đắn trong đường lối, chủ trương của Đảng và cơ chế, chính sách của Nhà nước trong việc vận động người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

- Tạo sự phấn khởi trong cán bộ, đảng viên và nhân dân về những kết quả đạt được trong 10 thực hiện Cuộc vận động. Nâng cao nhận thức trong cả hệ thống chính trị và Nhân dân tích cực tham gia hưởng ứng và góp phần thực hiện có hiệu quả Cuộc vận động; phát huy trí tuệ, tinh thần yêu nước, lòng tự hào, tự tôn dân tộc nhằm nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hàng hóa thương hiệu Việt trong điều kiện phát triển kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế; xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam.

- Công tác tuyên truyền về kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động cần triển khai tích cực với nhiều hình thức linh hoạt, sáng tạo; bám sát sự lãnh đạo của Đảng, Nhà nước, gắn với tiến trình vận động của nền kinh tế - văn hóa - xã hội, tổ chức thực hiện của các cấp, các ngành, của từng địa phương, đơn vị; kết hợp lồng ghép với tuyên truyền thực hiện các nhiệm vụ chính trị của đất nước, thành phố và địa phương, tuyên truyền kế hoạch phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội theo tinh thần đổi mới, thiết thực, hiệu quả.

II. NỘI DUNG TUYÊN TRUYỀN

1. Tuyên truyền các nhóm nhiệm vụ và giải pháp cơ bản trong Thông báo Kết luận số 264-KL/TW ngày 31/7/2009 của Bộ Chính trị, nhất là sau khi có Kết luận số 107-KL/TW ngày 10/4/2015 của Ban Bí thư, 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” và Chỉ thị số 13/CT-TTg ngày 4/4/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường sử dụng vật tư, hàng hóa sản xuất trong nước trong công tác đấu thầu các dự án đầu tư phát triển và hoạt động mua sắm thường xuyên sử dụng vốn nhà nước.

- Ban Thường vụ Thành ủy đã ban hành Chỉ thị 13-CT/TU ngày 01/9/2009, Công văn số 1274-CV/TU ngày 02/7/2015 chỉ đạo các tổ chức Đảng, các cấp, các ngành từ thành phố đến cơ sở tổ chức quán triệt đến toàn thể đảng viên, cán bộ công chức, viên chức, trong đó luôn nắm vững mục đích Cuộc vận động là “Phát huy mạnh mẽ lòng yêu nước, ý chí tự lực, tự cường, tự tôn dân tộc, xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam và sản xuất ra nhiều hàng Việt Nam có chất lượng, sức cạnh tranh cao, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu”; đồng thời triển khai thực hiện cụ thể bốn nhiệm vụ giải pháp theo chỉ đạo của Bộ Chính trị về đẩy mạnh công tác thông tin tuyên truyền vận động người tiêu dùng; về rà soát, ban hành bổ sung luật pháp, cơ chế trong nước; về hỗ trợ doanh nghiệp trong một số hoạt động; về tiếp tục đổi mới công tác quản lý, chấn chỉnh các hoạt động quản lý thị trường, hải quan, thuế...

- Quán triệt sâu sắc chủ trương của Thành ủy, các Đảng bộ trực thuộc Thành ủy từ cuối năm 2009 đều xây dựng Nghị quyết, chương trình hành động, kế hoạch thực hiện Cuộc vận động để triển khai trong từng cơ quan, đơn vị, địa phương theo chức năng nhiệm vụ chính trị được giao. Hệ thống Mặt trận Tổ quốc, các tổ chức chính trị - xã hội, Hiệp hội doanh nghiệp, Hội doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao, các tổ chức xã hội của thành phố đã đưa nội dung Cuộc vận động thành các phong trào thi đua sôi nổi, sáng tạo với khẩu hiệu hành động như: “Tự hào hàng Việt”, “Dùng hàng Việt là yêu nước”, “Mỗi tiêu thương là một đại sứ hàng Việt”... Công tác thông tin tuyên truyền trên các phương tiện truyền thông được tăng cường.

2. Tuyên truyền khẳng định những kết quả đạt được trong 10 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” thể hiện vai trò lãnh đạo của Đảng, sự cải cách, đổi mới của Chính phủ và sự nỗ lực của các cấp, các ngành, cộng đồng doanh nghiệp và nhân dân. Bên cạnh phản ánh những kết quả đạt được, công tác tuyên truyền cần làm rõ những khó khăn, thách thức, những khuyết điểm, hạn chế và phương hướng khắc phục thời gian tới.

3. Thông tin, tuyên truyền về những cơ chế, chính sách của Nhà nước góp phần thực hiện hiệu quả Cuộc vận động.

- Tuyên truyền thực hiện những chính sách, nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, doanh nghiệp và sản phẩm Việt Nam, nâng cao trình độ phát triển của nền kinh tế (đã nêu trong Nghị quyết 19-2018/NQ-CP ngày 15/5/2018 của Chính phủ).

- Thông tin về triển khai các đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025”, công tác triển khai và giám sát thực hiện Đề án “Phát triển thị trường trong nước”, Đề án “Người Việt ưu tiên dùng thuốc Việt” gắn với Cuộc vận động giai đoạn 2014-2020,...

- Việc các cơ quan Nhà nước ban hành bổ sung cơ chế, chính sách để bảo vệ, hỗ trợ người tiêu dùng và doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh; khuyến khích sản xuất và bảo vệ thị trường trong nước phù hợp với các quy định của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), các cam kết quốc tế và các hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam đã ký kết.

- Sự hỗ trợ của Nhà nước trong phát triển các mô hình sản xuất sạch theo chuỗi giá trị, đặc biệt là sản phẩm nông nghiệp giá trị cao và với một số ngành hàng, dịch vụ trọng điểm; hỗ trợ lãi xuất cho các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng Việt đổi mới công nghệ, cách quản lý nhằm nâng cao chất lượng, hạ giá thành sản phẩm đáp ứng tối đa nhu cầu người tiêu dùng.

- Chính sách về đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng thương mại khu vực nông thôn nhằm tạo điều kiện cho hoạt động mở rộng kênh phân phối hàng Việt tại vùng sâu, vùng xa.

- Thành phố Hồ Chí Minh đã có nhiều chính sách tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp tham gia bình ổn thị trường, ổn định giá cả 8 nhóm hàng lương thực thực phẩm thiết yếu, không để đột biến tăng giá. Tỷ lệ hàng Việt bày bán trong các chợ, siêu thị ngày càng tăng cao, chiếm lĩnh được thị trường, tạo sự tin tưởng của người tiêu dùng. Các doanh nghiệp thành phố đã cố gắng cải tiến quy trình sản xuất, nâng cao năng lực kinh doanh, từng bước phát triển.

- Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn thành phố ngày càng đi vào chiều sâu, tạo chuyển biến tích cực trong nhận thức, hành vi ưu tiên sử dụng hàng Việt Nam trên địa bàn thành phố; từ đó, góp phần khẳng định vị thế của hàng Việt Nam với chủng loại đa dạng, chất lượng nâng cao, giá cả hợp lý, chiếm tỷ trọng lớn trong hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ trên địa bàn thành phố; đồng thời, tạo hiệu ứng lan tỏa đến các tỉnh, thành phố trong cả nước, nhất là các địa phương có quan hệ hợp tác thương mại với thành phố và từng bước mở rộng xuất khẩu.

4. Thông tin hoạt động quản lý Nhà nước trong thực hiện Cuộc vận động.

- Nhấn mạnh quá trình xây dựng Chính phủ “kiến tạo”, cải cách hành chính; hành trình khởi nghiệp, xây dựng thương hiệu quốc gia, thương hiệu doanh nghiệp Việt Nam.

- Về những nỗ lực của bộ, ngành, thành phố và địa phương trong việc quảng bá, giới thiệu và đưa hàng hóa, sản phẩm, dịch vụ thương hiệu Việt Nam đến với người tiêu dùng.

- Tuyên truyền về trách nhiệm thực hiện các cam kết quốc tế và các hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam đã ký kết có nội dung liên quan đến các sản phẩm hàng hóa của Việt Nam.

- Thông tin về công tác quản lý, chấn chỉnh các hoạt động quản lý thị trường, hải quan, thuế; các hành vi vi phạm về chất lượng sản phẩm hàng hóa, dịch vụ, hàng nhập lậu, hàng giả, hàng vi phạm vệ sinh an toàn thực phẩm; quá trình xử lý của các cơ quan chức năng về những hoạt động trên.

- Tiếp tục tuyên truyền nâng cao tinh thần trách nhiệm gương mẫu của các cơ quan, đơn vị và tổ chức sử dụng ngân sách Nhà nước trong việc mua sắm các trang thiết bị và hàng sản xuất trong nước.

- Các hoạt động khuyến khích đầu tư, phát triển hệ thống phân phối hàng Việt và đổi mới, ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ.

5. Các hoạt động lãnh đạo, chỉ đạo, triển khai thực hiện của Ban Chỉ đạo Cuộc vận động Trung ương, Ban Chỉ đạo Cuộc vận động thành phố và Ban Chỉ đạo Cuộc vận động các địa phương, đơn vị.

- Phản ánh về quá trình triển khai, kết quả thực hiện và công tác phối hợp trong thực hiện Cuộc vận động của các ban, ngành, địa phương, doanh nghiệp. Trong đó tập trung làm rõ những chuyển biến tích cực, những mặt chưa chuyển biến, nguyên nhân, việc khắc phục trong thời gian tới.

- Các nội dung tham mưu của Ban Chỉ đạo Cuộc vận động cấp Trung ương, thành phố và địa phương về cơ chế, chính sách hỗ trợ sản xuất trong nước, bảo vệ thị trường người tiêu dùng trong nước, thực hiện cải cách thủ tục hành chính,...

- Việc tổ chức các hội thảo khoa học về phát huy trách nhiệm của các doanh nghiệp Việt Nam góp phần nâng cao hiệu quả Cuộc vận động.

- Công tác kiểm tra việc thực hiện Cuộc vận động tại các địa phương, đơn vị, doanh nghiệp.

- Các hoạt động biểu dương và nhân rộng cách làm hay, các điển hình tiên tiến trong thực hiện cuộc vận động; các hoạt động tổ chức bình chọn, tôn vinh sản phẩm chất lượng, các chương trình tôn vinh, biểu dương sản phẩm thương hiệu Việt, “Doanh nghiệp Việt Nam tiêu biểu”, chương trình bình chọn “Hàng Việt Nam được người tiêu dùng yêu thích”, “Hàng Việt Nam chinh phục người Việt Nam”, “Tự hào hàng Việt Nam”, “Phiên chợ hàng Việt”,... đã có tác động lan tỏa cuộc vận động đến nhân dân.

6. Thông tin, tuyên truyền về các hoạt động của doanh nghiệp, nhà sản xuất trong thực hiện Cuộc vận động.

- Tuyên truyền việc các doanh nghiệp xây dựng thương hiệu, bảo vệ thương hiệu sản phẩm, hàng hóa Việt Nam; việc thực hiện các cam kết bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, giới thiệu mẫu mã, chất lượng sản phẩm để nhận biết, phân biệt hàng giả, hàng nhái.

- Trách nhiệm của các doanh nghiệp Việt Nam trong việc áp dụng quy trình, công nghệ tiên tiến, nâng cao chất lượng, hạ giá thành sản phẩm, đưa hàng hóa, dịch vụ vươn ra thị trường khu vực và thế giới.

- Hoạt động của các doanh nghiệp, người sản xuất trong mở rộng quy mô sản xuất những sản phẩm đặc trưng vùng, xây dựng vùng sản xuất tập trung, phát triển bền vững trên địa bàn các địa phương.

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Ban Tuyên giáo Thành ủy.

- Hướng dẫn công tác tuyên truyền.

- Phối hợp với Sở Thông tin và Truyền thông tổ chức thông tin; chỉ đạo các cơ quan báo, đài thành phố tuyên truyền về kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

- Nắm bắt tình hình dư luận xã hội; đấu tranh phản bác các luận điệu sai trái, xuyên tạc quan điểm, đường lối của Đảng, Nhà nước ta về thực hiện Cuộc vận động và việc xây dựng thương hiệu quốc gia, thương hiệu doanh nghiệp Việt Nam.

2. Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thành phố và các tổ chức chính trị - xã hội thành phố.

- Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thành phố, cơ quan Thường trực Ban Chỉ đạo Cuộc vận động thành phố chủ trì tổ chức tổng kết, biên soạn đề cương tuyên truyền kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động của thành phố.

- Thực hiện công tác tuyên truyền, vận động thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” lồng ghép với Cuộc vận động “Toàn dân đoàn kết xây dựng nông thôn mới, đô thị văn minh” và các phong trào thi đua yêu nước của các tổ chức chính trị - xã hội,... để tạo được sự đồng thuận cao trong xã hội, lan tỏa đến các tầng lớp nhân dân.

- Tích cực thực hiện và giám sát việc thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tại các địa phương, đơn vị.

3. Sở Thông tin và Truyền thông.

- Phối hợp với Ban Tuyên giáo Thành ủy tổ chức thông tin và chỉ đạo các cơ quan báo đài thành phố tuyên truyền kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”. Tăng cường tuyên truyền quá trình triển khai thực hiện Cuộc vận động và việc tổ chức Hội nghị toàn quốc tổng kết 10 năm thực hiện Cuộc vận động.

- Nâng cao chất lượng chuyên trang, chuyên mục, diễn đàn, tin, bài phản ánh kết quả thực hiện Cuộc vận động với nhiều nội dung phong phú, đa dạng góp phần nâng cao ý thức người tiêu dùng, trách nhiệm của doanh nghiệp Việt Nam.

- Cổ vũ, động viên các mô hình, chương trình tôn vinh, biểu dương sản phẩm thương hiệu Việt, doanh nghiệp Việt Nam tiêu biểu. Phát hiện, biểu dương các tập thể, cá nhân điển hình, tiên tiến trong lao động sản xuất và thực hiện Cuộc vận động; phát hiện, đấu tranh với những biểu hiện tiêu cực, tham nhũng, lãng phí; phê phán các hành vi buôn lậu, sản xuất và buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ.

- Chủ động thông tin, bảo vệ lợi ích quốc gia, dân tộc vì sự phát triển của đất nước, vì hạnh phúc của nhân dân, góp phần định hướng tư tưởng, dư luận xã hội trước những vụ việc phức tạp, nhạy cảm.

4. Sở Văn hóa và Thể thao chỉ đạo, hướng dẫn tổ chức các hoạt động tuyên truyền cổ động trực quan, các hoạt động văn hóa - văn nghệ, thể dục - thể thao, tổ chức triển lãm kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

5. Ban tuyên giáo các quận ủy, huyện ủy, đảng ủy cấp trên cơ sở, đảng ủy cơ sở trực thuộc Thành ủy.

- Tham mưu cấp ủy, lãnh đạo đơn vị xây dựng hướng dẫn tuyên truyền kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” của Trung ương, thành phố và địa phương, đơn vị; nội dung tuyên truyền phải phong phú, phù hợp gắn với việc thực hiện nhiệm vụ chính trị của địa phương, đơn vị.

- Tham mưu cho cấp ủy và lãnh đạo Ủy ban Mặt trận Tổ quốc, các tổ chức chính trị - xã hội cùng cấp chỉ đạo công tác quán triệt, tuyên truyền các chỉ thị, nghị quyết của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; kết quả thực hiện Cuộc vận động trong 10 năm qua và việc tổ chức tổng kết 10 năm thực hiện Cuộc vận động.

- Nắm bắt tư tưởng, tâm trạng cán bộ, đảng viên, nhân dân đánh giá về sự hài lòng của người tiêu dùng Việt Nam đối với sản phẩm, dịch vụ của các doanh nghiệp Việt Nam; chủ động dự báo, định hướng những vấn đề tư tưởng nảy sinh trong quá trình thực hiện Cuộc vận động.

6. Liên hiệp các tổ chức Hữu nghị thành phố, Ủy ban về người Việt Nam ở nước ngoài thành phố, Liên hiệp các Hội văn học nghệ thuật thành phố theo chức năng phối hợp với hệ thống tuyên giáo tổ chức thông tin, tuyên truyền về kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

7. Các cơ quan báo đài thành phố bám sát định hướng của Ban Tuyên giáo Thành ủy, cơ quan chủ quản để tuyên truyền thường xuyên và nâng cao chất lượng nội dung tuyên truyền.

IV. KHẨU HIỆU TUYÊN TRUYỀN

1. Người dân thành phố tích cực hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

2. Hàng hóa thương hiệu Việt tạo động lực thúc đẩy nền kinh tế đất nước phát triển bền vững.

3. Hãy ưu tiên dùng hàng Việt Nam vì sự phồn vinh của đất nước.

4. Tự hào sản phẩm, dịch vụ thương hiệu Việt Nam.

5. Tôn vinh các sản phẩm Việt Nam chất lượng cao.

6. Xây dựng nền văn hóa tiêu dùng với sản phẩm trong nước.

7. Nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam.

8. Đẩy mạnh liên kết - hành động vì hàng Việt.

9. Chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, bảo vệ người tiêu dùng.

Trên đây là hướng dẫn tuyên truyền kết quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” của Ban Tuyên giáo Thành ủy, đề nghị các đơn vị triển khai thực hiện.

Nơi nhận:

- Vụ Tuyên truyền Ban Tuyên giáo Trung ương (để báo cáo),
- Thường trực Thành ủy (để báo cáo),
- Lãnh đạo Ban Tuyên giáo Thành ủy,
- Các Ban Thành ủy, Ủy ban Kiểm tra Thành ủy,
- Văn phòng Thành ủy,
- Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Thông tin và Truyền thông,
- Liên hiệp các tổ chức Hữu nghị thành phố, Ủy ban về người Việt Nam ở nước ngoài thành phố, Liên hiệp các Hội văn học nghệ thuật thành phố,
- Ban tuyên giáo các quận ủy, huyện ủy, đảng ủy cấp trên cơ sở, đảng ủy cơ sở trực thuộc Thành ủy,
- Ban Tuyên giáo Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thành phố và các tổ chức chính trị - xã hội thành phố,
- Các cơ quan báo chí thành phố,
- Các phòng, đơn vị trực thuộc Ban,
- Lưu.

**K/T TRƯỞNG BAN
PHÓ TRƯỞNG BAN**

Tô Đại Phong