

## **5 NĂM THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM**

### **Người dân đã tin dùng hàng Việt**

Thứ năm, 07/08/2014

**Qua 5 năm (2009 – 2014) thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" (Cuộc vận động), Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam TP Cần Thơ khẳng định vai trò nòng cốt, phát huy được tính liên minh phối hợp thống nhất hành động trong việc kêu gọi toàn dân hưởng ứng thực hiện Cuộc vận động.**

#### **Hiệu quả tích cực**

Cuộc vận động đã được triển khai thực hiện trên phạm vi toàn thành phố. Đặc biệt, thành phố chỉ đạo, hướng dẫn cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp ưu tiên sử dụng hàng hóa, dịch vụ thương hiệu Việt Nam trong mua sắm tài sản công, vật tư phục vụ sản xuất kinh doanh; đồng thời có những cơ chế, chính sách bổ sung, sửa đổi nhằm hỗ trợ các giải pháp tháo gỡ khó khăn trong đầu tư, sản xuất và nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp, nhà sản xuất, tạo môi trường lành mạnh của thị trường nội địa để bảo vệ và tăng sức mua sắm của người tiêu dùng trong thành phố. Thường xuyên chỉ đạo thực hiện tốt chương trình "Hàng Việt về nông thôn"; hằng năm đều ban hành sớm kế hoạch thực hiện chương trình ổn định thị trường vào dịp Tết Nguyên đán; thực hiện hỗ trợ vốn bình ổn giá, điều đó đã giúp các doanh nghiệp tích cực chủ động nguồn hàng, đảm bảo chất lượng, không xảy ra hiện tượng thiếu hàng, giá cả biến động tăng đột biến, không những thế giá bán hàng bình ổn thấp hơn giá thị trường từ 5% trở lên. Cuộc vận động còn triển khai bằng nhiều hình thức như: tổ chức lễ phát động, tọa đàm, hội thảo, hội nghị chuyên đề. Tổ chức ký kết thỏa thuận kết nối cung cầu hàng hóa, ổn định thị trường giữa TP Cần Thơ, TP Hồ Chí Minh và các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long nhằm ổn định thị trường, giá cả, như: chương trình kết nối giữa nhà sản xuất và nhà phân phối; Hội nghị kết nối giao thương giữa doanh nghiệp TP Cần Thơ và tỉnh Lâm Đồng; tổ chức các cuộc hội thảo về xây dựng thương hiệu sản phẩm hàng hóa giúp doanh nghiệp, cơ sở sản xuất trên địa bàn nhận thức đúng tầm quan trọng của thương hiệu hàng hóa...



Người tiêu dùng ngày càng tin dùng hàng Việt. Trong ảnh: Người tiêu dùng chọn mua sản phẩm gốm, sứ Minh Long I.

Điểm nổi bật trong công tác tuyên truyền thực hiện Cuộc vận động là các đơn vị, địa phương trên địa bàn thành phố đã tìm ra giải pháp kịp thời, phù hợp, thu hút được sự tham gia của các tầng lớp nhân dân và doanh nghiệp. Ông Lê Minh Trọng, Giám đốc Công ty Lương thực Sông Hậu, cho biết: "Công ty luôn có chủ trương ưu tiên sử dụng hàng sản xuất trong nước khi đầu tư mua sắm thiết bị, hiện đã thành lập trung tâm phân phối hàng lương thực thực phẩm với chức năng tổ chức phân phối các sản phẩm nội địa đến tận tay người tiêu dùng với chất lượng tốt nhất và giá cả ổn định. Cùng đó, công ty tham gia tích cực chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, tham gia chương trình bình ổn giá do thành phố phát động". 5 năm qua, hưởng ứng Cuộc vận động, Ban Thường vụ Hội Liên hiệp Phụ nữ thành phố cũng đã tích cực vào cuộc, các cán bộ, hội viên, người dân nhận thức được ý nghĩa của việc sử dụng hàng Việt Nam. Cùng với việc đổi mới nội dung và phương thức hoạt động, các cấp Hội đã tổ chức 66.556 cuộc tuyên truyền với nhiều hình thức đa dạng, phù hợp, như: hội thảo, hội thi, mít-tinh, họp mặt, sinh hoạt chuyên đề, tổ chức các cuộc truyền thông bằng hình thức nghệ thuật, thi hái hoa dân chủ... đã thu hút đông đảo phụ nữ và người dân tham gia. Ngoài ra, các cấp hội còn tranh thủ các nguồn tài trợ của các doanh nghiệp tổ chức các hội thi tìm hiểu về Cuộc vận động như: tổ chức hội thi người bán hàng giỏi, trưng bày và bán sản phẩm hàng Việt...

Qua 5 năm triển khai thực hiện Cuộc vận động, đến nay trên 75% người tiêu dùng tại TP Cần Thơ ưu tiên dùng hàng Việt Nam; khuyên người thân trong gia đình, bạn bè, người quen biết nên mua hàng Việt Nam hơn 60%; 45% đối tượng người tiêu dùng trước đây có thói quen thường mua hàng có nguồn gốc xuất xứ ở nước ngoài nay đã dừng mua hoặc ít mua hơn thay bằng mua hàng Việt Nam; trên 98% cơ quan, đơn vị sử dụng ngân sách Nhà nước ưu tiên mua sắm hàng hóa sản xuất trong nước khi mua sắm công; trên 85% các cơ

sở kinh doanh thương mại bán hàng có niêm yết giá, nguồn gốc xuất xứ hàng hóa rõ ràng; trên 70% số xã ở địa bàn nông thôn có cửa hàng bán hàng Việt phục vụ nhu cầu mua sắm của nhân dân...

### **Khắc phục hạn chế để tiếp tục thực hiện hiệu quả Cuộc vận động**

Bên cạnh những hiệu quả tích cực, trong công tác tuyên truyền Cuộc vận động vẫn còn tồn tại những hạn chế. Đó là công tác vận động chưa được thường xuyên, liên tục, sức thu hút các tầng lớp nhân dân tham gia hưởng ứng Cuộc vận động chưa thật sự mạnh mẽ. Cơ chế chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất và phát triển hệ thống phân phối hàng Việt Nam trong thực hiện Cuộc vận động chưa thực sự tạo động lực thu hút, khuyến khích các doanh nghiệp tích cực tham gia Cuộc vận động, nhất là chương trình đưa hàng Việt vùng nông thôn trên địa bàn thành phố vẫn chưa nhận được sự tham gia của nhiều doanh nghiệp. Tình trạng hàng kém chất lượng, hàng giả, gian lận thương mại, hàng không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm... vẫn còn xuất hiện nhiều trên thị trường, gây thiệt hại cho sản xuất và quyền lợi của người tiêu dùng (nhất là hàng nhập lậu giá rẻ từ Trung Quốc đang là nỗi trăn trở, băn khoăn, của các doanh nghiệp và người tiêu dùng). Công tác phối hợp kiểm tra, kiểm soát thị trường của một số ngành chức năng từng lúc chưa đều khắp những nơi trọng điểm. Trong công tác điều hành còn chậm rà soát, đề xuất bổ sung, sửa đổi các cơ chế, chính sách, pháp luật để phù hợp với yêu cầu Cuộc vận động. Một số nơi, cấp ủy còn giao khoán cho Ban Chỉ đạo trong triển khai thực hiện các chương trình.

Phát huy kết quả đạt được, Ban Chỉ đạo Cuộc vận động thành phố Cần Thơ đã xây dựng kế hoạch tuyên truyền, thực hiện lâu dài, bền bỉ, sâu rộng trong nhân dân, tạo được sự đồng thuận cao thực hiện chủ trương "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam". Tiếp tục tạo môi trường pháp lý thuận lợi để các doanh nghiệp Việt Nam phát triển sản xuất, nâng cao sức cạnh tranh và uy tín sản phẩm. Xử lý nghiêm khắc các hành vi làm hàng nhái, hàng giả, sử dụng thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam. Song song đó, doanh nghiệp Việt Nam, phải tăng cường nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến công nghệ, tính cạnh tranh về giá, mẫu mã của hàng hóa, xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá, có số liệu phân tích cụ thể và có giải pháp khắc phục tồn tại, yếu kém đối với từng ngành hàng. Thường xuyên cung cấp thông tin để khách hàng phân biệt được hàng chính hãng với hàng nhái, hàng giả; tăng cường tính an toàn sử dụng sản phẩm của khách hàng; phát triển hệ thống bảo hành, bảo dưỡng sản phẩm, chăm sóc khách hàng. Tăng cường quảng cáo thương hiệu, sản phẩm trên các phương tiện thông tin đại chúng. Phát triển hệ thống phân phối sản phẩm tiện lợi cho người tiêu dùng, coi trọng các chương trình khuyến mãi. Thường xuyên đưa hàng Việt về các vùng ngoại thành, sâu rộng trong cộng đồng dân cư... nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng, phong phú của người tiêu dùng.

Bà Phan Thị Hồng Nhung, Chủ tịch Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam TP Cần Thơ, Trưởng ban Chỉ đạo Cuộc vận động thành phố, cho rằng: Để Cuộc vận động đạt yêu cầu như mong muốn nhất thiết phải có những mặt hàng Việt đảm bảo chất lượng cao, giá cả hợp lý. Để làm được điều đó, cần có chủ trương nâng cao chất lượng hàng Việt của các

doanh nghiệp Việt Nam ngang tầm với các hàng hiệu, hàng ngoại để có thể cạnh tranh được trong cơ chế kinh tế thị trường hiện nay. Đối với cá nhân người tiêu dùng và hộ gia đình cần xem việc lựa chọn hàng Việt Nam là biểu hiện của tinh thần yêu nước, từng bước loại bỏ thói quen sùng hàng ngoại, xây dựng thói quen ưu tiên dùng hàng nội; tiếp tục tuyên truyền, vận động, giới thiệu những loại hàng hóa, sản phẩm Việt Nam chất lượng cao, tên các doanh nghiệp, thương hiệu trong nước có uy tín đến bạn bè, người thân. Đẩy mạnh công tác đấu tranh chống buôn lậu, hàng gian, hàng giả, gian lận trong thương mại. Cải tiến và nâng cao phương thức hoạt động của Ban Chỉ đạo Cuộc vận động các cấp trong thành phố theo hướng chủ động, tập trung, tham mưu hoạch định chủ trương, chính sách, xây dựng giải pháp tổ chức thực hiện hiệu quả Cuộc vận động.

**Ngay sau khi tiếp thu, quán triệt Thông báo kết luận số 264-TB/TW, ngày 31-7-2009 của Bộ Chính trị; các văn bản chỉ đạo, hướng dẫn của Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động; Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Thành ủy Cần Thơ đã ban hành Công văn số 766-CV/TU ngày 14-9-2009 về việc thực hiện Cuộc vận động. Trên cơ sở đó, Đảng đoàn Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thành phố tham mưu cho Ban Thường vụ Thành ủy ban hành Quyết định số 1329-QĐ/TU ngày 29-9-2009 thành lập Ban Chỉ đạo Cuộc vận động TP Cần Thơ do đồng chí Chủ tịch Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thành phố làm Trưởng ban. Đặc biệt, phát huy kết quả đạt được sau 3 năm triển khai thực hiện Cuộc vận động trên địa bàn thành phố (từ 9-2009 đến 9-2012), Ban Chỉ đạo Cuộc vận động thành phố đã tiếp tục tăng cường công tác tham mưu với cấp ủy Đảng, phối hợp với chính quyền, Mặt trận Tổ quốc, các ngành, các cấp, chủ động triển khai nhiều hoạt động thiết thực nhằm nâng cao hiệu quả và sức lan tỏa của Cuộc vận động vào cuộc sống, góp phần cùng thành phố duy trì tốc độ tăng trưởng của các ngành, lĩnh vực. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ hằng năm đều vượt kế hoạch, tăng trưởng kinh tế (GDP) ở mức cao, đạt bình quân giai đoạn 2011- 2013 trên 12%, sáu tháng đầu năm 2014 tăng 8,96%.**

**Bài, ảnh: KHÁNH NAM**