

Kế hoạch Triển khai cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2022

14:23 27/04/2022

Ban chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam vừa ban hành Kế hoạch Triển khai cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2022, nhằm góp phần phục hồi phát triển kinh tế xã hội, thích ứng linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch bệnh Covid-19; tiếp tục xây dựng văn hóa kinh doanh và tiêu dùng Việt Nam.

Căn cứ Chỉ thị 03-CT/TW ngày 19/05/2021 của Ban Bí Thư Trung ương Đảng; tiếp tục thực hiện các nhiệm vụ triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” đảm bảo thiết thực, hiệu quả trong tình hình mới; Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động đã ban hành Kế hoạch triển khai “Cuộc vận động năm 2022 với mục tiêu thông qua các giải pháp triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới, góp phần thực hiện mục tiêu phục hồi phát triển kinh tế - xã hội thích ứng linh hoạt, hiệu quả dịch bệnh Covid-19; Tạo sự thống nhất đồng bộ từ Trung ương đến các địa phương về triển khai các nội dung Cuộc vận động; Tiếp tục phát huy vai trò của các doanh nghiệp, khơi dậy tinh thần tự hào, tự tôn dân tộc của người dân Việt Nam, xây dựng văn hóa sản xuất kinh doanh và tiêu dùng Việt Nam.



Ảnh minh họa.

Theo đó, nội dung trọng tâm của Cuộc vận động trong năm 2022 là tập trung vào công tác tuyên truyền thực hiện Cuộc vận động; Rà soát các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp của bộ, ngành, địa phương.

Tăng cường các hoạt động kiểm tra, kiểm soát thị trường; nâng cao hiệu quả công tác giám sát, khảo sát. Tập trung vào các hoạt động thường xuyên kiểm tra, kiểm soát thị trường; xử lý nghiêm các hành vi gian lận thương mại, vận chuyển, mua bán hàng giả, hàng kém chất lượng.

Đồng thời, khảo sát việc đăng ký nhãn hàng Việt Nam của các doanh nghiệp sản xuất; hoạt động tạm nhập tái xuất; việc thực hiện cam kết của các doanh nghiệp bán lẻ về tỷ lệ hàng hóa có xuất xứ Việt Nam, về tỷ trọng hàng Việt trong các trung tâm thương mại, chợ truyền thống...

Tổ chức giám sát đột xuất khi có các sự việc ảnh hưởng đến bình ổn giá, tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp địa phương. Ngoài ra, kiểm tra, giám sát việc thực hiện ưu tiên đầu tư, mua sắm các sản phẩm hàng hóa thương hiệu Việt theo quy định của các cơ quan, tổ chức khi sử dụng nguồn vốn ngân sách Nhà nước.

Một trong những hoạt động trọng tâm khác là tổ chức các chương trình tuyên dương doanh nghiệp tiêu biểu, bình chọn sản phẩm chất lượng. Tăng cường trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức trong việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Kế hoạch cũng giao nhiệm vụ trọng tâm cho từng địa phương. Trong đó, Bộ Công Thương có trách nhiệm tiếp tục đẩy mạnh công tác triển khai thực hiện Chiến lược phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 (theo Quyết định số 1163/QĐ-TTg ngày 13 tháng 07 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ); Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2021-2025” (theo Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17/03/2021 của Thủ tướng Chính phủ).

Bên cạnh đó, tổ chức triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại và ứng dụng thương mại điện tử trong các hoạt động mua sắm hàng Việt Nam theo hình thức phù hợp với tình hình mới nhằm quảng bá, giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp Việt Nam tới các đối tác, doanh nghiệp trong và nước ngoài.

Tổ chức thực hiện Chương trình nhận diện hàng Việt Nam thường niên trên quy mô toàn quốc với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam” năm 2022 phù hợp với tình hình phòng, chống dịch Covid-19.

Trước đó, Bộ Công Thương đã Kế hoạch số 281 ngày 04/03/2022 của Bộ Công Thương về việc ban hành Kế hoạch tăng cường triển khai thực hiện Chương trình hành động của Bộ Công Thương hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2022.

Kế hoạch tập trung việc tiếp tục đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, vận động, phổ biến sâu rộng để người tiêu dùng trong nước và nước ngoài biết, nhận thức đúng khả năng sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam, chất lượng của sản phẩm, hàng hóa Việt Nam, từ đó tạo chuyển biến về ý thức trong nhân dân, các đơn vị sản xuất kinh doanh, tổ chức kinh tế - xã hội, xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam có chất lượng.

Vận động toàn xã hội hướng đến tinh thần yêu nước và khích lệ tinh thần vươn lên, cạnh tranh lành mạnh của doanh nghiệp Việt Nam, tập trung vào các doanh nghiệp ngành Công Thương, nâng cao vị thế của hàng Việt Nam, nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh cho các sản phẩm Việt Nam trong bối cảnh Việt Nam hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế khu vực và thế giới để phục vụ người tiêu dùng Việt Nam, hướng tới hàng Việt Nam chinh phục người Việt Nam và tự hào sử dụng hàng Việt Nam.

Anh Minh