

**BAN CHỈ ĐẠO TRUNG ƯƠNG
CUỘC VẬN ĐỘNG “NGƯỜI VIỆT NAM
ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM”**

Số: 659/BC-MTTW-BCĐTWCVĐ

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Hà Nội, ngày 14 tháng 4 năm 2023

BÁO CÁO

Kết quả triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2022; phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm năm 2023

TỈNH ỦY QUẢNG NGÃI
VĂN PHÒNG

ĐẾN	Số: 387
	Ngày: 08/5/2023
	Chuyên: C. biên
	Lưu hồ sơ: Thực hiện Kế hoạch số 530/KH-MTTW-BCĐTWCVĐ ngày 15/4/2022 về triển khai các hoạt động của Ban Chỉ đạo Trung ương cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” (sau đây gọi tắt là Cuộc vận động); Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động báo cáo kết quả triển khai Cuộc vận động năm 2022 và xác định phương hướng, nhiệm vụ năm 2023, như sau:

Thực hiện Kế hoạch số 530/KH-MTTW-BCĐTWCVĐ ngày 15/4/2022 về triển khai các hoạt động của Ban Chỉ đạo Trung ương cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” (sau đây gọi tắt là Cuộc vận động); Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động báo cáo kết quả triển khai Cuộc vận động năm 2022 và xác định phương hướng, nhiệm vụ năm 2023, như sau:

I. TÌNH HÌNH CHUNG

Năm 2022 là năm thứ hai thực hiện Nghị quyết Đại hội lần thứ XIII của Đảng trong bối cảnh thuận lợi, cơ hội, khó khăn, thách thức đan xen, nhất là những biến động nhanh chóng, phức tạp của tình hình thế giới và trong nước. Tuy nhiên với quyết tâm phục hồi và phát triển kinh tế sau đại dịch, vượt lên những khó khăn, biến động, quyết liệt triển khai các nhiệm vụ, giải pháp của Nghị quyết 01, 02, 11/NQ-CP của Chính phủ về Chương trình phục hồi, phát triển kinh tế - xã hội. Nhờ đó, nền kinh tế nước ta phục hồi mạnh mẽ, kinh tế vĩ mô ổn định, lạm phát được kiểm soát, các cân đối lớn của nền kinh tế tiếp tục được bảo đảm. Điều hành chính sách tiền tệ chủ động thích ứng với biến động trên thị trường quốc tế. Thu ngân sách nhà nước đạt kết quả tích cực, chi ngân sách đáp ứng kịp thời các nhiệm vụ; đảm bảo kinh phí phòng, chống dịch, các nhiệm vụ chi an sinh xã hội, chăm lo cho các đối tượng hưởng lương, lương hưu và trợ cấp xã hội từ ngân sách nhà nước. Có 14/15 chỉ tiêu kinh tế - xã hội đạt mục tiêu Quốc hội đề ra trong năm 2022. GDP năm 2022 tăng 8,02% so với năm trước.

Có được kết quả trên là nhờ sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, sự chỉ đạo, điều hành quyết liệt, hiệu quả của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ; hoạt động tích cực đổi mới của Quốc hội; sự nỗ lực của các cấp, các ngành, địa phương cùng với cộng đồng doanh nghiệp, đặc biệt là sự đồng lòng, ủng hộ của Nhân dân cả nước và trách nhiệm của Ban Chỉ đạo các cấp trong triển khai thực hiện có hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” với quyết tâm phục hồi và phát triển kinh tế đã đưa kinh tế - xã hội nước ta phục hồi nhanh chóng và đạt được nhiều kết quả quan trọng, toàn diện.

II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG

1. Công tác lãnh đạo, chỉ đạo

1.1. Công tác lãnh đạo, chỉ đạo của Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động

- Ban hành các văn bản:

+ Báo cáo kết quả triển khai cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2021; phương hướng nhiệm vụ trọng tâm năm 2022 (BC số 477/BC-MTTW-BCĐTWCVĐ ngày 15/4/2022).

+ Kế hoạch triển khai các hoạt động của Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2022 (KH số 530 /KH-MTTW-BCĐTWCVĐ ngày 15/4/2022).

+ Chương trình phối hợp giữa Ban Thường trực và Bộ Công Thương về đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới (CTrPH số 09/CTrPH-MTTW-BCT ngày 09/12/2022).

+ Kiện toàn Ban Chỉ đạo, Ban Thư ký theo Quyết định số 46-QĐ/TW, ngày 12/10/2016 của Ban Bí thư Trung ương Đảng (Thông báo số 172/TB-MTTW-BCĐTWCVĐ ngày 16/3/2022).

+ Thông báo phân công các thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” phụ trách các tỉnh, thành phố năm 2022 (Thông báo số 175/TB-MTTW-BCĐTWCVĐ ngày 15/4/2022).

- Tổ chức 03 Hội nghị Tọa đàm, trao đổi, gồm: Kết nối cung-cầu: Giải pháp thúc đẩy tăng trưởng, thực hiện hiệu quả cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; Hội nghị tọa đàm về Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tại Lạng Sơn và Bạc Liêu¹.

- Phối hợp với Bộ Công Thương tổ chức Hội thảo “Thực trạng và giải pháp tăng cường đấu tranh chống hàng giả và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ”.

- Tổ chức các cuộc họp của Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động, Ban Thư ký, Tổ giúp việc theo định kỳ và đột xuất.

Trên cơ sở Kế hoạch số 530/KH-MTTW-BCĐTWCVĐ ngày 15/4/2022 về triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2022, các bộ, ban, ngành Trung ương là cơ quan thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động² đã chủ động ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Cuộc vận

¹ KH số 646/KH-MTTW-BTT ngày 16/11/2022; BC số 623/BC-MTTW-BTT ngày 05/10/2023; CV về việc đặt bài tham luận HN tại tỉnh Bạc Liêu và tỉnh Lạng Sơn CV số 4949/MTTW-BTT ngày 01/12/2022; số 4888/MTTW-BTT ngày 17/11/2022

² Các thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương: Văn phòng Chính phủ; Ban Tuyên giáo Trung ương; Ban Kinh tế Trung ương; Ban Dân vận TW, Bộ Công Thương; Bộ Ngoại giao; Bộ Tài chính; Bộ Kế hoạch và Đầu tư; Bộ KH và CN; Bộ Nội vụ; Bộ Y tế; Đảng ủy Khối doanh nghiệp TW; Tổng Liên đoàn LĐ VN; Đài Truyền hình Việt Nam; Hội LHPN Việt Nam; Hội Cựu chiến binh Việt Nam; Trung ương Hội Nông dân VN; Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam; Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa VN; Hội Bảo vệ Người tiêu dùng VN; Bảo hiểm Xã hội VN.

động phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của tổ chức mình. Đến nay, có 24/28 cơ quan thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động gửi báo cáo kết quả thực hiện Cuộc vận động năm 2022 về thường trực Ban Chỉ đạo Trung ương, điển hình: Ban Kinh tế Trung ương, Bộ Nội vụ, Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Đảng ủy Khối doanh nghiệp Trung ương, Đài Truyền hình Việt Nam, Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Hội Cựu chiến binh Việt Nam ... (Chi tiết tại phụ lục số 01).

1.2. Công tác lãnh đạo, chỉ đạo của Ban Chỉ đạo Cuộc vận động ở các địa phương

Năm 2022, mặc dù bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid -19 những tháng đầu năm nhưng quá trình triển khai Cuộc vận động đã có nhiều hình thức, cách làm sáng tạo, nội dung đổi mới, thiết thực, hiệu quả. Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tiếp tục được cấp ủy Đảng, chính quyền, MTTQ Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội quan tâm; các tầng lớp nhân dân, cộng đồng doanh nghiệp hưởng ứng. Việc kiện toàn Ban Chỉ đạo các cấp được quan tâm, đáp ứng yêu cầu lãnh đạo triển khai Cuộc vận động ở địa phương.

Ban Chỉ đạo Cuộc vận động các tỉnh, thành phố đã tham mưu với cấp ủy các cấp ban hành các văn bản lãnh đạo, chỉ đạo triển khai thực hiện Cuộc vận động; phối hợp với chính quyền đẩy mạnh thực hiện Cuộc vận động gắn với kế hoạch phát triển kinh tế, xã hội và nhiệm vụ của địa phương; triển khai thực hiện Chỉ thị số 03-CT/TW ngày 19/5/2021 của Ban Bí thư Trung ương Đảng về Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới và các văn bản của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, của Ban Chỉ đạo Trung ương về Cuộc vận động; đã phối hợp với đoàn thể, các sở, ngành liên quan, đặc biệt là Sở Công Thương tạo điều kiện hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia các phiên chợ hàng Việt, tổ chức các tọa đàm kết nối cung cầu, các hoạt động tư vấn khởi nghiệp, hỗ trợ quảng bá sản phẩm, hàng hóa, xây dựng thương hiệu sản phẩm, đơn vị. Công tác điều tra xã hội học, nắm dư luận quần chúng về Cuộc vận động cũng được quan tâm, chú trọng.

Các sở, ban, ngành thành viên Ban Chỉ đạo đã phát huy trách nhiệm về quản lý nhà nước trong triển khai thực hiện nhiệm vụ chuyên môn gắn với thực hiện Cuộc vận động.

2. Một số kết quả cụ thể

2.1. Công tác thông tin, truyền thông

* Ở Trung ương: Các cơ quan tuyên truyền, thông tấn, báo chí ở Trung ương mở chuyên trang, chuyên mục, thường xuyên đăng tải tin, bài, ảnh, phóng sự, chuyên đề về Cuộc vận động; giới thiệu, tôn vinh những sản phẩm Việt Nam chất lượng cao; quảng bá những sản phẩm và doanh nghiệp Việt Nam được người tiêu dùng yêu thích; thông tin về sự chiếm lĩnh của hàng hóa Việt Nam ở các kênh phân phối trong nước; tuyên truyền các giải pháp tăng sức cạnh tranh của hàng

Việt; đấu tranh với các hành vi buôn lậu, gian lận thương mại, sản xuất, lưu hành hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, hàng hóa không đảm bảo an toàn thực phẩm....điển hình:

Các cơ quan báo chí của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, đăng tải gần 600 tin, bài, ảnh, phóng sự, chuyên đề về Cuộc vận động. Trong đó, Báo Đại Đoàn kết đã tuyên truyền gần 300 tin bài về Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” từ các tỉnh, thành trên cả nước. Thông qua các tin bài đã giới thiệu, lan tỏa về cách thức tuyên truyền cũng như các mô hình, cách làm hay của các đơn vị để nhân rộng, từ đó góp phần nâng cao ý thức người Việt, thay đổi thói quen trong tiêu dùng hàng Việt. Cuộc vận động không chỉ góp phần thay đổi ý thức của người dân mà còn là thay đổi ý thức trách nhiệm của các doanh nghiệp trong việc nâng cao chất lượng, mẫu mã hàng Việt. Từ đó hàng Việt có sức cạnh tranh, nâng tầm thương hiệu. Từ việc vận động người dân dùng hàng Việt giờ đây người dân đã chủ động tiếp cận, chủ động sử dụng hàng Việt khi mua sắm hàng hóa.

Đài Truyền hình Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh tuyên truyền Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” với một số lượng lớn tin bài trong hệ thống bản tin Thời sự, chương trình Chuyển động 24h và các chuyên mục trên các kênh như: chuyên mục Thương hiệu quốc gia Việt Nam (VTV1), Con đường nông sản (VTV1), Chống buôn lậu, hàng giả, bảo vệ người tiêu dùng (VTV1), Đường tới nông trại (VTV2), Nông nghiệp thông minh (VTV8), Đạo quanh thị trường (VTV9)... Các chương trình đã tập trung tuyên truyền về ý nghĩa Cuộc vận động trong tình hình mới; giới thiệu, tôn vinh những sản phẩm Việt Nam chất lượng cao; quảng bá những sản phẩm và doanh nghiệp Việt Nam được người tiêu dùng yêu thích; thông tin về sự chiếm lĩnh của hàng hóa Việt Nam ở các kênh phân phối trong nước; tuyên truyền các giải pháp tăng sức cạnh tranh của hàng Việt; phản ánh sự tin tưởng của người tiêu dùng đối với chất lượng hàng Việt Nam; khơi gợi niềm tự hào đối với thương hiệu Việt;... Các chương trình cũng chú trọng biểu dương, nhân rộng các điển hình tiên tiến trong thực hiện Cuộc vận động, đồng thời đấu tranh, phê phán các hành vi sản xuất và buôn bán hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm... Những nội dung trên cũng được đẩy mạnh trên nền tảng số để nâng cao hiệu quả truyền thông.

Bộ Công Thương: Triển khai các hoạt động truyền thông trực tuyến cho Cuộc vận động, hỗ trợ doanh nghiệp Việt phát triển thương hiệu, đẩy mạnh hình ảnh của doanh nghiệp Việt trên môi trường trực tuyến. Cổng thông tin “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” (www.tuhaoviet.vn) đã đăng tải khoảng 400 tin bài và gần 1.000 tin ảnh về sản phẩm Việt và giới thiệu các doanh nghiệp Việt Nam uy tín, trong đó có nhiều doanh nghiệp Việt đạt giải thưởng thương hiệu quốc gia, Bên cạnh đó, đẩy mạnh thêm nhóm nội dung tin tức về Cuộc vận động và thị trường trong nước với 07 chuyên mục chính, bao gồm: Tin tức Cuộc vận động, Sản phẩm Việt Nam, Doanh nghiệp Việt, Sự kiện, Kinh tế trong nước, Góc

tri thức và Thông tin hữu ích. Nhóm sản phẩm Việt vẫn được duy trì cập nhật với 18 ngành hàng và hơn 100 nhóm sản phẩm hàng Việt.

Cùng với các hoạt động tuyên truyền, các bộ, ngành, hiệp hội (Công Thương, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam...) tổ chức các hội thảo, tọa đàm "Liên kết- hành động vì hàng Việt", "Liên doanh, liên kết, hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam; tổ chức các chương trình bình chọn "Hàng Việt Nam được người tiêu dùng yêu thích", "Hàng Việt Nam chinh phục người Việt Nam"; " Tự hào thương hiệu Quốc gia"; Giải thưởng "Sản phẩm Công nghệ số Make in Viet Nam"....đã có tác động làm lan tỏa sự ảnh hưởng của Cuộc vận động đến các tầng lớp nhân dân, cộng đồng các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Hội Bảo vệ Người tiêu dùng Việt Nam đã tích cực vận động người tiêu dùng hưởng ứng Cuộc vận động, tổ chức nhiều đợt đưa hàng Việt về nông thôn và các Phiên chợ hàng Việt tại các Huyện, xã; treo nhiều băng rôn, khẩu hiệu; tổ chức tập huấn quán triệt Chỉ thị 03-CT/TW của Ban Bí thư. Tổ chức Chương trình khảo sát và Hội nghị công bố kết quả khảo sát "Hàng hóa, dịch vụ người tiêu dùng tin cậy" nhằm tìm ra những hàng hóa, dịch vụ được nhiều người tiêu dùng tin cậy và sử dụng nhất, giúp người tiêu dùng có thêm thông tin để tham khảo và lựa chọn hàng hóa. Việc khảo sát đã diễn ra thành công với hàng chục nghìn người tiêu dùng trên cả nước tham gia trả lời Phiếu khảo sát (tổng 63.082 người tiêu dùng tham gia), đạt mức độ tin cậy lên đến hơn 90% cho mỗi nhóm ngành hàng. Nhiều doanh nghiệp tích cực tham gia và đánh giá cao cuộc khảo sát không mất phí nhưng đã giúp doanh nghiệp đưa sản phẩm hàng hóa đáng tin cậy của mình đến đông đảo người tiêu dùng, đẩy mạnh tiêu thụ hàng Việt Nam.

Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam đã chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan tổ chức một số hội nghị, hội thảo khoa học với các chủ đề: "Vận hội mới và các giải pháp cho doanh nghiệp đẩy mạnh SXKD tiêu thụ sản phẩm nội địa"; "Các giải pháp cho doanh nghiệp sản xuất chiếm lĩnh thị trường trong nước"; "Giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề"; diễn đàn "Liên kết - Hành động vì hàng Việt"; tổ chức khảo sát về "Thay đổi hành vi theo hướng thị trường và nhà nước"; phối hợp với Đài truyền hình kỹ thuật số VTC tại TP Hồ Chí Minh tổ chức Chương trình "Doanh nghiệp hôm nay"; tổ chức khảo sát về "Thay đổi hành vi theo hướng thị trường và nhà nước"; phối hợp tổ chức Chương trình "Doanh nghiệp Việt vì người Việt", "Doanh nghiệp hôm nay".

Các tổ chức chính trị - xã hội thông qua các cơ quan báo chí, trang điện tử của tổ chức mình đã xây dựng các chuyên mục tuyên truyền về Cuộc vận động, tích hợp các bài viết chuyên sâu trên các trang báo khác, kết hợp và mở rộng phạm vi thông tin, tuyên truyền trên các nền tảng số; đồng thời gắn việc thực hiện Cuộc vận động với các chương trình, hoạt động, các cuộc vận động, các phong trào thi đua yêu nước của các tổ chức nhằm tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên, người lao động thi đua lao động sáng tạo, phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật tạo ra sản phẩm, hàng hóa chất lượng cao, giá cả hợp lý; tạo điều kiện thuận lợi để đoàn viên, hội viên, người lao động có cơ hội tiếp cận, sử dụng sản phẩm, hàng hóa,

dịch vụ chất lượng của các doanh nghiệp trong nước. Đã duy trì và lan tỏa các hoạt động “Tuần lễ hàng Việt Nam”, Chương trình “Đưa hàng Việt về nông thôn” (Hội Nông dân Việt Nam); Cuộc vận động “Thanh niên Việt Nam đồng hành cùng hàng Việt Nam” (Đoàn TNCS Hồ Chí Minh); các “Phiên chợ công nhân, phiên chợ nghĩa tình”; “Gian hàng 0 đồng”; “Tuần lễ bán hàng giảm giá cho người lao động” (Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam); “Câu lạc bộ phụ nữ ưu tiên dùng hàng Việt Nam” (Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam)... Bên cạnh đó các tổ chức chính trị-xã hội đã nêu cao vai trò trách nhiệm giám sát, phản biện xã hội trong triển khai Cuộc vận động, điển hình là Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam đã tổ chức giám sát việc thực hiện Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa tại 4 tỉnh: Bắc Ninh, Thanh Hóa, Tây Ninh và Bà Rịa - Vũng Tàu.

* **Các tỉnh, thành phố:** Theo báo cáo của Ban Chỉ đạo Cuộc vận động của 56/63 tỉnh, thành phố, đã tổ chức được 130.269 cuộc tuyên truyền với 6.937.139 lượt người tham dự, hàng chục nghìn tin, bài, phóng sự, clip hình ảnh, chuyên mục; tổ chức được 1.219 hội nghị, hội thảo xúc tiến đầu tư, kết nối cung cầu; phối hợp tổ chức 2.955 hội chợ, triển lãm, chuyên đưa hàng Việt về nông thôn, xây dựng được 2.002 mô hình “Tự hào hàng Việt”, “Câu lạc bộ hàng Việt”; “Điểm bán hàng Việt”; “Nhận diện hàng Việt”, “Gian hàng bình ổn giá”.

Trong quá trình triển khai Cuộc vận động, các tỉnh, thành phố đã có nhiều hình thức, chương trình tuyên truyền phong phú, nội dung đổi mới, cách làm sáng tạo, vận động bằng nhiều hình thức lồng ghép, tiếp tục mở các chuyên mục nhận biết “hàng thật, hàng giả”, “tự hào hàng Việt”, ban hành tài liệu hỏi - đáp về Cuộc vận động ...nhằm nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về hàng Việt Nam; tổ chức các lễ hội, hội chợ triển lãm, đưa hàng về nông thôn phục vụ Tết nguyên đán.

Năm 2022, các cấp, các ngành; các cơ quan báo chí, đài phát thanh- truyền hình tỉnh, thành phố đã phối hợp chặt chẽ với MTTQ và tổ chức thành viên cùng cấp kịp thời đổi mới công tác tuyên truyền với các nội dung phong phú, hình thức sáng tạo, hiệu quả, phù hợp với hoàn cảnh cụ thể từng địa phương; tuyên truyền mục đích, ý nghĩa Cuộc vận động, về niềm tự hào của việc sử dụng hàng nội, giới thiệu, quảng bá sản phẩm, hàng hóa chất lượng, có thương hiệu trên sàn giao dịch thương mại điện tử, zalo, qua hệ thống phát thanh cơ sở. Các nội dung tuyên truyền được truyền tải trên trang Website của MTTQ các cấp, các đoàn thể, các sở, ban, ngành liên quan; trên các chuyên trang, chuyên mục báo, đài phát thanh-truyền hình tỉnh, thành phố, hệ thống truyền thanh cơ sở, các lớp tập huấn ở địa phương... Với việc coi trọng tuyên truyền cả 03 đối tượng: Người sản xuất, người kinh doanh và người tiêu dùng; hướng tới mục tiêu “Tự hào hàng Việt”; “Tự hào thương hiệu Quốc gia”; vận động nhân dân, doanh nghiệp tham gia vào các mô hình “liên kết 3 nhà”, “Kinh doanh trách nhiệm, tiêu dùng bền vững trong thời kỳ bình thường mới” nhằm giúp người dân hiểu rõ, sâu hơn về Cuộc vận động, về hàng Việt Nam.

2.2. Hoạt động quảng bá hàng hóa, dịch vụ

Năm 2022, các đơn vị, địa phương tổ chức thành công nhiều chương trình, hội chợ, tuần hàng Việt giới thiệu, xúc tiến thương mại, điểm bán sản phẩm OCOP, điểm bán hàng Việt Nam với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam, Tinh hoa hàng Việt Nam”... đưa các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ chất lượng của các doanh nghiệp, đơn vị trong nước đến người tiêu dùng theo tinh thần của Chỉ thị số 03-CT/TW ngày 19/5/2021 của Ban Bí thư Trung ương, giúp người tiêu dùng có cơ hội tiếp cận hàng hóa nội địa chất lượng đảm bảo, giá thành hợp lý trở thành điểm nhấn trong thực hiện Cuộc vận động, điển hình: Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam: lần đầu tiên đã tổ chức 22 Chương trình “Chợ Tết Công đoàn” tại 22 tỉnh, thành phố, thông qua đó đã giới thiệu nhiều hàng hóa, dịch vụ chất lượng của các doanh nghiệp Việt đến đông đảo đoàn viên, người lao động, giúp đoàn viên, người lao động có cơ hội tiếp cận hàng hóa nội địa chất lượng đảm bảo, giá hợp lý. Ước tính “Chợ Tết Công đoàn” phục vụ cho trên 250.000 lượt đoàn viên, người lao động tới tham quan, mua sắm và trải nghiệm ưu đãi tại các gian hàng. Tổng giá trị ưu đãi, giảm giá các mặt hàng dành cho người tiêu dùng tại “Chợ Tết Công đoàn” năm nay lên tới 20 tỷ đồng.

Theo báo cáo của Ban Chỉ đạo các tỉnh, thành phố, Sở Công Thương các địa phương đã tổ chức và tiếp nhận theo dõi khoảng 300 đợt bán hàng Việt về nông thôn với khoảng 10.000 lượt doanh nghiệp tham gia, thu hút khoảng 60.000 nghìn lượt người tới tham quan mua sắm, doanh thu mang lại khoảng 20 tỷ đồng; đã tổ chức thực hiện, tiếp nhận theo dõi khoảng 200 hội chợ, triển lãm, doanh thu bán hàng khoảng hơn 300 tỷ đồng và 70.000 đợt khuyến mại với tổng giá trị khuyến mại là khoảng 800 tỷ đồng.

2.3. Công tác hỗ trợ doanh nghiệp trong phân phối, tiêu thụ hàng hóa, mở rộng thị trường; phát triển sản xuất, kinh doanh; bảo vệ người tiêu dùng

* **Ở Trung ương:** Các ban, bộ, ngành đã chủ động, luôn bám sát vào định hướng chính trị của Đảng, sự chỉ đạo điều hành của Chính phủ để triển khai các nhiệm vụ về tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp và người dân bị ảnh hưởng sau dịch bệnh COVID-19; tham mưu, đề xuất Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ nghiên cứu, xây dựng, hoàn thiện các cơ chế, chính sách về cải thiện môi trường sản xuất kinh doanh nhằm hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp, người sản xuất do bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19; đã chủ động chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan rà soát ban hành theo thẩm quyền và lĩnh vực của đơn vị, đặc biệt là trong việc thực hiện xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi): Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn... (Chi tiết tại phụ lục số 01). Ngoài ra các cơ quan cũng triển khai các hoạt động rất thiết thực, hiệu quả để hỗ trợ doanh nghiệp thích ứng an toàn, linh hoạt trước đại dịch, cụ thể:

Bộ Công Thương: đã triển khai nhiều nhiệm vụ mới liên quan đến xây dựng và phát triển thương hiệu gồm tuyên truyền quảng bá thương hiệu ngành hàng, sản

phẩm mang chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận ở thị trường ngoài nước; đã hỗ trợ gần 4000 doanh nghiệp tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại phát triển thị trường trong nước, góp phần thúc đẩy sản xuất, kinh doanh, nâng cao uy tín của doanh nghiệp Việt Nam. Bên cạnh đó triển khai nhiều giải pháp hỗ trợ ứng dụng thương mại điện tử (TMĐT), tiếp tục triển khai các chương trình hợp tác về TMĐT xuyên biên giới với các đối tác là Sàn thương mại điện tử quốc tế lớn như Amazon, Alibaba để hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ đẩy mạnh xuất khẩu, Việt Nam được eMarketer xếp vào nhóm 5 quốc gia có tốc độ tăng trưởng TMĐT hàng đầu thế giới tạo động lực phát triển kinh tế và dẫn dắt chuyển đổi số trong doanh nghiệp.

Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI): cũng đã tham gia tích cực vào công tác hỗ trợ doanh nghiệp sau đại dịch; hướng dẫn và tư vấn cho các doanh nghiệp áp dụng chính sách về giảm thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế giá trị gia tăng, chính sách triển khai gói hỗ trợ lãi suất cho vay, chính sách miễn tiền chậm nộp phát sinh phù hợp với từng đối tượng cụ thể. Đã trực tiếp hoặc trung gian đẩy mạnh liên kết các chuỗi cung ứng của doanh nghiệp, các giá trị thị trường bị gián đoạn...

Các ban, bộ ngành ở Trung ương: tiếp tục chỉ đạo, thực hiện chính sách quy định ưu tiên đầu tư, mua sắm sản phẩm, dịch vụ sản xuất trong nước, mua sắm trong các cơ quan nhà nước: chủ động thực hiện các giải pháp nhằm ưu tiên sử dụng dụng máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu trong nước sản xuất được thay thế hàng nhập khẩu. Nhiều đơn vị đã đưa nội dung sử dụng hàng hóa trong nước sản xuất được vào công tác xây dựng kế hoạch hàng năm để sử dụng các sản phẩm trong nội bộ của Tập đoàn, Tổng công ty và sản phẩm của các doanh nghiệp khác trong nước (Tập đoàn: Dệt May Việt Nam; Điện lực Việt Nam; Dầu khí Việt Nam, Hóa chất Việt Nam; Xăng dầu Việt Nam; Than khoáng sản và các Tổng công ty; Thuốc lá Việt Nam; Thép Việt Nam; Cổ phần Thiết bị Điện Việt Nam; Giấy Việt Nam...), điển hình là các doanh nghiệp trực thuộc Đảng uỷ Khối Doanh nghiệp Trung ương năm 2022, tổng giá trị sử dụng hàng Việt Nam trong đầu tư, sản xuất kinh doanh hơn 475 tỷ đồng, tổng giá trị thỏa thuận, hợp đồng đã thực hiện sử dụng sản phẩm, dịch vụ của nhau tại các doanh nghiệp trong Khối hơn 1.094 tỷ đồng.

*** Tại các địa phương:** Sở Công Thương và các sở, ngành phối hợp tập trung đẩy mạnh triển khai tuyên truyền về lợi ích của thương mại điện tử đến cộng đồng doanh nghiệp và người dân; hỗ trợ doanh nghiệp trong phân phối, tiêu thụ hàng hóa, mở rộng thị trường; một số tỉnh đã phối hợp với Cục thương mại điện tử và kinh tế số thuộc Bộ Công Thương tham gia “Gian hàng Việt trực tuyến”, ứng dụng thương mại điện tử vào bán hàng để tăng hiệu quả, phạm vi bán hàng ngày càng phổ biến. Bên cạnh đó, các địa phương cũng đẩy mạnh các hoạt động kết nối cung cầu; hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia chương trình kích cầu tiêu dùng; nghiên cứu, ứng dụng chuyên giao khoa học và công nghệ trong sản xuất; chương trình kết nối ngân hàng - doanh nghiệp; hỗ trợ ứng dụng tem điện tử thông minh truy xuất nguồn gốc sản phẩm... Điển hình:

Tỉnh Phú Yên: Hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng giải pháp bán hàng đa kênh; cập nhật thông tin doanh nghiệp, sản phẩm, hiệu chỉnh hình ảnh sản phẩm (gắn logo thương hiệu) lên sàn thương mại điện tử cụ thể: cung cấp giải pháp quảng bá sản và sản phẩm tham gia sàn; xây dựng tài khoản trên mạng xã hội.

Tỉnh Khánh Hòa: Tổ chức các lớp tập huấn “Ứng dụng thương mại điện tử và chuyên đổi số trong hoạt động xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp tỉnh Khánh Hòa” nhằm hỗ trợ, giúp các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh nắm bắt và hiểu rõ cách xây dựng vận hành các kênh trực tuyến hỗ trợ trong kinh doanh, phát triển kỹ năng bán hàng tiếp thị trực tuyến cho các doanh nghiệp trên môi trường kinh doanh thương mại điện tử.

Tỉnh Lào Cai: Mở các lớp tập huấn cho 60 đơn vị về thiết kế mẫu mã, bao bì sản phẩm; kỹ năng nghiên cứu, phát triển thị trường trong và ngoài nước cho các cơ sở sản xuất, doanh nghiệp; sàn thương mại điện tử đã mời được 70 đơn vị với trên 300 sản phẩm trao đổi, mua bán; hỗ trợ 30 doanh nghiệp đăng tải 65 sản phẩm trên trang mạng xã hội; 44 doanh nghiệp đăng tin quảng bá sản phẩm...

TP. Hà Nội: Tổ chức chương trình kết nối giao thương giữa các nhà cung cấp khu vực phía Bắc và Bắc Trung Bộ. Tổ chức các đoàn giao thương, xúc tiến thương mại³. Giới thiệu, kết nối 2.000 sản phẩm nông sản thực phẩm, sản phẩm OCOP của các tỉnh, thành phố; kết nối, hỗ trợ các sản phẩm mùa vụ, có khó khăn trong việc tiêu thụ... của các tỉnh, thành phố (*Ninh Thuận, Bình Thuận; Đà Nẵng, Hưng Yên, Lào Cai, Nghệ An...*); Tiếp tục thông tin, giới thiệu danh sách trên 2.500 sản phẩm OCOP Hà Nội và 20 tỉnh, thành phố đến các doanh nghiệp, siêu thị, Điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP..Tổ chức hội nghị kết nối Doanh nghiệp sản xuất sản phẩm công nghiệp chủ lực thành phố Hà Nội - doanh nghiệp Italia. Hội nghị đánh giá, kết nối giao thương chuỗi cung ứng an toàn thực phẩm nông, lâm, thủy sản trung bày giới thiệu sản phẩm tiêu biểu của Hà Nội và các tỉnh. Tiếp tục thông tin, kết nối 1.130 đầu mối sản phẩm nông lâm thủy sản của của 43 tỉnh, thành phố. Duy trì 133 điểm kết nối tại khu dân cư, trang thương mại điện tử, fanpage chợ nhà mình, hỗ trợ quảng bá sản phẩm OCOP, sản phẩm an toàn của phụ nữ Thủ đô. Tổ chức các sự kiện kết nối, quảng bá sản phẩm cho Doanh nghiệp, HTX, cơ sở sản xuất tại “*Phiên chợ cuối tuần*”; 21 chương trình kết nối xúc tiến thương mại của thành phố tại Hà Nội, các tỉnh, tại Lào, Campuchia; Vận động cán bộ hội viên phụ nữ tiêu thụ 132 tấn nông sản, củ quả các loại.

2.4. Công tác kiểm tra, giám sát

Năm 2022, Ban Chỉ đạo Trung ương nhận được báo cáo kết quả kiểm tra của 07 đơn vị kiểm tra ở 15 địa phương: Bộ Công Thương (Bình Dương, Bình Phước, Vĩnh

³ Đoàn kết nối xúc tiến tiêu thụ Bí xanh thơm và sản phẩm OCOP tỉnh Bắc Kạn năm 2022; Đoàn tham gia các Sự kiện giao thương, quảng bá sản phẩm hàng hóa tại TP Đà Nẵng từ ngày 03 - 05/8/2022; Đoàn công tác thực hiện hoạt động liên kết vùng, kết nối cung - cầu hàng hóa tại khu vực miền Trung - Tây Nguyên năm 2022 tại tỉnh Ninh Thuận từ ngày 18 - 21/8/2022, hỗ trợ doanh nghiệp Hà Nội tìm hiểu thông tin nguồn hàng đặc sản, sản phẩm OCOP Ninh Thuận để khai thác về thị trường Hà Nội; Hỗ trợ đoàn công tác Kon Tum giới thiệu, kết nối sản phẩm OCOP vào Điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP của Hà Nội tại quận Cầu Giấy, Bắc Từ Liêm...

Phúc), Đảng Ủy khối DNTW (Hà Nam, Thái Bình, Vĩnh Long); Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam (Phú Thọ, Điện Biên); Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam (Quảng Trị, Thừa Thiên Huế); Bộ Ngoại giao (Bà Rịa - Vũng Tàu, Nghệ An); Hiệp Hội DN nhỏ và vừa Việt Nam (Quảng Bình); Bộ Nội vụ (Phú Yên, Khánh Hòa). Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam đã ban hành kế hoạch và tổ chức giám sát việc thực hiện Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa về hỗ trợ đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ tại 4 tỉnh: Bắc Ninh, Thanh Hóa, Tây Ninh và Bà Rịa - Vũng Tàu. Các thành viên Ban Chỉ đạo Cuộc vận động khác thường xuyên chỉ đạo, theo dõi, tổng hợp đánh giá việc thực hiện Cuộc vận động qua báo cáo kết quả cuối năm của địa phương, tuy nhiên chưa bố trí được thời gian về kiểm tra trực tiếp tại địa phương. Qua báo cáo kết quả của các cơ quan thành viên về kiểm tra việc thực hiện Cuộc vận động theo phân công đối với các tỉnh, thành phố cho thấy các cơ quan thành viên, đặc biệt là thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương rất nghiêm túc, trách nhiệm với công việc được giao; đã chủ động chỉ đạo xây dựng kế hoạch, thành lập Đoàn kiểm tra, tổng hợp báo cáo kết quả gửi về Ban Chỉ đạo Trung ương. Ban Chỉ đạo các tỉnh, thành phố cũng bám sát kế hoạch, chủ động liên hệ với các đầu mối của cơ quan thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương được phân công theo dõi địa phương mình để liên hệ gửi báo cáo, chương trình làm việc của Đoàn kiểm tra.

Hưởng ứng Cuộc vận động, các doanh nghiệp, nhà sản xuất, dịch vụ đã nhận thức được trách nhiệm của doanh nghiệp, tăng cường kiểm tra, giám sát hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị mình; nâng cao chất lượng sản phẩm; tiết kiệm chi phí, hạ giá thành sản phẩm; đã tăng cường áp dụng mã QR code, tem điện tử thông minh truy xuất nguồn gốc sản phẩm với số lượng ngày càng tăng và phổ biến làm minh bạch về xuất xứ cũng như chất lượng sản phẩm góp phần đẩy lùi nạn hàng giả, hàng nhái trên thị trường.

Lực lượng quản lý thị trường (QLTT) theo chức năng, nhiệm vụ đã chủ động xây dựng phương án, kế hoạch đấu tranh và tăng cường phối hợp với các lực lượng chức năng kiểm tra, kiểm soát hàng hóa trên thị trường, chú trọng ngăn chặn tình trạng buôn lậu, buôn bán hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc, xuất xứ ngay từ tuyên biên giới, trên đường biển, đường bộ, hàng không; đặc biệt là hoạt động kinh doanh xăng dầu và các mặt hàng vật tư y tế phòng, chống dịch Covid-19. Qua báo cáo năm 2022 của các cơ quan liên quan, lực lượng QLTT phát hiện xử lý 43.898 vụ vi phạm (trong đó, 7.540 vụ buôn lậu, 32.810 vụ gian lận thương mại, 3.548 vụ hàng giả); thu nộp ngân sách nhà nước 490.000 tỷ đồng.

3. Đánh giá chung

3.1. Ưu điểm

Mặc dù bị ảnh hưởng nặng nề hơn 02 năm liên tiếp của dịch COVID-19, nhưng với sự quan tâm, chỉ đạo của các cấp ủy Đảng và sự phối hợp của chính quyền, các ban, bộ, ngành, Mặt trận và tổ chức chính trị - xã hội, Cuộc vận động đã được triển khai đồng bộ, sâu rộng, nhất là việc quán triệt triển khai Chỉ thị số

03-CT/TW của Ban Bí thư, các văn bản của Đảng, Nhà nước, của Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động. Cấp ủy các cấp đã thể hiện vai trò lãnh đạo, chỉ đạo, định hướng trong thực hiện Cuộc vận động, người đứng đầu các cơ quan, tổ chức, đơn vị thể hiện sự gương mẫu. Từng cấp, ngành đã có chương trình, kế hoạch và giải pháp thiết thực triển khai Cuộc vận động nên đã thu hút được sự quan tâm, đồng thuận, hưởng ứng của các tầng lớp nhân dân, cộng đồng doanh nghiệp, đặc biệt là các thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương rất nghiêm túc, trách nhiệm với công việc được giao; đã chủ động chỉ đạo xây dựng kế hoạch, thành lập Đoàn kiểm tra; theo dõi, đôn đốc, tổng hợp báo cáo kết quả gửi về Ban Chỉ đạo Trung ương kịp thời.

Các đơn vị, doanh nghiệp đã hưởng ứng các nội dung Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, thực hiện nghiêm túc các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước trong triển khai thực hiện Cuộc vận động, nỗ lực phấn đấu vượt qua khó khăn để ổn định sản xuất, phục hồi và phát triển kinh tế sau đại dịch. Đứng trước những tác động của hậu quả dịch bệnh Covid-19, các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa đã chủ động chuyển đổi linh hoạt phương thức sản xuất, kinh doanh; mạnh dạn đổi mới, sáng tạo, ứng dụng khoa học công nghệ, để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp... hàng hóa Việt Nam vẫn đảm bảo đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước trước bối cảnh hạn chế xuất nhập khẩu nguyên, vật liệu, sản phẩm; tạo việc làm cho người lao động; giữ vững và phát triển sản xuất, kinh doanh, ổn định thị trường...

3.2. Tồn tại, hạn chế

Công tác tuyên truyền thiếu các hoạt động mang tính chuyên đề, trực quan tác động trực tiếp đến từng đối tượng cụ thể (người tiêu dùng, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh).

Các hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng giả, vi phạm sở hữu trí tuệ hoạt động núp bóng các hình thức kinh doanh hợp pháp; nhiều mặt hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ được chào bán công khai trên các mạng xã hội với nhiều địa chỉ bán hàng online không thông tin khai báo, đăng ký hoạt động kinh doanh diễn biến phức tạp, gây khó khăn cho công tác quản lý, kiểm tra, kiểm soát của lực lượng chức năng. Bên cạnh đó việc xử phạt vi phạm của các ngành chức năng chưa nghiêm, chưa triệt để nên tình trạng hàng giả, hàng nhái, hàng nhập lậu trôi nổi trên thị trường vẫn diễn ra.

Chưa phát huy mạnh mẽ vai trò kết nối giữa các hiệp hội, ngành hàng, các doanh nghiệp với các cơ quan quản lý nhà nước trong công tác phát triển thị trường; bên cạnh đó do ảnh hưởng từ hậu quả của dịch bệnh Covid-19 nhiều doanh nghiệp Việt Nam bị đứt gãy thị trường xuất khẩu, thiếu nguồn nguyên liệu, các đơn hàng bị đình trệ; các doanh nghiệp chưa thiết lập được kênh phân phối sản phẩm thuận tiện, linh hoạt, hiệu quả để đưa hàng Việt đến gần hơn với người tiêu dùng.

Công tác thông tin báo cáo của các địa phương, cơ quan thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động còn chậm, số liệu chưa đầy đủ nên việc xây dựng báo cáo còn gặp nhiều khó khăn, chưa đánh giá đúng tình hình và kết quả triển khai Cuộc vận động ở địa phương, bộ, ngành, cơ quan Trung ương chất lượng có báo cáo còn hạn chế. Năm 2022, còn 04/28 cơ quan thành viên của BCĐTWCVĐ⁴ chưa gửi báo cáo về Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động.

3.3. Nguyên nhân của những tồn tại, hạn chế

Một số cấp ủy, chính quyền, cơ quan thành viên Ban Chỉ đạo chưa thực sự quan tâm đúng mức đến công tác lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện Cuộc vận động, chưa gắn kết với nhiệm vụ chính trị của địa phương với triển khai Cuộc vận động; một số cơ quan, ban, ngành, đoàn thể, doanh nghiệp nhận thức về Cuộc vận động còn hạn chế, chưa quan tâm đúng mức trong công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện tại địa phương, đơn vị.

Công tác đấu tranh chống hàng giả, hàng nhái, hàng nhập lậu, hàng kém chất lượng chưa kiên quyết và triệt để.

Công tác thông tin, báo cáo còn hạn chế, chưa thường xuyên, nên việc tổng hợp báo cáo còn gặp nhiều khó khăn, không kịp thời; một số đơn vị báo cáo nội dung còn sơ sài, không có số liệu chứng minh.

III. PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG NĂM 2023

1. Dự báo tình hình

Trong năm 2023 và những năm tiếp theo tình hình kinh tế, chính trị thế giới vẫn còn nhiều biến động; dự báo tình hình phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam còn nhiều khó khăn, thách thức. Hậu quả của đại dịch Covid-19 đã tác động đến mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội của đất nước. Vì thế, đầu năm 2023, sức mua sẽ giảm, tạo áp lực lên các hoạt động kinh doanh, sản xuất; thị trường nội địa sẽ phải đối mặt với khó khăn khi lượng lao động bị sa thải rất nhiều vào giai đoạn cuối năm 2022; chính sách tài chính, tiền tệ cũng ảnh hưởng rất lớn đến kim ngạch xuất khẩu. Trong bối cảnh đó, quan trọng nhất là giải quyết vấn đề việc làm cho lực lượng lao động; cần tính tới vấn đề đào tạo, tạo điều kiện cho người lao động thích ứng theo kịp công nghệ mới. Việc thực hiện các Hiệp định Thương mại tự do thế hệ mới, những cam kết của EU về lộ trình xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với hàng hóa Việt đem đến xung lực mới cho nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, kinh tế Việt Nam cũng đứng trước cuộc cạnh tranh gay gắt, nhiều thách thức mới, hàng hóa nước ngoài nhập vào nhiều hơn... trong khi đó quy mô của các doanh nghiệp Việt Nam nhỏ, tiềm lực không đủ mạnh, sức cạnh tranh không cao. Những cơ hội, thách thức và khó khăn sẽ và đang tác động không nhỏ đến việc thu hút, động viên Nhân dân chung

⁴ Còn 4 thành viên của BCĐTWCVĐ chưa gửi báo cáo: Bộ Thông tin - Truyền thông, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Đài Tiếng Nói Việt Nam, Báo Nhân dân,

sức, chung lòng, phát huy sáng kiến, sát cánh cùng Đảng, Nhà nước xây dựng kinh tế đất nước ổn định, phát triển vững mạnh... Đây là thách thức lớn đối với việc thực hiện cuộc vận động thời gian tới, do đó cùng với các chính sách hỗ trợ của Nhà nước đối với doanh nghiệp thì việc đẩy mạnh công tác tuyên truyền về Cuộc vận động trong thời gian tới là rất cần thiết.

2. Phương hướng, nhiệm vụ năm 2023

(1) Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quán triệt và tổ chức thực hiện Chỉ thị số 03-CT/TW ngày 19 tháng 5 năm 2021 của Ban Bí thư; Chỉ thị số 28/CT-TTg ngày 26 tháng 10 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" trong tình hình mới; Nghị quyết số 06/NQ-MTTW-ĐCT ngày 03/7/2020 của Đoàn Chủ tịch Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam về khắc phục tác động của đại dịch Covid-19 để phục hồi và phát triển nền kinh tế đất nước và các văn bản chỉ đạo của Đảng, Nhà nước trong giai đoạn mới.

(2) Phát huy vai trò của Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội, nghề nghiệp, các cơ quan truyền thông, báo chí trong công tác tuyên truyền về Cuộc vận động; tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Cuộc vận động trên ba trụ cột: (i) đổi mới sáng tạo, đổi mới công nghệ; (ii) có cơ chế chính sách phù hợp với luật pháp quốc tế để kích thích sản xuất, tiêu dùng trong nước; (iii) tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền vận động cán bộ, đoàn viên, hội viên, người tiêu dùng ưu tiên mua sắm, sử dụng hàng Việt Nam, xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam; kịp thời biểu dương, khen thưởng các tập thể, cá nhân thực hiện tốt Cuộc vận động ở địa phương, đơn vị, cơ sở.

(3) Rà soát, ban hành bổ sung cơ chế, chính sách 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), khuyến khích và định hướng tiêu dùng của nhân dân.

(4) Tiếp tục tổ chức 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" theo Quyết định số 386/QĐ-TTg, ngày 17/3/2021 của Thủ tướng Chính phủ.

(5) Vận động các doanh nghiệp đẩy mạnh ứng dụng khoa học, đổi mới quy trình quản lý, nâng cao tiêu chuẩn, chất lượng sản phẩm, hàng hóa dịch vụ; triển khai các ứng dụng công nghệ truy xuất nguồn gốc sản phẩm; chủ động xây dựng và bảo vệ thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm; nâng cao năng lực nội tại và sức cạnh tranh phát huy vai trò đầu tàu của các tập đoàn, doanh nghiệp lớn; phát triển, mở rộng hệ thống phân phối, tiêu thụ sản phẩm tiện lợi cho người tiêu dùng.

(6) Nâng cao hơn nữa tinh thần trách nhiệm của các cơ quan, đơn vị sử dụng hàng hóa nội địa khi thực hiện mua sắm công; các doanh nghiệp, người sản xuất, kinh doanh trong nước khi triển khai thực hiện các dự án, công trình sử dụng các trang thiết bị, nguyên vật liệu nội địa và dịch vụ có chất lượng tương đương hàng ngoại nhập để sản xuất và kinh doanh.

(7) Tăng cường hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra thực hiện Cuộc vận động ở các cấp. Kiện toàn, củng cố về tổ chức và nâng cao hoạt động của Ban Chỉ đạo Cuộc vận động ở Trung ương và cấp tỉnh. Định kỳ sơ kết Cuộc vận động.

IV. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Đề nghị Chính phủ

- Chỉ đạo các Bộ, ngành liên quan sớm hoàn thiện, khai thác hiệu quả Cổng Thông tin quốc gia về doanh nghiệp để tổng hợp, chia sẻ miễn phí thông tin về các chương trình, chính sách, mạng lưới tư vấn viên hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa để doanh nghiệp tiếp cận nhanh chóng, dễ dàng, khoa học; đẩy nhanh lộ trình số hóa của Chính phủ, tuyên truyền thực hiện số hóa tại khối doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp nhỏ và vừa (SOE, SME) để mở rộng thị trường cung cấp sản phẩm công nghệ thông tin của doanh nghiệp Việt Nam.

- Tiếp tục ưu tiên tạo hành lang cơ chế, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp trong nước nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Khi các doanh nghiệp đang phải chịu những tác động từ sau đại dịch Covid-19, Nhà nước cần quan tâm hỗ trợ chuyển đổi số cho doanh nghiệp; hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là lao động phổ thông; cung cấp thông tin thị trường cho doanh nghiệp, hỗ trợ doanh nghiệp trong xây dựng, quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm, xúc tiến thương mại mở rộng thị trường trong và ngoài nước... đẩy mạnh đổi mới, ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa Việt Nam.

- Tiếp tục chỉ đạo các cơ quan chức năng tăng cường kiểm tra, xử lý nghiêm các hành vi sản xuất, kinh doanh hàng nhập lậu, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo an toàn thực phẩm và vi phạm quyền lợi người tiêu dùng.

- Tiếp tục chỉ đạo, rà soát, bổ sung, ban hành cơ chế, chính sách nhằm phát triển sản xuất kinh doanh, đáp ứng yêu cầu tăng tính tự chủ của nền kinh tế đất nước trong tình hình mới.

2. Đề nghị Bộ, ngành Trung ương

- Rà soát, sửa đổi, bổ sung, ban hành các cơ chế, chính sách và các văn bản pháp luật phù hợp với mục tiêu thực hiện “nhiệm vụ kép”, vừa tập trung khôi phục, phát triển sản xuất kinh doanh, vừa phòng, chống khắc phục tác động của đại dịch Covid-19, đồng thời không trái với các quy định của WTO, các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới nhằm bảo vệ, hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực sản xuất, năng lực cạnh tranh, xây dựng và bảo vệ thương hiệu, quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường nhanh chóng phục hồi, ổn định và phát triển.

- Tăng cường công tác quản lý nhà nước, đảm bảo môi trường thông thoáng, bình đẳng giữa các doanh nghiệp trên thị trường; kiên quyết xử lý những sai phạm trong sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

3. Đề nghị các tỉnh, thành ủy

- Tiếp tục quán triệt, phổ biến sâu rộng Chỉ thị số 03-CT/TW ngày 19/5/2021 của Ban Bí thư Trung ương Đảng về Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới; rà soát, bổ sung kế hoạch, chương trình hành động thực hiện Chỉ thị số 03-CT/TW; phân công các ngành, các cấp tổ chức thực hiện Cuộc vận động ở địa phương.
- Ban hành chính sách cụ thể, phù hợp với đặc điểm tình hình địa phương, tạo môi trường sản xuất kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp, hộ sản xuất kinh doanh cá thể, ưu tiên các doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- Tăng cường công tác quản lý thị trường, đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, hàng nhái, hàng không đảm bảo an toàn thực phẩm trên địa bàn. Đề cao trách nhiệm gương mẫu của Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị trong việc ưu tiên mua sắm, sử dụng hàng hoá thương hiệu Việt Nam.
- Rà soát quy chế hoạt động, phân công nhiệm vụ của các thành viên Ban Chỉ đạo; tăng cường công tác hướng dẫn, kiểm tra, đôn đốc việc thực hiện Cuộc vận động của các cấp ủy, chính quyền, Mặt trận và các đoàn thể, các doanh nghiệp trên địa bàn các tỉnh, thành phố.

TM. BAN CHỈ ĐẠO TRUNG ƯƠNG
PHÓ TRƯỞNG BAN THƯỜNG TRỰC

Đã ký: Nguyễn Thị Thu Hà

Ủy viên BCH Trung ương Đảng,

Phó Chủ tịch – Tổng Thư ký

Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam

TỈNH ỦY QUẢNG NGÃI
VĂN PHÒNG

*

Số 831-BS/VPTU

SAO LỤC

Quảng Ngãi, ngày 10 tháng 5 năm 2023

Nơi nhận

- Các đồng chí Ủy viên Ban Thường vụ Tỉnh ủy,
- Ban Dân vận Tỉnh ủy,
- Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy,
- Công Thông tin điện tử Đảng bộ tỉnh,
- C, PCVP Tỉnh ủy; P. TH,
- Lưu Văn phòng Tỉnh ủy.

K/T CHÁNH VĂN PHÒNG
PHÓ CHÁNH VĂN PHÒNG


Nguyễn Thị Ngọc Bích

PHỤ LỤC

Kết quả triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2022 của các cơ quan thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động

1. Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam, với trách nhiệm là cơ quan Thường trực Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động, Ban Thường trực Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam đã tham mưu triển khai các hoạt động của Ban Chỉ đạo, như: Tham mưu ban hành Kế hoạch của Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động triển khai thực hiện Cuộc vận động năm 2022; tham mưu ban hành Chương trình phối hợp giữa Ban Thường trực và Bộ Công Thương về đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới; Kế hoạch tổ chức phản biện xã hội Dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi); Tham gia ý kiến phản biện vào dự thảo Dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi); tham mưu Thông báo phân công các thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” theo dõi, phụ trách các tỉnh, thành phố năm 2022; Thông báo danh sách kiện toàn, thay đổi thành viên Ban Chỉ đạo Trung ương và Ban Thư ký Cuộc vận động; Chuẩn bị các nội dung phục vụ các cuộc họp của Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động, Ban Thư ký, Tổ giúp việc theo định kỳ và đột xuất.

2. Văn phòng Chính phủ

Đảng ủy, Lãnh đạo Văn phòng Chính phủ đã chỉ đạo Công đoàn Văn phòng Chính phủ hướng dẫn các công đoàn cơ sở, công đoàn bộ phận lồng ghép nội dung Cuộc vận động vào nội dung của các hội nghị, sinh hoạt công đoàn...; tuyên truyền các tiêu chuẩn về chất lượng, giá cả sản phẩm, hàng hóa Việt Nam sản xuất tới cán bộ, công chức, viên chức, người lao động, nhất là các loại sản phẩm, hàng hóa liên quan trực tiếp đến đời sống con người như: lương thực, thực phẩm, hàng tiêu dùng thiết yếu... Chỉ đạo các đơn vị sử dụng hàng hóa nội địa có chất lượng để đưa vào phục vụ hoạt động của cơ quan, đơn vị.

Trong năm 2022, để tiếp tục triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, Văn phòng Chính phủ đã tham mưu giúp Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ trong quá trình chỉ đạo điều hành, có nhiều chỉ đạo các Bộ, ngành, địa phương phát triển hệ thống phân phối hàng hóa cố định và bền vững, ưu tiên đối với hàng Việt Nam; nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng Việt, doanh nghiệp Việt, nhất là tăng cường phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát huy nội lực, phát triển sản phẩm OCOP có thương hiệu (Chương trình mỗi xã một sản phẩm) dựa trên thế mạnh lợi thế về nguyên liệu của địa phương, đặc biệt là các đặc sản, sản vật làng nghề và dịch vụ du lịch của làng, xã, cộng đồng theo hướng kinh tế tuần hoàn (Quyết định số 919/QĐ-TTg ngày 01/8/2022).

3. Ban Kinh tế Trung ương

Đã chủ trì nghiên cứu Đề án báo cáo Bộ Chính trị trình BCH Trung ương ban hành Nghị quyết số 29-NQ-TW ngày 17/11/2022 về tiếp tục đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, trong Nghị quyết có nhấn mạnh yêu cầu “tăng cường chính sách đặt hàng, giao nhiệm vụ sản xuất, chính sách mua sắm công theo hướng ưu tiên sử dụng hàng hóa trong nước”. Ban đã bám sát nội dung các văn bản của Đảng, Nhà nước, hướng dẫn của Trung ương về các nội dung Cuộc vận động đến toàn thể cán bộ, đảng viên và người lao động trong Đảng bộ, đồng thời chỉ đạo các cấp ủy đảng cơ sở, công đoàn, đoàn thanh niên phát động và triển khai thực hiện Chương trình cán bộ, đảng viên và người lao động của cơ quan sử dụng sản phẩm, dịch vụ trong nước sản xuất phù hợp với chức năng, nhiệm vụ và điều kiện cụ thể của từng đơn vị.

4. Ban Tuyên giáo Trung ương: Ban hành Hướng dẫn số 49-HD/BTGTW ngày 20/4/2022 đẩy mạnh tuyên truyền, triển khai thực hiện Chỉ thị số 03-CT/TW ngày 19/5/2021 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với Cuộc vận động trong tình hình mới. Bên cạnh đó, Ban Chỉ đạo 35 Trung ương thường xuyên chỉ đạo rà soát, nắm chắc tình hình thông tin sai lệch, chống phá chủ trương thúc đẩy Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, công tác điều hành kinh tế-xã hội của Chính phủ, như: Xuyên tạc, chống

phá các sản phẩm hàng hóa, hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp Việt nhằm hạ thấp giá trị, kích động tây chay, nhất là sản phẩm công nghiệp, công nghệ cao (ôtô Vinfast, điện thoại Bphone...); đả kích, bóp méo, xuyên tạc công tác tuyên truyền về sản phẩm, hàng hóa Việt Nam, nhất là những đánh giá tích cực của quốc tế về hàng hóa Việt Nam. Lợi dụng một số khiếm khuyết, hạn chế chất lượng, hoặc thông tin tiêu cực, hoặc sai phạm của một số sản phẩm Việt Nam, công kích chỉ tiêu, tiêu chí hàng hóa, sản phẩm Việt Nam nhằm hạ thấp uy tín, gieo rắc hoang mang, tâm lý bài trừ hàng trong nước..

Trong năm 2022, Viện Dư luận xã hội đã phối hợp với ban tuyên giáo các tỉnh, thành ủy, đảng ủy trực thuộc Trung ương thực hiện các cuộc thăm dò dư luận xã hội liên quan Cuộc vận động, Kết quả cuộc thăm dò dư luận xã hội về việc thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới cho thấy: Sau hơn một năm triển khai Chỉ thị số 03-CT/TW của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với Cuộc vận động đã thu được nhiều kết quả đáng phấn khởi. Đa số cán bộ, đảng viên, Nhân dân đánh giá cao và cho rằng các nội dung nhiệm vụ trong Chỉ thị số 03-CT/TW, đã được thực hiện tốt trong thời gian qua. Phân tích kết quả thăm dò dư luận xã hội cho thấy, so với những năm trước, Cuộc vận động đã đem lại hiệu quả tích cực, tạo nên những chuyển biến trong nhận thức, thái độ và hành vi ưu tiên dùng hàng Việt Nam trong xã hội. Hiện nay, đa số người dân đã tự xác định tâm thế khi mua hàng hóa sẽ ưu tiên dùng hàng Việt Nam và khuyên người thân trong gia đình, bạn bè, người quen nên mua hàng Việt Nam. Nhiều mặt hàng sản xuất trong nước đã được người dân ưa chuộng mua sắm hơn (nhất là: các sản phẩm dệt may; nông sản, rau quả; thực phẩm; các sản phẩm da, giày; đồ gia dụng...).

5. Ban Dân vận Trung ương

Năm 2022, Ban Dân vận Trung ương đã phối hợp với Ban Kinh tế Trung ương hoàn thành việc tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TW, ngày 09/12/2011 của Bộ Chính trị khóa XI “Về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế” và tham mưu với Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết mới của Bộ Chính trị về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam góp phần thực hiện mục tiêu trở thành quốc gia phát triển, thu nhập cao. Ban Dân vận Trung ương và ban dân vận cấp ủy các cấp đã tích cực phối hợp với Đảng đoàn Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam; các bộ, ngành, địa phương, đơn vị các tỉnh, thành phố tổ chức bình chọn, khen thưởng và tôn vinh doanh nhân, doanh nghiệp thông qua các giải thưởng có uy tín như: “Doanh nhân tiêu biểu” - Cúp Thánh Gióng, “Doanh nhân Nữ tiêu biểu” - Cúp Bông Hồng Vàng, khen thưởng các doanh nghiệp có thành tích xuất khẩu, nộp ngân sách nhà nước, thực hiện trách nhiệm xã hội, giải quyết công ăn việc làm cho người lao động...

6. Bộ Công Thương

Bộ đã chủ trì phối hợp với các Bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các tổ chức, cá nhân có liên quan thực hiện xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) đảm bảo tiến độ, quy trình theo quy định. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) đã được đưa vào chương trình xây dựng luật của Quốc hội với tiến độ trình Quốc hội cho ý kiến lần đầu tại kỳ họp thứ 4 (tháng 10/2022) và thông qua tại kỳ họp thứ 5 (tháng 5/2023). Bộ đã chủ động nghiên cứu, xây dựng và hoàn thiện nhiều công cụ để tăng cường hiệu quả tương tác, hỗ trợ người tiêu dùng, tổ chức xã hội, doanh nghiệp trong thực thi công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong đó, phần lớn các công cụ đều được triển khai hướng đến chuyển đổi số và áp dụng khoa học công nghệ để thuận tiện cho người tiêu dùng và doanh nghiệp. Bộ đã xây dựng và hoàn thiện Bộ tiêu chí Doanh nghiệp vì người tiêu dùng trong lĩnh vực bán lẻ (Bộ tiêu chí); thực hiện các hoạt động truyền thông để lan tỏa, phổ biến Bộ tiêu chí tới doanh nghiệp và cộng đồng xã hội... Ngoài ra, trong các hoạt động và sự kiện tuyên truyền về pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Bộ Công Thương đã lồng ghép tuyên truyền cho người tiêu dùng về ý nghĩa, tầm quan trọng, khơi dậy tinh thần tự hào, tự tôn dân tộc của người tiêu dùng Việt Nam đối với sản phẩm của doanh nghiệp Việt Nam sản xuất.

7. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Tăng cường công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tuyên truyền triển khai thực hiện Cuộc vận động: (1) Ban cán sự Đảng Bộ đã chỉ đạo xây dựng và ban hành Chương trình hành động số 03-Ctr/BCSD ngày 01/04/2022 hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng

Việt Nam” trong tình hình mới với chủ đề “Nâng cao nông sản Việt- Nâng cao giá trị Việt- Nâng cao tâm hồn Việt”; (2) Ban hành Kế hoạch số 08-KH/BCSD ngày 12/04/2022 về việc tổ chức Hội nghị quán triệt Chương trình hành động của Ban cán sự Đảng bộ hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050; (3) Ban hành Quyết định số 1386/QĐ-BNN-CBTNS ngày 15/4/2022 về kế hoạch thực hiện Chương trình hành động của Ban cán sự Đảng bộ hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới, theo đó đã phân giao nhiệm vụ cụ thể cho các đơn vị thuộc Bộ tổ chức triển khai thực hiện.

Tổ chức thành công các hội chợ lớn của ngành, qua đó tăng cường quảng bá hình ảnh, thương hiệu nông sản, giới thiệu những sản phẩm nông đặc sản, sản phẩm chủ lực vùng miền, sản phẩm hữu cơ và vật tư nông nghiệp, dịch vụ thương hiệu Việt chất lượng, những địa chỉ uy tín để người tiêu dùng có đầy đủ thông tin về nông sản, dịch vụ thương hiệu Việt; thúc đẩy giao thương, tiêu thụ nông sản; Kết nối tiêu thụ nông sản cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, hộ kinh doanh trong lĩnh vực nông nghiệp trên nền tảng số; Duy trì xây dựng và phát hành hàng tháng 02 bản tin về thị trường nông sản: Bản tin sản xuất và tiêu thụ nông sản trong nước; Bản tin phân tích dự báo thị trường nông sản xuất khẩu.

8. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Ban Cán sự Đảng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Kế hoạch số 09-KH/BCSD ngày 2/6/2022 triển khai thực hiện Chỉ thị số 03-CT/TW của Ban Bí thư về việc tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với Cuộc vận động trong tình hình mới.

9. Bộ Tài chính

Tham mưu Ban Chỉ đạo 389 Bộ Tài chính trong công tác nắm tình hình hình buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả để kịp thời trình và tổ chức triển khai các văn bản chỉ đạo Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, Trưởng ban Chỉ đạo 389 quốc gia trong công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả như ban hành và triển khai các Kế hoạch cao điểm chống buôn lậu gian lận thương mại và hàng giả dịp trước, trong và sau dịp Nguyên đán Nhâm Dần năm 2022 và Tết Nguyên đán Quý Mão năm 2023. Đồng thời, ban hành văn bản chỉ đạo về: Tăng cường chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả đối với nhóm mặt hàng sinh phẩm, vật tư, thiết bị y tế phòng chống dịch Covid 19; tăng cường công tác đấu tranh chống buôn lậu xăng dầu, than theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ và Ban Chỉ đạo 389 quốc gia; Tăng cường chống buôn lậu, gian lận thương mại điện tử qua biên giới; Kiện toàn Ban Chỉ đạo chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả Bộ Tài chính; Ban hành Quy chế hoạt động của Ban Chỉ đạo chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả Bộ Tài chính và triển khai Kế hoạch chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả trên các tuyến biên giới, vùng biển, địa bàn nội địa, cảng hàng không quốc tế.

10. Bộ Kế hoạch và Đầu tư

Đã xây dựng Chương trình hành động về tăng cường thực hiện Cuộc vận động trong tình hình mới trong đó chỉ đạo, giao nhiệm vụ cụ thể cho các đơn vị trong Bộ triển khai thực hiện. Phối hợp chặt chẽ với các đơn vị trong và ngoài cơ quan rà soát, xây dựng các chính sách phát triển doanh nghiệp, phục hồi và phát triển mới chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị, bảo vệ người tiêu dùng.

11. Bộ Nội vụ

Bộ Nội vụ đã tập trung tuyên truyền các nội dung về Cuộc vận động trên Trang thông tin điện tử của Bộ và Tạp chí Tổ chức Nhà nước; tổ chức Đoàn kiểm tra, giám sát, đánh giá việc thực hiện Cuộc vận động tại 2 tỉnh: Phú Yên và Khánh Hòa.

12. Bộ Khoa học và Công nghệ

Ban Chỉ đạo Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” của Bộ Khoa học và Công nghệ đã ban hành Kế hoạch hoạt động và phân công thành viên Ban Chỉ đạo thực hiện nhiệm vụ trong giai đoạn 2021-2025 theo hướng lồng ghép nội dung thực hiện Cuộc vận động với công tác quản lý nhà nước của Bộ KH&CN nhằm thúc đẩy sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ thương hiệu Việt và tổ chức tuyên truyền, phổ biến, quán triệt về mục đích, ý nghĩa của Cuộc vận động đến từng cán bộ, đảng viên, đoàn viên, hội viên,

nhằm khơi dậy lòng yêu nước, lòng tự hào dân tộc, xây dựng thành công văn hoá tiêu dùng của người Việt Nam.

13. Bộ Ngoại giao

Bộ Ngoại giao đã chủ động phối hợp, cung cấp thông tin cho các cơ quan báo chí truyền thông (TTXVN, VOV, VTV4, VTC10, Tạp chí Quê Hương, báo Thế giới và Việt Nam và các trang mạng thông tin điện tử của Đảng, Chính phủ, Quốc hội, các bộ, ngành và địa phương trong nước cũng như các kênh thông tin truyền thông của cộng đồng) để thông tin về Cuộc vận động và các hoạt động liên quan tới việc triển khai Cuộc vận động, xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm Việt Nam ở nước ngoài phục vụ kiều bào ta.

Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại với NVNONN như: Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam-Ireland, Diễn đàn giới thiệu về EVFTA tại Ba Lan, Triển lãm hàng Việt Nam trực tuyến tại Myanmar; đồng chủ trì, phối hợp Cục Xúc tiến Thương mại, Bộ Công Thương tổ chức Diễn đàn Thương hiệu Việt Nam năm 2022 với chủ đề “Nâng tầm vị thế, chấp cánh bay xa” (4/2022); tổ chức đoàn công tác đi Ba Lan, Séc, Nhật Bản, Hàn Quốc tìm hiểu hệ thống phân phối hàng Việt Nam của kiều bào, kết nối doanh nhân kiều bào với doanh nghiệp trong nước...

14. Bộ Y tế

Thực hiện nhiệm vụ rà soát, sửa đổi, bổ sung, ban hành cơ chế chính sách và các văn bản pháp luật để tạo điều kiện cho doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực sản xuất, năng lực cạnh tranh, Bộ Y tế đã tham mưu, đề xuất Chính phủ ban hành: Nghị định số 07/2023/NĐ-CP ngày 03/3/2023 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 98/2021/NĐ-CP ngày 08/11/2021 về quản lý trang thiết bị y tế. Nghị quyết số 30/NQ-CP ngày 04/3/2023 về việc tiếp tục thực hiện các giải pháp bảm đảm thuốc, trang thiết bị y tế.”

15. **Đảng Ủy khối Doanh nghiệp Trung ương** đã đánh giá kết quả hoạt động năm, xây dựng Chương trình, kế hoạch kiểm tra, giám sát về thực hiện Cuộc vận động; tham mưu tổ chức Hội nghị “Các giải pháp tiếp tục thực hiện Cuộc vận động và chủ trương các tập đoàn, tổng công ty, ngân hàng, đơn vị trong Khối sử dụng dịch vụ, sản phẩm của nhau”, hội nghị đã đánh giá kết quả 3 năm triển khai Cuộc vận động; trong năm, các đảng ủy trực thuộc đã ban hành 230 văn bản lãnh đạo triển khai thực hiện Cuộc vận động; tiếp tục thực hiện các nội dung đã ký thỏa thuận hợp tác mới với các đơn vị, thuộc các tập đoàn, tổng công ty, ngân hàng, đơn vị trong Khối hợp tác, sử dụng dịch vụ, sản phẩm của nhau.

16. Đài Truyền hình Việt Nam

Các nội dung về Cuộc vận động được Đài Truyền hình Việt Nam thể hiện đa dạng trong các Bản tin thời sự, các chương trình chào buổi sáng..., các chuyên mục chuyên biệt như Chống buôn lậu, hàng giả - bảo vệ người tiêu dùng; Phát huy vai trò của Mặt trận (kênh VTV1); Việt Nam Logistics; Tiêu dùng thông minh... với các tin, phóng sự “Hỗ trợ xây dựng thương hiệu nông sản”; “Thương hiệu - yếu tố sống còn của nông sản Việt”; “Thúc đẩy nông sản Việt nhờ FTA”; “Chuyển đổi số trong hoạt động tiêu thụ, XNK hàng hóa”; “Liên kết trong phát triển hàng Việt”... Bên cạnh đó, Đài THVN cũng triển khai tuyên truyền trên các báo điện tử và các nền tảng số của Đài để mở rộng kênh tiếp cận; chủ động phối hợp với các Bộ, ban, ngành, các đoàn thể chính trị, các doanh nghiệp đẩy mạnh tuyên truyền với nhiều nội dung, hình thức phong phú; đặc biệt chú trọng các nội dung liên quan đến doanh nghiệp, các thông tin về dự báo thị trường, về các FTA; xây dựng, đăng ký vào bảo vệ thương hiệu doanh nghiệp, hàng hóa...

17. TW Đoàn TNCS Hồ Chí Minh

Bên cạnh việc đẩy mạnh tuyên truyền, vận động trong Đoàn viên, Hội viên, qua các cơ quan báo chí của mình, TW Đoàn đã tổ chức các hoạt động thiết thực để triển khai thực hiện Cuộc vận động: Giải thưởng “Sao Vàng đất Việt” đã đưa nhiều tiêu chí mới vào Bộ tiêu chí bình chọn Giải thưởng, ưu tiên các doanh nghiệp tích cực nâng cao tỷ lệ nội địa hóa trong hoạt động sản xuất kinh doanh; tổ chức Lễ ký giao ước “Doanh nhân trẻ Việt Nam đồng hành cùng hàng Việt Nam, góp phần đưa đất nước vượt qua suy thoái kinh tế”...; phối hợp tổ chức các chuỗi đưa hàng Việt nông thôn, hỗ trợ thanh niên tham gia Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP); tham gia xây dựng chuỗi liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm... tổ chức được 3.009 cuộc thi ý tưởng sáng tạo, khởi nghiệp trong thanh niên nhằm tạo nhiều hơn nữa sản phẩm, hàng hóa “Made in Vietnam”.

18. TW Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam đã ban hành kế hoạch số 1120/KH-ĐCT ngày 01/10/2021 của Đoàn Chủ tịch Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam về thực hiện Chỉ thị 03-CT/TW ngày 19/5/2021 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới; Kế hoạch số 58/KH-ĐCT ngày 08/6/2022 của Đoàn Chủ tịch Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam về triển khai Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2022; Báo cáo giám sát việc thực hiện Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa về hỗ trợ đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ tại 4 tỉnh, thành phố: Bắc Ninh, Thanh Hóa, Tây Ninh và Bà Rịa - Vũng Tàu. Tham gia phản biện xã hội Dự thảo Luật Bảo vệ về người tiêu dùng (sửa đổi) (Công văn số 495/ĐCT-BKT ngày 13/7/2022 của Đoàn Chủ tịch Hội LHPN Việt Nam).

19. Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam

Đã ban hành Hướng dẫn số 60/HD-TLĐ ngày 27/5/2022 về đẩy mạnh Cuộc vận động trong hệ thống Công đoàn, yêu cầu các Liên đoàn lao động tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, các Công đoàn ngành Trung ương và tương đương, Công đoàn Tổng công ty trực thuộc Tổng Liên đoàn, căn cứ tình hình thực tế tại ngành, địa phương chủ động xây dựng hướng dẫn cụ thể và chỉ đạo các cấp triển khai thực hiện hiệu quả Cuộc vận động gắn với nội dung, chương trình hoạt động công đoàn; tạo điều kiện thuận lợi để đoàn viên, NLĐ có cơ hội tiếp cận, sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ chất lượng của các doanh nghiệp trong nước.

Bên cạnh đó, Công đoàn Việt Nam cũng phối hợp với các cơ quan chức năng và doanh nghiệp tổ chức có hiệu quả các “Phiên chợ công nhân”, “Gian hàng 0 đồng”, “Tuần lễ bán hàng giảm giá cho người lao động” và các phiên chợ giảm giá khác với hàng hóa là thương hiệu Việt ở các khu công nghiệp, khu chế xuất, khu nhà trọ công nhân phục vụ ĐV, NLĐ.

20. TW Hội Nông dân Việt Nam

Tổ chức giới thiệu những sản phẩm, dịch vụ thương hiệu Việt chất lượng thông qua các hội chợ, triển lãm, chương trình đưa hàng Việt về nông thôn; gắn tìm hiểu Cuộc vận động trong nội dung của Hội thi Nhà Nông đua tài toàn quốc lần thứ Năm; công khai những địa chỉ doanh nghiệp uy tín để người tiêu dùng có đầy đủ thông tin về sản phẩm hàng hóa, dịch vụ thương hiệu Việt trên thị trường; triển khai tập huấn hướng dẫn cán bộ, hội viên nông dân kỹ năng xây dựng thương hiệu phát triển thị trường tiêu thụ nông sản cho nông dân. Tuyên truyền vận động nông dân ký cam kết sản xuất kinh doanh nông sản an toàn thực phẩm, doanh nghiệp, tổ hợp tác, HTX, hội viên nông dân thực hiện Chương trình phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nông nghiệp sạch áp dụng công nghệ 4.0.

21. TW Hội Cựu Chiến binh Việt Nam

Đã ban hành 03 kế hoạch, hướng dẫn các tỉnh, thành Hội chủ động phối hợp tham gia tuyên truyền, vận động hội viên, gia đình, người thân và nhân dân trong địa bàn hưởng ứng Cuộc vận động, đặc biệt là triển khai thực hiện Chỉ thị 03 của Ban Bí thư. Phối hợp với Liên minh HTX, Hiệp hội doanh nhân CCB Việt Nam truyền truyền cho hội viên, các HTX, những doanh nhân, doanh nghiệp CCB, các câu lạc bộ doanh nhân CCB tích cực tham gia các nội dung Cuộc vận động; vận động kết nối doanh nghiệp với thị trường, người kinh doanh và người tiêu dùng. 63 tỉnh, thành Hội đã có Câu lạc bộ doanh nhân CCB giúp nhau phát triển kinh tế, nhân rộng mô hình điển hình.

22. Hội bảo vệ Người tiêu dùng

Hội Bảo vệ NTD Việt Nam đã triển khai thực hiện 3 nhiệm vụ theo Kế hoạch số 530/KH-MTTW-BCĐTWCVĐ ngày 15/4/2022 của Ban Chỉ đạo Trung ương và hướng dẫn các Hội thành viên tỉnh, thành phố và tổ chức trực thuộc tích cực hưởng ứng Cuộc vận động; Hội đã ban hành các văn bản: Quyết định số 14/QĐ -HBVNTDVN ngày 24/02/2022 về việc Thành lập Ban chỉ đạo và Tổ chức thực hiện Chương trình khảo sát “Hàng hóa, dịch vụ người tiêu dùng tin cậy” năm 2022; Kế hoạch số 12/KH-HBVNTDVN ngày 10/3/2022 về thực hiện Chương trình khảo sát “Hàng hóa, dịch vụ người tiêu dùng tin cậy” năm 2022; Công văn số 13/CV-HBVNTDVN ngày 10/03/2022 gửi các Sở Công Thương của 63 tỉnh, thành phố về việc đề cử, giới thiệu các doanh nghiệp tiêu biểu của địa phương tham gia cuộc Khảo sát “Hàng hóa, dịch vụ người tiêu dùng tin cậy” năm 2022. Các nhiệm vụ được triển khai đúng tiến độ, đảm bảo nội dung, có tác động tích cực đối với doanh nghiệp, cá nhân sản xuất, kinh doanh chân chính và

cung cấp cho đông đảo người tiêu dùng thông tin bổ ích trong lựa chọn hàng hóa, dịch vụ, góp phần tích cực bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

23. Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam

Năm 2022, Ban Chỉ đạo Chương trình hành động của Hiệp hội đã chủ động xây dựng kế hoạch triển khai các hoạt động thực hiện hiệu quả cuộc vận động trong năm 2022 phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của Hiệp hội; Hướng dẫn các tổ chức Hội viên triển khai thực hiện cuộc vận động ở địa phương, cơ sở; đã chủ động tham mưu, đề xuất Chính phủ nghiên cứu, xây dựng, hoàn thiện các cơ chế, chính sách về cải thiện môi trường sản xuất kinh doanh nhằm hỗ trợ doanh nghiệp; người sản xuất tháo gỡ khó khăn do bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19; chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan tổ chức một số hội nghị, hội thảo khoa học; tổ chức khảo sát về “Thay đổi hành vi theo hướng thị trường và nhà nước”; phối hợp tổ chức Chương trình “Doanh nghiệp Việt vì người Việt”, “Doanh nghiệp hôm nay”...

24. Bảo hiểm Xã hội Việt Nam

Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền tới toàn thể công chức, viên chức, người lao động thuộc ngành đơn vị...; gương mẫu trong việc mua sắm các trang thiết bị là hàng sản xuất trong nước phục vụ cho các hoạt động của cơ quan, đơn vị. Tích cực hưởng ứng và lan tỏa các hoạt động “Tuần lễ hàng Việt Nam”, ngày hội “Thanh niên đồng hành cùng hàng Việt”...đến toàn thể đoàn viên cơ quan BHXH Việt Nam; phát động đoàn viên cơ quan thực hiện mua sắm các sản phẩm hàng hóa, nông sản của Việt Nam nhằm gây quỹ mua thẻ bảo hiểm y tế tặng các gia đình có hoàn cảnh khó khăn tại một số tỉnh, thành phố trên cả nước.

Phụ lục 2
NỘI DUNG HOẠT ĐỘNG
CỦA CÁC CƠ QUAN THÀNH VIÊN BAN CHỈ ĐẠO TRUNG ƯƠNG CUỘC VẬN ĐỘNG NĂM 2022
 (Triển khai theo KH số 530 ngày 15/4/2022 của BCD Trung ương Cuộc vận động)
 (Kèm theo Báo cáo số 659/BC-MTTW-BCĐTWVCD ngày 14/4/2023)

Stt	Cơ quan/đơn vị	Tổ chức các hoạt động	Thời gian/địa điểm	Ghi chú
1	Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam- cơ quan Thường trực Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động	(1) Tổ chức Tọa đàm Kết nối cung-cầu: Giải pháp thúc đẩy tăng trưởng, thực hiện hiệu quả cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”	Ngày 22/4 tại Hà Nội	
		(2) Tổ chức 02 Hội nghị tọa đàm về Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”	Ngày 02/12 tại Lạng Sơn và ngày 05/12 tại Bạc Liêu	
		(3) Phối hợp với Bộ Công Thương tổ chức Hội thảo “Thực trạng và giải pháp tăng cường đấu tranh chống hàng giả và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ”.	Ngày 30/8 tại Hải Phòng	
		(4). Phản biện xã hội đối với Dự thảo Luật Bảo vệ về người tiêu dùng (sửa đổi)	Công văn số 4316/MTTW-BTT ngày 11/8/2022	
2	Ban Tuyên giáo Trung ương	(1) Tổ chức các cuộc thăm dò dư luận xã hội liên quan đến Cuộc vận động	Viện Dư luận xã hội đã phối hợp với Ban Tuyên giáo các tỉnh, thành ủy	

3	Bộ Công Thương	<p>(1) 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 7 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 17/3/2021 của Thủ tướng Chính phủ)</p> <p>+ Thiết lập 08 Điểm bán hàng Việt Nam tại Quảng Bình, Hà Tĩnh, Bắc Ninh, Thái Bình, Hà Nam, Bắc Kạn, Gia Lai, Kiên Giang với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam”. Bên cạnh đó, Sở Công Thương một số tỉnh, thành phố đã chủ động xây dựng và nhân rộng mô hình Điểm bán hàng Việt Nam cố định như Vĩnh Phúc,...</p> <p>+ Tổ chức 4 Hội nghị kết nối cung cầu hàng Việt Nam tại Bình Định, Hà Nội, Đồng Tháp.</p> <p>+ Tổ chức 19 lớp đào tạo, tư vấn kỹ năng bán hàng cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất, kinh doanh về kỹ năng bán hàng hóa Việt cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất, kinh doanh Việt tại 18 địa phương.</p>		
---	----------------	--	--	--

		<p>(2) 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.</p> <p>+ Hỗ trợ quảng bá các mặt hàng đặc sản vùng miền, khu vực, các sản phẩm OCOP...thông qua các kênh truyền thông đa phương tiện như: Đài truyền hình Việt Nam (VTV1), Cổng thông tin Điện tử Bộ Công Thương, Báo Công Thương điện tử, Facebook, Youtube...</p> <p>+ Kích cầu tiêu dùng nội địa thông qua Chương trình “Tháng khuyến mại tập trung quốc gia 2022 - Vietnam Grand Sale 2022” từ ngày 15/11/2022 đến 22/12/2022 trên phạm vi toàn quốc</p> <p>+Tổ chức các hoạt động nâng cao năng lực XTTM trên nền tảng số cho các địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã; phối hợp với Sàn TMĐT Alibaba.com xây dựng “Gian hàng quốc gia Việt Nam - VIETNAM PAVILION”</p> <p>+ Phối hợp với các địa phương tích cực triển khai thực hiện Đề án “Đổi mới phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản giai đoạn 2021 - 2025 định hướng đến năm 2030” đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 194/QĐ-TTg ngày 08 tháng 02 năm 2021 và văn bản hướng dẫn của Bộ Công Thương.</p>		
		<p>(3) Chương trình nhận diện hàng Việt Nam thường niên</p>		

		<p>trên quy mô toàn quốc với tên “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam” năm 2022: với trọng tâm là Lễ hội “Tự hào hàng Việt Nam - Tinh hoa hàng Việt Nam”</p> <p>- Tổ chức khởi động Tuần lễ “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam” tại một hệ thống siêu thị Saigon Co.op với các hoạt động trưng bày, nhận diện hàng Việt Nam;</p> <p>- Thực hiện vận động, lan tỏa thông điệp “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam” tới các hệ thống siêu thị, cửa hàng của các doanh nghiệp trong và ngoài ngành Công Thương trên toàn quốc; vận động các siêu thị ưu tiên trưng bày các sản phẩm hàng Việt Nam tại các vị trí trang trọng, có các chương trình thu hút người tiêu dùng mua sắm hàng Việt Nam.</p>		
4	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	(1) Tổ chức Hội nghị quán triệt Chương trình hành động của Ban cán sự Đảng bộ hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”		
5	Bộ Tài chính	(1). Tổ chức thực hiện Kế hoạch 1148/KH-BCĐ 389 ngày 23/9/2022 về kiểm tra, xác minh làm rõ dấu hiệu, tiêu cực trong hoạt động xuất nhập khẩu và thông quan hàng hóa tại các cửa khẩu biên giới	tại tỉnh Lạng Sơn.	
6	Bộ Ngoại giao	(1) Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và PTNT tổ chức diễn đàn “Kết nối doanh nghiệp kiều bào, thúc đẩy thương mại và đầu tư ngành nông nghiệp”	Tháng 02	
		(2) Phối hợp với Bộ KH và CN, Đại học Quốc gia TP. HCM đồng chủ trì tổ chức sự kiện “Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm, chuyển giao và đổi mới công nghệ”.	Tháng 3	
		(3) Đồng chủ trì, phối hợp Cục Xúc tiến Thương mại, Bộ	Tháng 4	

		Công Thương tổ chức Diễn đàn Thương hiệu Việt Nam năm 2022 với chủ đề “Nâng tầm vị thế, chấp cánh bay xa”		
		(4) Tổ chức đoàn công tác đi Ba Lan, Séc, Nhật Bản, Hàn Quốc tìm hiểu hệ thống phân phối hàng Việt Nam của kiều bào, kết nối doanh nhân kiều bào với doanh nghiệp trong nước.		
7	Đảng Ủy khối Doanh nghiệp Trung ương	(1) Tổ chức Hội nghị “Các giải pháp tiếp tục thực hiện Cuộc vận động và chủ trương các tập đoàn, tổng công ty, ngân hàng, đơn vị trong Khối sử dụng dịch vụ, sản phẩm của nhau”,	Ngày 11/8 tại Hà Nội	
		(2) Tổ chức Hội nghị tổng kết thực hiện Cuộc vận động năm 2022, đánh giá kết quả thực hiện Chi thị 01 của ĐUK ngày 21/12/2015 giai đoạn 2016-2022.	Ngày 18/12 tại Hà Nội	
8	Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh	(1) Tổ chức Lễ trao giải thưởng “Sao Vàng đất Việt”		
		(2) Triển khai Cuộc vận động “Thanh niên Việt Nam đồng hành cùng hàng Việt Nam” để hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”		
		(3) Tổ chức Lễ ký giao ước “Doanh nhân trẻ Việt Nam đồng hành cùng hàng Việt Nam”		
9	Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam	(1) Tổ chức Đoàn giám sát việc thực hiện Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa về hỗ trợ đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ	Tại: Bắc Ninh, Thanh Hóa, Tây Ninh và Bà Rịa - Vũng Tàu.	
		(2) Tham gia phản biện xã hội Dự thảo Luật Bảo vệ về người tiêu dùng (sửa đổi)	Công văn số 495/ĐCT-BKT ngày 13/7/2022 của ĐCT Hội LHPN	

			Việt Nam	
		(3) Tổ chức 02 Hội thảo Ứng dụng hoạt động cố vấn trong quản trị doanh nghiệp	Tại Hải Phòng và Hà Nội	
10	Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam	(1) Tổ chức 22 Chương trình “Chợ Tết Công đoàn” tại 22 tỉnh, thành phố, thông qua đó đã giới thiệu nhiều hàng hóa, dịch vụ chất lượng của các doanh nghiệp Việt đến đông đảo đoàn viên, người lao động		
11	TW Hội Nông dân Việt Nam	Gắn tìm hiểu Cuộc vận động trong nội dung của Hội thi Nhà Nông đua tài toàn quốc lần thứ Năm		
12	Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam	Tổ chức Hội thảo khoa học “Đạo đức doanh nhân và văn hóa kinh doanh Việt Nam trong bối cảnh mới”	Tháng 10	
13	Hội Bảo vệ Người tiêu dùng Việt Nam	(1) Tổ chức Tọa đàm trên truyền hình Quốc hội về chủ đề “Doanh nghiệp vì người tiêu dùng”	Tháng 3	
		(2) Tổ chức thực hiện Chương trình khảo sát “Hàng hóa, dịch vụ người tiêu dùng tin cậy” năm 2022	Từ tháng 3 đến tháng 12/2022	
		(3) Tổ chức Hội nghị công bố kết quả khảo sát “Hàng hóa, dịch vụ người tiêu dùng tin cậy”	Ngày 28/12 tại Hà Nội	
14	Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam	(1) Tổ chức Hội thảo quốc gia “Vận hội mới và các giải pháp cho doanh nghiệp đẩy mạnh SXKD tiêu thụ sản phẩm nội địa phối hợp		
		(2) Tổ chức Hội thảo quốc gia “Các giải pháp cho doanh nghiệp sản xuất chiếm lĩnh thị trường trong nước”		
		(3) Tổ chức Hội thảo quốc gia “Giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ hàng nông sản, sản phẩm làng nghề”		
		(4) Tổ chức diễn đàn “Liên kết - Hành động vì hàng Việt”		

		(5) Tổ chức khảo sát về “Thay đổi hành vi theo hướng thị trường và nhà nước”;		
		(6) Phối hợp với Đài truyền hình kỹ thuật số VTC tại TP Hồ Chí Minh tổ chức Chương trình “Doanh nghiệp hôm nay”		
		(7) Tổ chức Chương trình “Doanh nghiệp Việt vì người Việt”, “Doanh nghiệp hôm nay”.		