

ỦY BAN MTTQ VIỆT NAM
TỈNH ĐỒNG NAI
BAN CHỈ ĐẠO 264 TỈNH

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

Đồng Nai, ngày 25 tháng 12 năm 2013

Số: 798 /BC-BCĐ264

BÁO CÁO

Kết quả chỉ đạo thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Đồng Nai năm 2013 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2014

Thực hiện Quy chế tổ chức và hoạt động của Ban Chỉ đạo cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tỉnh, Ban chỉ đạo cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tỉnh Đồng Nai (gọi tắt là Ban chỉ đạo cuộc vận động 264 tỉnh) báo cáo kết quả chỉ đạo thực hiện trên địa bàn tỉnh Đồng Nai năm 2013 như sau :

Phần I

KẾT QUẢ THỰC HIỆN NĂM 2013

I/-TÌNH HÌNH CHUNG:

Mặc dù tình hình kinh tế - xã hội năm 2013 có chuyển biến theo hướng tích cực nhưng còn nhiều khó khăn. Kinh tế vĩ mô chưa thật sự vững chắc, sức mua trên thị trường còn thấp, giá hàng hóa xuất khẩu giảm, hàng Trung Quốc giá rẻ, chất lượng thấp tiếp tục xâm nhập thị trường cạnh tranh với hàng hóa do các doanh nghiệp trong nước sản xuất ... Những vấn đề nêu trên, ảnh hưởng lớn đến hoạt động sản xuất, đầu tư của doanh nghiệp và ảnh hưởng đến đời sống của nhân dân ... Song với sự chỉ đạo, lãnh đạo quyết liệt, linh hoạt của Cấp ủy Đảng, sự quản lý chặt chẽ của Chính quyền và sự nhất trí, đồng lòng nỗ lực thực hiện của các tầng lớp nhân dân nên hầu hết các chỉ tiêu phát triển của tỉnh Đồng Nai đạt khá. Tình hình kinh tế - xã hội đến nay có chuyển biến tích cực và có dấu hiệu hồi phục tăng trưởng.

Tuy nhiên, còn một số vấn đề cần quan tâm đó là: Tình hình sản xuất kinh doanh ở các doanh nghiệp còn nhiều khó khăn; công tác hỗ trợ xúc tiến thương mại và mở rộng thị trường, đặc biệt là thị trường xuất khẩu cho các doanh nghiệp chưa hiệu quả; giá xuất khẩu một số mặt hàng nông sản vẫn đang ở mức thấp làm ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu chung của tỉnh; việc thực hiện liên kết trong sản xuất - giết mổ - tiêu thụ sản phẩm chăn nuôi còn hạn chế; giá cả một số mặt hàng thiết yếu tăng và chưa ổn định ảnh hưởng không nhỏ đến đời sống của nhân dân, nhất là hộ nghèo và công nhân lao động ở các khu công nghiệp ...

Vũ cập nhật
trên web site
Mục người VN ưu tiên
dùng hàng VN

28/12/2013

II/-KẾT QUẢ THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG “NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM” TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NĂM 2013:

Thực hiện Chỉ thị số 24/CT-TTg, ngày 17/8/2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và Kế hoạch số 327/KH-MTTQ-BCĐTWCVĐ, ngày 20/02/2013 của Ban chỉ đạo Trung ương cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, Ban chỉ đạo cuộc vận động 264 tỉnh tổ chức triển khai cuộc vận động trên địa bàn, kết quả đạt được như sau:

1/-Công tác triển khai :

Tỉnh ủy, Ủy ban nhân dân tỉnh, Ban Chỉ đạo 264 tỉnh sớm có văn bản lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện cuộc vận động, cụ thể như sau :

-Ủy ban nhân dân tỉnh có kế hoạch số 10259/KH-UBND, ngày 21/12/2012 về việc thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Đồng Nai năm 2013 và công văn số 1802/UBND-KT, ngày 07/3/2013 về triển khai thực hiện văn bản số 249/TTg-KTTH, ngày 19/02/2013 của Thủ tướng Chính phủ.

-Tỉnh ủy có công văn số 4090-CV/TU, ngày 20/02/2013 về việc gửi báo cáo số 369/BC-MTTW-BCĐTW, ngày 07/01/2013 đến các cơ quan, đơn vị để nghiên cứu, bổ sung nhiệm vụ.

-Ban Chỉ đạo 264 tỉnh có kế hoạch số 171/KH-BCĐ264, ngày 18/4/2013 về thực hiện nhiệm vụ và giải pháp tiếp tục đẩy mạnh cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2013.

Trên cơ sở các văn bản nêu trên, các cấp, các cơ quan, ban, ngành, đoàn thể có kế hoạch triển khai cuộc vận động cụ thể, thiết thực.

2/-Những kết quả đạt được :

Trong năm 2013, cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tiếp tục được các cấp, các ngành tích cực thực hiện, đạt nhiều kết quả trên nhiều mặt.

a/-Công tác tuyên truyền :

-Năm 2013, Mặt trận phối hợp với các cơ quan, ban, ngành, đoàn thể cùng cấp tổ chức được 3.111 cuộc tuyên truyền chuyên đề về cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” cho 280.200 người. Bên cạnh đó, các cơ quan ban ngành tổ chức đoàn thể còn tổ chức tuyên truyền lồng ghép gắn với các

lắp đặt pano tuyên truyền, diễu hành xe hoa cổ động; trong hội nghị báo cáo viên, giao ban báo chí và đăng nhiều tin, bài trên bản tin Đại đoàn kết, các phương tiện thông tin đại chúng trong tỉnh ...; Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy và Ban Tuyên giáo các huyện, Thị xã, Thành ủy, các Cấp ủy trực thuộc tỉnh đã triển khai tuyên truyền, cung cấp thông tin cho trên 6.355 lượt cán bộ, đảng viên là báo cáo viên cấp tỉnh, huyện và cấp cơ sở làm tài liệu tuyên truyền sâu rộng trong cán bộ, đảng viên, đoàn viên, hội viên và các tầng lớp nhân dân trên địa bàn; Sở Kế hoạch và đầu tư thường xuyên cập nhật các nội dung về các danh mục ưu đãi đầu tư, các qui định mới về đấu thầu trên cổng thông tin điện tử của sở (www.dpidongnai.gov.vn); Hội Liên hiệp phụ nữ tỉnh phối hợp với Sở Công thương tổ chức tập huấn “Hướng dẫn chuyên sâu về mua sắm trực tuyến” cho 60 hội viên phụ nữ thành phố Biên Hòa và phối hợp với công ty Z755 của Bộ Quốc phòng giới thiệu sản phẩm “Máy khử độc thực phẩm bằng công nghệ OZON”; Hội Liên hiệp phụ nữ thị xã Long Khánh phối hợp với công ty Dầu thực vật Cái Lân tổ chức hội thảo “Dầu gạo và những lợi ích vàng cho sức khỏe” cho 450 chị; Hội Phụ nữ huyện Thống Nhất phối hợp với công ty nhang trừ muỗi Jumbo tuyên truyền kiến thức phòng chống và xử trí bệnh sốt xuất huyết cho 326 hội viên ...; Liên Đoàn Lao động tỉnh phát hành 100.000 bản tin đại đoàn kết, 300.000 tờ gấp, 200 đĩa CD về các hoạt động hội chợ, các phiên chợ, chuyến hàng Việt phục vụ công nhân ở các khu công nghiệp, khu có đông công nhân lao động sinh hoạt và cư trú; Ban Chấp hành Hội Cựu chiến binh tổ chức tuyên truyền về cuộc vận động đến 27.140 hội viên, đạt 90%. Qua công tác tuyên truyền, vận động sâu rộng nêu trên đã góp phần làm chuyển biến nhận thức ưu tiên dùng hàng Việt của người dân sử dụng hàng Việt.

-Công tác tuyên truyền cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên phương tiện thông tin đại chúng trong tỉnh được đẩy mạnh và triển khai thực hiện bằng nhiều hình thức phù hợp với từng đối tượng nhân dân.

+Đài Phát thanh – Truyền hình Đồng Nai có chương trình “Người Việt - Hàng Việt” và chương trình “Thương hiệu Việt” phát sóng hàng tuần;

+Báo Lao động Đồng Nai có chuyên mục “Công nhân lao động Đồng Nai” thường xuyên tuyên truyền mục đích, ý nghĩa và nội dung phát động cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”;

+Báo Đồng Nai tích cực tuyên truyền nhiều tin, bài đi sâu phân tích các vấn đề của thị trường, giúp cho cơ quan, ban, ngành thực hiện tốt công tác quản lý Nhà nước, giúp doanh nghiệp định hướng phát triển, tư vấn tiêu dùng cho nhân dân. Từ tháng 01 đến tháng 10/2013, Báo Đồng Nai đăng 72 tin, 56 bài. Trong đó có nhiều tin, bài nổi bật như :”Sữa Việt tăng sức cạnh tranh” số báo 2326, tháng 01/2013; “Áp lực hàng ngoại” số ra ngày 08/4/2013, “Hàng Việt lên ngôi ở chợ biên giới”, “Hàng Việt Nam chất lượng cao doanh nghiệp khó chen chân” số ra ngày 04/6/2013, “200 doanh nhân tham gia hội chợ hàng Việt Nam” số ra ngày 26/9/2013 ... Báo Đồng Nai cũng dành riêng 1 chuyên mục “Làm ăn làm giàu”

thường xuyên giới thiệu những thương hiệu, sản phẩm do các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh sản xuất.

+Đài Truyền thanh các huyện, thị xã Long Khánh và thành phố Biên Hòa liên tục có các tin, bài, phóng sự có nội dung tuyên truyền, cổ động về cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

-Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thường xuyên tuyên truyền, phổ biến danh mục máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu trong nước đã sản xuất được; thường xuyên thông tin về tiêu chuẩn, giá cả hàng Việt Nam đến người tiêu dùng; thông tin các danh mục hàng hóa bị các cơ quan chức năng công bố là tiềm ẩn nguy cơ gây mất an toàn cho sản xuất, đời sống ...; tổ chức tập huấn và cấp giấy chứng nhận kiến thức an toàn thực phẩm nông lâm thủy sản cho 293 công nhân tại các cơ sở sản xuất, kinh doanh sản phẩm nông lâm thủy sản : Nhà máy lựa trứng – Công ty cổ phần chăn nuôi CP; công ty Green world; công ty TNHH thương mại – dịch vụ Co.opMart Biên Hòa; công ty Nestle Việt Nam; cơ sở sản xuất bún – Long Bình Tân, thành phố Biên Hòa; công ty Vân Phát; cơ sở giò chả Thanh Hoa.

-Hội tiêu chuẩn và bảo vệ người tiêu dùng tỉnh phối hợp với Cục Sở hữu trí tuệ tổ chức 01 hội thảo với chủ đề “Sở hữu trí tuệ - từ chính sách đến cuộc sống” và thường xuyên phối hợp với các báo, đài trong tỉnh, bản tin hàng rào kỹ thuật trong thương mại Đồng Nai và website của Chi cục Tiêu chuẩn đo lường chất lượng đăng các tin, bài viết giới thiệu nội dung cơ bản của văn bản pháp luật mới về bảo vệ người tiêu dùng đồng thời hướng dẫn cách lựa chọn hàng hóa. Bên cạnh đó, Hội cũng phối hợp với các cơ quan liên quan trong việc kiểm tra, kiểm soát về chất lượng sản phẩm, hàng hóa lưu thông trên thị trường tỉnh.

-Ban vận động các huyện, thị xã, thành phố, xã phường, thị trấn vận động, hướng dẫn Ban quản lý các chợ, các hộ kinh doanh vận động quảng bá hàng Việt Nam, đưa hàng Việt ra mặt tiền để khuyến khích người tiêu dùng. Tăng cường phối hợp tổ chức tuyên truyền, vận động nhân dân trên địa bàn hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

b/-Xúc tiến thương mại :

-Sở Công thương phối hợp tổ chức nhiều chương trình, hoạt động cụ thể nhằm đưa hàng Việt đến tận tay người tiêu dùng như :

+Tổ chức 28 phiên chợ Việt về nông thôn tại các huyện, thị xã trên địa bàn tỉnh. Có 600 lượt doanh nghiệp tham gia với 1000 lượt gian hàng, thu hút 100.000 lượt người đến mua, sắm đạt doanh thu đạt 10 tỷ 720 triệu đồng.

+Mở 07 phiên chợ thực phẩm công nhân tại các khu công nghiệp hoặc khu vực

phần quà với tổng trị giá hơn 45 triệu đồng cho các gia đình chính sách, công nhân có hoàn cảnh khó khăn. Bên cạnh đó còn có các dịch vụ chăm sóc miễn phí như : Cắt tóc làm đẹp; gọi điện thoại miễn phí đến người thân; tư vấn sức khỏe cho công nhân, người lao động; hàng đêm tặng 10 phần quà cho khách hàng tham gia hát karaoke có điểm cao ...

Trong năm 2013, lần đầu tiên Trung tâm xúc tiến thương mại – Sở Công thương tổ chức 50 chuyến bán hàng lưu động tại các khu công nghiệp và công ty có đông công nhân như : Công ty pouchen, công ty Việt Vinh, công ty Chenshin ... Hình thức tổ chức là tập hợp cùng một lúc từ 15 đến 20 xe đưa hàng đến cổng các công ty và các khu công nghiệp để phục vụ công nhân sau giờ tan ca. Qua hình thức tổ chức này, công nhân hưởng ứng rất tốt và đạt hiệu quả của chương trình “Người Việt ưu tiên dùng hàng Việt”. Doanh thu đạt khoảng 6 tỷ đồng, thu hút 253.000 lượt công nhân đến thăm quan, mua sắm.

+Phối hợp với báo Sài Gòn tiếp thị, Hội doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao tổ chức Hội chợ triển lãm “Hàng Việt Nam chất lượng cao lần 6-2013” tại Trung tâm Hội nghị và tổ chức sự kiện tỉnh Đồng Nai từ ngày 29/8 đến ngày 03/9. Có 120 doanh nghiệp đạt danh hiệu hàng Việt Nam chất lượng cao được người tiêu dùng trong nước bình chọn và các doanh nghiệp tiêu biểu của tỉnh tham gia 350 gian hàng. Hội chợ thu hút 200.000 lượt khách đến tham quan, mua, sắm đạt doanh thu 25 tỷ đồng.

+Phối hợp với các đơn vị có liên quan tổ chức 50 chuyến hàng Việt phục vụ công nhân tại một số khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh (Khu Công nghiệp Biên Hòa I, Biên Hòa II, Agtex Long Bình, Thạnh Phú, Xuân Lộc, Long Thành, Bà Xéo, Sông Mây, Hồ Nai, Nhơn Trạch I, Nhơn Trạch II, Nhơn Trạch III, Tam Phước và Gò Dầu). Tham gia chương trình có 600 lượt xe chuyên dùng bán hàng trong khoảng thời gian từ 14 giờ đến 21 giờ mỗi ngày, thu hút 25.310 lượt khách đến mua sắm, đạt doanh thu hơn 06 tỷ đồng.

+Phối hợp tổ chức “Tuần hàng Việt Nam” từ ngày 29/8 – 04/9/2013 trên địa bàn tỉnh. Trong thời gian tổ chức “Tuần hàng Việt Nam”, Sở Công thương phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức nhiều hoạt động cổ động như : Treo băng rôn, cờ, phướn, làm đĩa CD để phát qua loa, đài ... Các trung tâm thương mại, siêu thị, chợ và trên 500 doanh nghiệp nhiệt tình hưởng ứng tham gia với nhiều nội dung, hình thức phong phú. Số lượng khách đến mua, sắm tăng so với trước thời gian chương trình tuần hàng được triển khai. Tâm lý tiêu dùng nâng lên rõ rệt thông qua việc các mặt hàng Việt được bán chạy nhiều trong thời gian triển khai chương trình, chiếm từ 95% đến 98%.

Bên cạnh việc tổ chức các phiên chợ, tuần hàng Việt, Sở Công thương còn tổ chức hội thảo hỗ trợ các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tiếp cận, đưa hàng hóa, nông sản vào Siêu thị Lotte mart Đồng Nai; phối hợp với Sở Công thương thành phố Hồ Chí Minh tổ chức 02 hội nghị giao thương, kết nối giữa các nhà sản

xuất, cơ sở chăn nuôi với các đơn vị tiêu thụ là siêu thị, nhà hàng, khách sạn; phối hợp tổ chức 06 chương trình kết nối “Hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm thịt heo, gia cầm và trứng vào kênh tiêu thụ truyền thống”, “Đưa sản phẩm an toàn vào bếp ăn tập thể, bếp ăn công nghiệp” và “Kết nối doanh nghiệp cung ứng thực phẩm an toàn vào siêu thị”. Kết quả có tổng số 190 tiểu thương, 118 lượt doanh nghiệp tham gia các hội thảo, ký kết được 03 bản ghi nhớ và 17 doanh nghiệp được các siêu thị ghi nhận sẽ liên kết tiêu thụ trong thời gian tới.

+Trong chương trình bình ổn giá thực hiện từ ngày 01/01/2013 đến ngày 31/5/2013 (Thực hiện theo kế hoạch số 3337/KH-UBND, ngày 14/5/2013 của Ủy ban nhân dân tỉnh), Sở Công thương đã thẩm định 19 Hợp tác xã, hộ kinh doanh vay 871 triệu đồng để tham gia chương trình. Bên cạnh việc thực hiện chương trình bình ổn giá tại các điểm cố định, các Hợp tác xã Tân Phú, Bảo Hòa (Huyện Xuân Lộc), Xuân Tây (Huyện Cẩm Mỹ), Hòa Phát (Huyện Trảng Bom) tổ chức 40 chuyến bán hàng lưu động gồm : Gạo, đường, sữa, trứng, bột ngọt, bột nêm, bột giặt, bánh, mứt, gạo nếp, muối, nước mắm, nước ngọt, rượu, bia, thực phẩm chế biến, quần áo ... tại các xã vùng sâu, vùng xa trên địa bàn các huyện Tân Phú, Xuân Lộc, Trảng Bom, Cẩm Mỹ với doanh thu 840 triệu đồng, trong đó doanh thu các mặt hàng bình ổn đạt 440 triệu đồng.

Từ ngày 01/6/2013 đến ngày 31/5/2014, chương trình bình ổn giá thực hiện theo Kế hoạch số 3656/KH-UBND, ngày 14/5/2013 của Ủy ban nhân dân tỉnh gồm 10 mặt hàng : Sách giáo khoa, gạo, đường, dầu ăn, thịt heo, thịt gà, trứng, bột nêm, nước chấm, thuốc tân dược. Đến nay, Sở Công thương đã thẩm định kế hoạch cho 29 doanh nghiệp vay vốn với tổng số tiền hơn 49 tỷ đồng, đạt 58% kế hoạch (Kế hoạch là 84 tỷ đồng), gồm 108 điểm bán hàng trên địa bàn tỉnh (Biên Hòa 26 điểm, Long Khánh 07 điểm, Cẩm Mỹ 14 điểm, Xuân Lộc 32 điểm, Vĩnh Cửu 12 điểm, Long Thành 03 điểm, Nhơn Trạch 02 điểm, Trảng Bom 03 điểm, Tân Phú 02 điểm, Thống Nhất 03 điểm, Định Quán 04 điểm). Nhìn chung, các cấp, các ngành, các địa phương và đơn vị đều có nhận thức đúng đắn về chủ trương bình ổn giá của tỉnh. Việc tích cực tham gia bán hàng bình ổn của các đơn vị thể hiện tinh thần chấp hành tốt chủ trương, chính sách của Nhà nước. Việc mở rộng mạng lưới phân phối bán lẻ cho người tiêu dùng, đặt các điểm bán hàng bình ổn giá cố định tại chợ, khu đông dân cư, thực hiện treo băng rôn chương trình ... đã tạo được những hiệu ứng đáng kể, hạn chế tình trạng đầu cơ, găm hàng, tăng giá, điều này làm cho giá các mặt hàng thuộc diện bình ổn tại khu vực được cân bằng hơn.

-Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp với Trung tâm xúc tiến thương mại Đồng Nai tổ chức “Hội chợ triển lãm nông nghiệp và thương mại khu vực Đông Nam bộ Đồng Nai năm 2013” từ ngày 28/11 đến ngày 03/12/2013 tại Trung tâm hội nghị và Tổ chức sự kiện tỉnh thu hút 450 gian hàng trưng bày, triển

nông”; “Tổ chức đoàn nông dân thăm quan, học tập tại hội chợ”; tổ chức thăm quan các mô hình sản xuất hiệu quả của tỉnh Đồng Nai nhằm đẩy mạnh xúc tiến thương mại, đầu tư, du lịch nhằm phát triển thị trường các vùng kinh tế cả nước.

-Nhằm chăm lo tốt hơn đời sống vật chất và tinh thần cho công nhân lao động trong điều kiện nền kinh tế còn gặp nhiều khó khăn, Ban Thường vụ Liên Đoàn Lao động tỉnh chủ động khảo sát, đánh giá nhu cầu, khả năng tiêu dùng của công nhân lao động trước khi phối hợp với Sở Công thương và các doanh nghiệp tổ chức các chuyến hàng Việt phục vụ công nhân tại các khu công nghiệp.

Bên cạnh đó, Liên Đoàn Lao động tỉnh còn phối hợp với quỹ hỗ trợ công nhân thành phố Hồ Chí Minh và vận động các doanh nghiệp : Dầu thực vật Cái Lân, nước mắm Hưng Việt, nón bảo hiểm Á Châu tổ chức các chương trình văn nghệ, chiếu phim và bán hàng phục vụ trực tiếp cho người lao động tại các khu công nghiệp. Đồng thời chỉ đạo các Công đoàn cơ sở ở các doanh nghiệp có đông lao động như : Changshin, Pousung, Hwashung Vina, Taekwang Vina ... thành lập hệ thống siêu thị công nhân, phục vụ trực tiếp người lao động làm việc tại công ty.

-Đến nay có 56 Hợp tác xã và 01 Liên hiệp HTX với tổng số vốn điều lệ 166 tỷ 717,5 triệu đồng, 1.468 xã viên và 1.104 lao động. Các Hợp tác xã dịch vụ thương mại tiếp tục đổi mới phương thức kinh doanh, mở rộng mạng lưới bán lẻ; đầu tư, quản lý và khai thác chợ đã tích cực góp phần ổn định việc làm và cải thiện cuộc sống cho xã viên, người lao động. Có 257/257 Hợp tác xã, Liên Hiệp hợp tác xã sử dụng hàng Việt. Trong đó nổi bật là các Hợp tác xã quản lý, kinh doanh, khai thác và đầu tư chợ. Các Hợp tác xã đã vận động các hộ tiểu thương kinh doanh trong chợ bán các sản phẩm hàng hóa do Việt Nam sản xuất.

-Trung tâm xúc tiến thương mại tổ chức cho 16 doanh nghiệp chuyên sản xuất, kinh doanh các mặt hàng đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ, trang trí nội thất, nông sản thực phẩm, hàng may mặc ... tham gia hội chợ Việt – Lào và hội thảo giao thương tại Lào. Hội chợ thu hút hơn 30.000 lượt khách đến thăm quan, mua sắm, doanh thu đạt 300 triệu đồng, mở được 06 đại lý bán hàng tại Lào.

c/-Công tác quản lý Nhà nước :

-Các cấp Chính quyền, cơ quan quản lý Nhà nước đã có những giải pháp thiết thực triển khai thực hiện Cuộc vận động gắn với chương trình, dự án, kế hoạch phát triển kinh tế ở địa phương. Quan tâm tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp phát triển sản xuất, kinh doanh, đưa hàng Việt đến người tiêu dùng. Tiến hành rà soát, sửa đổi, ban hành chính sách, cắt giảm các thủ tục hành chính phiền hà, thực hiện các giải pháp hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh và tiêu dùng mua sắm của nhân dân. Kiểm soát chặt chẽ việc ưu tiên sử dụng hàng hóa sản xuất trong nước khi mua sắm công. Các cơ quan chức năng tăng cường công tác đấu tranh phòng chống buôn lậu, hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và sản xuất trong nước.

-Thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, Giám đốc Sở Tài chính đã có Thông báo số 77/TB-STC, ngày 08/01/2013, chỉ đạo các phòng, ban chuyên môn của Sở trong quá trình thẩm định hoặc phê duyệt kế hoạch đấu thầu mua sắm tài sản, lưu ý đối với việc phê duyệt danh mục dự toán mua sắm hàng hóa, thủ trưởng các đơn vị phải ưu tiên lựa chọn mua sắm hàng hóa được sản xuất trong nước bảo đảm chất lượng, đáp ứng yêu cầu công việc và tránh mua sắm các loại hàng hóa nhập khẩu mà trong nước đã sản xuất được. Trong tháng 9 năm 2013, trong 9 tháng năm 2013, đã tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt 71 gói thầu cho 43 đơn vị với giá trị mua sắm hơn 124 tỷ đồng và quyết định theo thẩm quyền phê duyệt kế hoạch đấu thầu 36 gói thầu của 25 đơn vị với giá trị hơn 11 tỷ đồng.

-Công tác quản lý thị trường được tăng cường kiểm tra, kiểm soát. Đã xử lý 1.907 vụ vi phạm, với tổng số tiền thu phạt nộp vào ngân sách Nhà nước gần 05 tỷ đồng. Trong năm 2013, tình trạng sản xuất hàng giả, kinh doanh hàng kém chất lượng, vi phạm về nhãn hàng hóa vẫn diễn biến phức tạp. Nhiều mặt hàng tiêu dùng của các thương hiệu nổi tiếng và có doanh số bán cao như : Bột giặt, mỹ phẩm, sữa hộp, nước mắm, nước ngọt, bánh, kẹo, các loại gia vị, sấm xe máy, gas, bột ngọt, quần áo, phân bón ... bị làm giả hoặc sản xuất chưa đạt chất lượng, gây thiệt hại đến lợi ích của người tiêu dùng, người nông dân trong sản xuất nông nghiệp.

-Nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, áp dụng hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, bảo hộ sở hữu trí tuệ trong quá trình hội nhập giai đoạn 2011 – 2015, Sở Khoa học và Công nghệ đã tổ chức các lớp tập huấn hỗ trợ 06 doanh nghiệp xây dựng và áp dụng các hệ thống quản lý tiên tiến; 22 doanh nghiệp bảo hộ sở hữu trí tuệ; 08 doanh nghiệp thực hiện tiết kiệm; hướng dẫn 03 doanh nghiệp xây dựng tiêu chuẩn cơ sở, 25 doanh nghiệp thực hiện công bố hợp chuẩn, hợp quy.

Tổ chức thanh tra tại 253 đơn vị sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tỉnh nhằm phát hiện, ngăn ngừa các sản phẩm, hàng hóa kém chất lượng, hàng giả lưu thông trên thị trường, góp phần bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng.

d/-Hoạt động của Ban Chỉ đạo 264 tỉnh :

Ban Chỉ đạo cuộc vận động 264 tỉnh thường xuyên tổ chức kiểm tra việc triển khai cuộc vận động tại các huyện, thị xã, thành phố. Qua đó đã kịp thời hướng dẫn các địa phương bổ sung các nội dung mới vào kế hoạch thực hiện cuộc vận động. Trong năm 2013, Ban Chỉ đạo 264 tỉnh đã :

-Tổ chức hơn Ban Chỉ đạo 264 tỉnh triển khai kế hoạch và giải pháp tiếp

-Phối hợp với các cơ quan, ban, ngành đoàn thể tham mưu cho Ban Thường vụ Tỉnh ủy kiện toàn nhân sự Ban Chỉ đạo 264 tỉnh. Ngày 08/5/2013, Ban Thường vụ Tỉnh ủy có Quyết định số 373-QĐ/TU kiện toàn Ban Chỉ đạo Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tỉnh Đồng Nai.

-Tổ chức phát 500 phiếu khảo sát dư luận xã hội về cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tại 03 địa phương là thành phố Biên Hòa, huyện Nhơn Trạch và huyện Định Quán. Có 12.345 ý kiến của cán bộ, công chức, công nhân, học sinh, người tiêu dùng và doanh nghiệp tham gia trả lời. Qua khảo sát cho thấy :

+Đại đa số người được khảo sát quan tâm đến cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”. Trong đó, có tới 64.49% quan tâm ở mức độ “rất quan tâm”. Từ khi có cuộc vận động đến nay, đa số người tiêu dùng đã “Tự xác định khi mua hàng hóa sẽ ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; một bộ phận khá đông còn “khuyến người thân trong gia đình, bạn bè, người quen biết nên mua hàng Việt Nam” hoặc đã “thay đổi thói quen mua hàng có nguồn gốc xuất xứ ở nước ngoài bằng việc mua hàng Việt Nam”; một số mặt hàng đã được đa số hoặc đông đảo người tiêu dùng Việt Nam ưa chuộng hơn trước như : Các sản phẩm dệt may; thực phẩm, rau quả ; các sản phẩm đồ gia dụng là nhóm hàng hóa được người tiêu dùng ưa chuộng hơn so với những năm trước đây. Sự quan tâm cũng như chuyển biến về nhận thức và hành vi này, một phần là do mục tiêu của cuộc vận động phù hợp với tâm tư, nguyện vọng của người Việt Nam, một phần là do công tác thông tin, tuyên truyền, các phương tiện thông tin đại chúng, đặc biệt là Đài truyền hình Việt Nam; báo viết; Mặt trận và các đoàn thể đã có những nỗ lực nhất định trong việc thông tin, tuyên truyền về cuộc vận động. Mặt khác, do những nỗ lực của doanh nghiệp Việt Nam trong việc nâng cao chất lượng, hạ giá thành sản phẩm.

+ “Chất lượng”, “Giá cả”, “Độ an toàn đối với sức khỏe người tiêu dùng” và “Nguồn gốc xuất xứ” là các yếu tố quyết định việc lựa chọn mua hàng của đại đa số người tiêu dùng. Đa số người tiêu dùng, khi mua hàng, chưa quan tâm đến các yếu tố như : “Hình thức, mẫu mã sản phẩm”; “Tính thân thiện với môi trường”; “Các chương trình khuyến mãi, dịch vụ bảo hành”; “Sự giới thiệu của bạn bè và người thân”; “Mức độ quảng cáo của các sản phẩm trên phương tiện thông tin đại chúng” của sản phẩm.

+Lý do chủ yếu dẫn đến việc người tiêu dùng Việt Nam chọn mua hàng hóa có xuất xứ từ Trung Quốc là vì “hàng Trung Quốc có giá rẻ”.

-Phối hợp với Sở Công thương vận động các doanh nghiệp được bán hàng trong các khu công nghiệp ưu tiên bán các sản phẩm do doanh nghiệp Việt Nam sản xuất và bán các mặt hàng được bình ổn giá đến công nhân, lao động tại các Khu công nghiệp.

e/-Hoạt động của Ban Vận động các huyện, thị xã, thành phố :

-Ban vận động các huyện, thị xã, thành phố đưa nội dung cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” thành hoạt động trọng tâm, thường xuyên, đồng thời kết hợp tuyên truyền với nội dung cuộc vận động “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa ở khu dân cư”, chương trình xây dựng nông thôn mới để cuộc vận động được lan tỏa sâu, rộng. 11/11 Ban vận động xây dựng kế hoạch phối hợp triển khai cuộc vận động trên địa bàn, trong đó tăng cường trách nhiệm, tính chủ động của từng thành viên đối với nhiệm vụ được phân công.

-Phối hợp với Sở Công thương, Ủy ban nhân dân huyện tổ chức đưa hàng Việt về nông thôn, phục vụ công nhân và người tiêu dùng ở địa phương. Ban Vận động huyện Nhơn Trạch, Long Thành, Vĩnh Cửu, Thống Nhất, Tân Phú và huyện Định Quán phối hợp tổ chức 11 chuyến đưa hàng về nông thôn thu hút 28.500 người đến mua, sắm, doanh thu đạt hơn 2,5 tỷ đồng.

Ban Vận động thành phố Biên Hòa, huyện Cẩm Mỹ và huyện Long Thành phối hợp tổ chức 03 phiên chợ công nhân thu hút 16.000 lượt người đến mua, sắm, doanh thu đạt gần 02 tỷ đồng. Bên cạnh đó, Ban vận động thị xã Long Khánh và Cẩm Mỹ còn phối hợp tổ chức tuần hàng Việt và Hội Chợ thương mại thu hút 40.000 lượt người đến mua, sắm, doanh thu đạt gần 02 tỷ đồng.

Qua các chương trình “Tuần hàng Việt Nam”, đưa hàng Việt về nông thôn, khu tập trung công nhân do Ban Vận động các huyện, thị xã, thành phố phối hợp tổ chức đều không ngừng tăng doanh số, đã có sự hưởng ứng tích cực của xã hội. Thể hiện rõ sự nhận thức của nhân dân có sự chuyển biến tích cực.

-Các địa phương tích cực vận động, khuyến khích các cơ quan, tổ chức, cá nhân trên địa bàn ưu tiên sử dụng hàng hóa Việt Nam khi mua, sắm cho cá nhân, tổ chức và trong hoạt động sản xuất của doanh nghiệp.

II/-NHẬN XÉT VÀ KIẾN NGHỊ:

1/-Ưu điểm:

-Từng cấp, từng ngành có chương trình, kế hoạch cụ thể, có giải pháp phù hợp, thiết thực, định hướng rõ ràng, nên việc triển khai cuộc vận động được kịp thời, thu hút được sự tham gia của các tầng lớp nhân dân. Cuộc vận động đã nhận được sự đồng thuận cao của các tầng lớp nhân dân trong xã hội, khẳng định được sự đúng đắn của Đảng ta về chủ trương, giải pháp kích cầu, phát triển thị trường nội địa, đưa nền kinh tế vượt qua những khó khăn, thách thức trước mắt và lâu dài theo Nghị quyết số 01/NQ-CP, ngày 07/01/2013 của Chính phủ về những giải pháp

IX); Chương trình hành động số 1216/Ctr.UBND, ngày 06/02/2013 của Ủy ban nhân dân tỉnh về thực hiện Nghị quyết số 04-NQ/TU, ngày 21/01/2013 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh.

-Ban Chỉ đạo cuộc vận động thực hiện tốt quy chế làm việc nên công tác triển khai thực hiện cuộc vận động trên địa bàn tỉnh đạt kết quả tích cực. Trong đó nổi bật là công tác xúc tiến thương mại. Qua các đợt bán hàng, các doanh nghiệp có điều kiện quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm mới đến người tiêu dùng, người dân được mua những sản phẩm do các doanh nghiệp trong nước sản xuất với chất lượng tốt và tiếp cận với phương thức bán hàng mới.

-Công tác tuyên truyền được các cấp, các ban, ngành, đoàn thể triển khai thực hiện bằng nhiều hình thức phù hợp với từng đối tượng, tạo bước khởi sắc thay đổi nhận thức và hành vi trong xã hội về ưu tiên sử dụng hàng hóa Việt Nam. Nhìn chung thông qua công tác tuyên truyền người tiêu dùng đã có nhận thức “ưu tiên” mua, sắm hàng Việt. Các cơ quan, đơn vị khối Nhà nước khi trang bị, mua sắm tài sản công đã ưu tiên lựa chọn những sản phẩm hàng hóa, dịch vụ là hàng sản xuất tại Việt Nam. Cũng thông qua công tác tuyên truyền của báo, đài, các cơ quan chức năng đã kịp thời ngăn chặn chống hàng lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng và hàng không có nguồn gốc trôi nổi trên thị trường, thể hiện rõ nhất là ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa trên địa bàn tỉnh.

-Ban Chỉ đạo 264 tỉnh và Ban vận động các huyện, thị xã, thành phố thực hiện tốt vai trò cầu nối giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng ở địa phương; kịp thời tham mưu cho Cấp ủy chỉ đạo các cấp, các ngành phối hợp triển khai thực hiện cuộc vận động.

2/-Hạn chế:

Bên cạnh những kết quả đạt được, việc triển khai cuộc vận động trên địa bàn tỉnh còn những điểm hạn chế như:

-Trong quá trình thực hiện cuộc vận động, một số cơ quan, ban, ngành, địa phương chưa chủ động, tích cực xây dựng kế hoạch phù hợp với tình hình và hướng dẫn cơ sở thực hiện.

-Công tác tuyên truyền về cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tuy đạt được một số kết quả nhất định nhưng còn mang tính một chiều từ trên xuống, thiếu sự phản hồi từ cơ sở.

-Việc tổ chức các phiên chợ công nhân, phiên chợ Việt, tuần hàng Việt ... còn ít, chủ yếu phụ thuộc vào các chương trình xúc tiến thương mại của Sở Công thương nên hiệu ứng, sức lan tỏa của hàng Việt về nông thôn, khu dân cư chưa cao.

-Trên thị trường còn xuất hiện hàng kém chất lượng, hàng giả, hàng gian lận thương mại, hàng không bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm .. gây thiệt hại cho sản xuất và quyền lợi của người tiêu dùng.

-Một số cơ quan quản lý Nhà nước các cấp và doanh nghiệp có lúc chưa quan tâm đến công tác bảo vệ người tiêu dùng. Chính vì vậy, hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng như việc cung cấp thông tin về chất lượng sản phẩm, hàng hóa và công tác tư vấn cho người tiêu dùng chưa tạo được hiệu ứng sâu rộng trong xã hội và chưa đạt yêu cầu.

3/-Một số kiến nghị :

-Qua các hoạt động kết nối giao thương giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng đã đặt ra yêu cầu đối với doanh nghiệp trong nước phải quan tâm hơn nữa việc đổi mới công nghệ, tăng cường nâng cao chất lượng, hạ giá thành, cải tiến mẫu mã sản phẩm phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng, mở rộng phát triển mạng lưới phân phối đi đôi với chính sách hậu mãi ...Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần tập trung đẩy mạnh việc xây dựng thương hiệu hàng hóa, sản phẩm, gắn thương hiệu với chất lượng sản phẩm.

-Các cơ quan chức năng cần tăng cường công tác kiểm tra điều kiện sản xuất, chất lượng sản phẩm, giúp các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh phát triển sản xuất. Đối với hàng giả, hàng kém chất lượng phải truy nguyên nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa và xử lý nghiêm để răn đe.

-Các cơ quan quản lý Nhà nước cần tạo điều kiện và giúp đỡ các cơ quan tuyên truyền, các tổ chức, doanh nghiệp chuyên tải các thông tin về chất lượng sản phẩm, hàng hóa thuộc trách nhiệm của đơn vị đến người tiêu dùng.

-Cần biên soạn tài liệu và phổ biến rộng rãi cách thức phân biệt hàng thật, hàng giả giúp người dân ở nông thôn hiểu rõ hơn về nguồn gốc, chất lượng, giá thành các mặt hàng thiết yếu. Các tài liệu tuyên truyền này được gửi đến tay người tiêu dùng ở nông thôn trong các phiên chợ hoặc thông qua Ban quản lý chợ trên địa bàn.

Phần II

CHƯƠNG TRÌNH THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG “NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM” NĂM 2014

Nhằm tiếp tục thực hiện có kết quả cuộc vận động trong năm 2014, Ban Chỉ đạo cuộc vận động 264 tỉnh xác định nhiệm vụ và giải pháp tiếp tục thực hiện cuộc vận động như sau:

I/-NHIỆM VỤ :

1/-Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động nhân dân hưởng ứng

nhân; tuyên truyền, vận động các doanh nghiệp trên địa bàn nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm nâng cao chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, sức cạnh tranh và xây dựng được thương hiệu Việt cho nhiều sản phẩm, hàng hóa; phối hợp tuyên truyền, phổ biến danh mục máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu trong nước đã sản xuất được; thường xuyên thông tin về tiêu chuẩn, giá cả hàng Việt Nam đến người tiêu dùng; thông tin về các danh mục hàng hóa bị các cơ quan chức năng công bố là tiềm ẩn nguy cơ gây mất an toàn cho sản xuất và đời sống ...

2/-Trong năm 2014, Sở Công thương phối hợp xây dựng kế hoạch tổ chức 30 phiên chợ hàng Việt về nông thôn; 09 phiên chợ công nhân; 60 chuyến hàng Việt phục vụ cho công nhân sau giờ tan ca; mở 06 hội nghị, hội thảo chương trình kết nối “Đưa sản phẩm an toàn vào bếp ăn tập thể, bếp ăn công nghiệp” và tổ chức 01 tuần hàng Việt Nam.

Phối hợp với các đơn vị liên quan hướng dẫn doanh nghiệp lập kế hoạch vay vốn và chỉ đạo các Phòng Kinh tế/Kinh tế - Hạ tầng tiếp tục lựa chọn, giới thiệu, hướng dẫn các doanh nghiệp, Hợp tác xã xây dựng kế hoạch tham chương trình bình ổn, nhất là trong dịp tết Nguyên đán Giáp Ngọ.

3/-Các cơ quan, đơn vị, địa phương kiểm soát chặt chẽ việc chi tiêu của cơ quan, tổ chức, cá nhân sử dụng nguồn ngân sách Nhà nước, xử lý nghiêm những đơn vị, cá nhân không gương mẫu thực hành tiết kiệm, lãng phí trong chi tiêu ...

4/-Các cơ quan quản lý Nhà nước tiếp tục rà soát, ban hành cơ chế, chính sách khuyến khích sản xuất và bảo vệ thị trường phù hợp với các quy định của pháp luật; khuyến khích và định hướng tiêu dùng trong nhân dân.

-Xây dựng kế hoạch triển khai các đợt thanh, kiểm tra theo từng chuyên đề đối với từng loại sản phẩm, hàng hóa với sự phối hợp của các ngành nhằm đảm bảo công tác kiểm tra, kiểm soát được hiệu quả.

-Tăng cường công tác quản lý, chấn chỉnh các hoạt động quản lý thị trường, hải quan, thuế; xử lý nghiêm các hành vi vi phạm về đo lường đối với sản phẩm, về chất lượng sản phẩm hàng hóa, dịch vụ, hàng nhập lậu, hàng giả, hàng vi phạm vệ sinh an toàn thực phẩm.

-Phối hợp với các cơ quan liên quan trong việc điều tra, khảo sát nhu cầu của các doanh nghiệp Việt Nam trong việc áp dụng các công cụ, các mô hình nhằm cải tiến về chất lượng sản phẩm, hàng hóa của doanh nghiệp. Qua đó, tổng hợp và đề xuất tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp.

-Hướng dẫn các doanh nghiệp đẩy mạnh đổi mới, ứng dụng khoa học – công nghệ, nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; thực hiện các cam kết bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; xây dựng được thương hiệu sản phẩm, hàng hóa Việt Nam.

-Phối hợp xây dựng các tài liệu về phân biệt hàng giả, hàng kém chất lượng để phổ biến cho người tiêu dùng; phối hợp xây dựng các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật địa phương đối mới các sản phẩm, hàng hóa do các doanh nghiệp của tỉnh Đồng Nai sản xuất.

5/-Ban Chỉ đạo 264 tỉnh tiếp tục thực hiện tốt quy chế tổ chức và hoạt động, chủ động tham mưu cho Ban thường vụ Tỉnh ủy chỉ đạo các vấn đề quan trọng, cấp thiết để cuộc vận động đạt hiệu quả.

-Tổ chức các đoàn kiểm tra, làm việc với một số cơ quan, đơn vị, địa phương để nắm tình hình, kết quả thực hiện cuộc vận động, kịp thời đôn đốc, hướng dẫn thực hiện cuộc vận động đạt kết quả; kịp thời phát hiện, nhân rộng những mô hình, cách làm hiệu quả từ cơ sở.

-Phát huy vai trò của Mặt trận và các tổ chức thành viên trong công tác tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên, người tiêu dùng ưu tiên mua, sắm, sử dụng hàng Việt Nam.

-Tham mưu Ban Thường vụ Tỉnh ủy tiếp tục kiện toàn nhân sự tham gia Ban Chỉ đạo 264 tỉnh.

-Tổ chức khảo sát dư luận xã hội về kết quả thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn huyện Tân Phú, Thống Nhất và thị xã Long Khánh.

-Tổ chức sơ kết 05 năm (2009 – 2014) thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

6/-Báo Đồng Nai, Đài Phát thanh – Truyền hình Đồng Nai tiếp tục tăng số lượng và nâng cao chất lượng tin, bài, chuyên đề, chuyên mục tuyên truyền về cuộc vận động. Thường xuyên giới thiệu các tổ chức, đơn vị sử dụng hàng hóa nội địa khi thực hiện mua sắm công; phê phán tâm lý xem thường hàng nội địa, sinh hàng ngoại của một bộ phận người dân.

7/-Ban Vận động các huyện, thị xã, thành phố quan tâm cùng cố, kiện toàn tổ chức và có kế hoạch thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2014; chủ động tham mưu với Cấp ủy những biện pháp tiếp tục đẩy mạnh cuộc vận động trên địa bàn.

II/-GIẢI PHÁP THỰC HIỆN :

-Căn cứ vào các nhiệm vụ nêu trên, đề nghị các cơ quan, ban, ngành, đoàn thể tỉnh căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ của mình xây dựng kế hoạch triển khai

-Các thành viên Ban Chỉ đạo 264 tỉnh trong chức năng, nhiệm vụ của mình tích cực theo dõi, hướng dẫn các cơ quan, đơn vị, Ban vận động các huyện, thị xã, thành phố tổ chức thực hiện.

Trên đây là báo cáo kết quả thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2013 và nhiệm vụ, giải pháp thực hiện cuộc vận động năm 2014, Ban Chỉ đạo 264 tỉnh kính đề nghị các cơ quan, đơn vị, địa phương nghiên cứu để phối hợp triển khai thực hiện đạt kết quả. *ℓ*

Nơi nhận :

- BTT. UB Trung ương MTTQVN;
 - Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động;
 - Ban Tuyên giáo Ủy ban Trung ương MTTQVN;
 - Văn phòng Ủy ban Trung ương MTTQVN;
 - Ban Công tác phía Nam;
 - Đ/c Chủ tịch UBM TTQVN tỉnh;
 - Các thành viên Ban Chỉ đạo CVD;
 - Ban vận động các huyện, thị xã, thành phố;
 - Lưu CPVP, VT, đ/c Nguyễn Văn Dũng;
 - Số BC.93/2013/VP3/Trung.
- } báo cáo
} thực hiện

TM. BAN CHỈ ĐẠO
PHÓ BAN THƯỜNG TRỰC



Nguyễn Công Ngôn
PHÓ CHỦ TỊCH THƯỜNG TRỰC UBM TTQVN TỈNH

