

ĐỀ CƯƠNG TUYÊN TRUYỀN

Tiếp tục tích cực ủng hộ, thực hiện

Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”

**** Sự cần thiết tổ chức Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”:***

Công cuộc đổi mới đã đưa nền kinh tế nước ta ngày càng phát triển, hàng hóa của Việt Nam ngày đẹp hơn, tốt hơn đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng xã hội; xuất khẩu tăng cao, nhập khẩu từng bước được kiểm soát; chất lượng sản phẩm tăng lên, nhiều sản phẩm đã có sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế đem lại thu nhập cao cho đất nước như: Cà phê, gạo, hạt điều, thủy sản, đồ gỗ, hàng may mặc, cơ khí, điện tử... Tuy nhiên, hiệu quả, sức cạnh tranh của nền kinh tế còn thấp; tiêu hao năng lượng, nguyên vật liệu trong sản phẩm, hàng hóa cao hơn các nước; hàm lượng trí tuệ và công nghệ trong từng sản phẩm hàng hóa còn thấp; chưa quan tâm khuếch trương và khai thác tiềm năng để phát triển thị trường nội địa với các yếu tố thuận lợi về dân số đông và trẻ, yếu tố văn hóa; tâm lý sính dùng hàng ngoại vẫn tồn tại trong một bộ phận người tiêu dùng...

Đất nước ngày càng hội nhập quốc tế, những tác động của nền kinh tế thế giới đến nước ta sẽ nhanh và mạnh; sự cạnh tranh trên thị trường quốc tế cũng như nội địa đối với các sản phẩm hàng hóa Việt Nam ngày một gay gắt hơn. Những năm qua, cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới đang tác động tiêu cực vào nền kinh tế nước ta, xuất khẩu giảm mạnh, nhiều doanh nghiệp phải hạn chế sản xuất, số người thất nghiệp có chiều hướng tăng... Trước yêu cầu đưa nền kinh tế đất nước vượt qua những khó khăn, thách thức, phát triển nhanh, bền vững, giải quyết tốt an sinh xã hội, Bộ Chính trị đã ban hành Thông báo Kết luận số 264-TB/TW, ngày 31 tháng 7 năm 2009 về tổ chức Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

**** Thế nào là hàng Việt Nam:***

Hàng Việt Nam là sản phẩm được các thành phần kinh tế trong nước sản xuất để tiêu dùng và xuất khẩu.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, vận hành nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, có nhiều thành phần kinh tế cùng phát triển để tạo ra sản phẩm xã hội, vì vậy sự đa dạng về sản phẩm, đa dạng về sở hữu, đa dạng về nguồn gốc xuất xứ là tất yếu. Hàng Việt Nam là hàng hóa:

- Được sản xuất trong nước, nghĩa là có cơ sở sản xuất để tạo ra sản phẩm ở trong nước.

- Có phần giá trị gia tăng tạo ra trong nước đạt tỉ lệ nhất định do cơ quan thẩm quyền quy định theo từng chủng loại và điều kiện cụ thể.

*** Mục đích của Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”:**

Phát huy mạnh mẽ lòng yêu nước, ý chí tự lực, tự cường, tự tôn dân tộc, xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam và sản xuất ra nhiều hàng hóa Việt Nam có chất lượng, sức cạnh tranh cao, đáp ứng yêu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

Đây không phải là chủ trương bảo hộ mậu dịch, bài trừ hàng ngoại hay đóng cửa nền kinh tế. Tích cực, chủ động hội nhập quốc tế là chủ trương lớn có ý nghĩa chiến lược của Đảng và Nhà nước ta; một mặt ta cam kết thực hiện nghiêm những quy định của Tổ chức thương mại quốc tế (WTO); mặt khác ta có quyền ban hành, bổ sung cơ chế, chính sách để khuyến khích và định hướng tiêu dùng của nhân dân; bảo vệ thị trường và người tiêu dùng trong nước không trái với các quy định của WTO. Cuộc vận động là hoạt động nhằm phát động phong trào của nhân dân ủng hộ, hỗ trợ, khuyến khích tiêu dùng hàng Việt Nam.

*** Ý nghĩa của Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”:**

Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” là chủ trương đúng đắn của Đảng, có ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển đất nước nhất là khi nền kinh tế gặp khó khăn, bị ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới.

- Hiệu quả kinh tế: Thúc đẩy sản xuất trong nước phát triển; nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ; xây dựng được thương hiệu quốc gia cho nhiều sản phẩm, hàng hóa Việt Nam, thúc đẩy tăng trưởng nền kinh tế. Xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ, chống lại lệ thuộc; thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững.

- Hiệu quả xã hội: Khuyến khích và định hướng tiêu dùng của nhân dân, tiêu thụ hàng trong nước, góp phần giúp các doanh nghiệp trong nước phát triển, ngân sách Nhà nước dồi dào hơn, để phục vụ nhân dân; tăng cường phúc lợi xã hội, xây dựng cơ sở hạ tầng, y tế, giáo dục, hỗ trợ người nghèo, tạo công ăn việc làm, hạn chế thất nghiệp...

- Hiệu quả văn hóa: Phát huy truyền thống, bản sắc dân tộc; thể hiện lòng yêu nước, ý chí tự lực tự cường, làm nên nét đẹp văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam; quảng bá văn hóa, con người, hình ảnh Việt Nam.

*** Nội dung thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”:**

Các nhiệm vụ và giải pháp cơ bản thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” cần được các cấp, các ngành, địa phương, đơn vị, các tầng lớp nhân dân, từng doanh nghiệp, từng cá nhân đồng thuận, ủng hộ; nêu cao tinh thần yêu nước, ý thức trách nhiệm của công dân để góp phần thực hiện thắng lợi 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.

Tiếp tục quán triệt trong cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân Thông báo Kết luận số 264-TB/TW, ngày 31 tháng 7 năm 2009 của Bộ Chính trị; Kế hoạch số 18/KH-MTTW-BCĐTW, ngày 08 tháng 12 năm 2009 của Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam về tổ chức Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, tập trung quán triệt nhiệm vụ và giải pháp cơ bản sau:

1. Vận động, làm cho người tiêu dùng trong nước và nước ngoài nhận thức đúng khả năng sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam, chất lượng của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ Việt Nam; vận động người tiêu dùng Việt Nam sử dụng hàng Việt Nam khi tiêu dùng cá nhân, coi đó là thể hiện lòng yêu nước, nét đẹp trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam; các cơ quan, đơn vị và tổ chức chính trị - xã hội 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.

2. Các doanh nghiệp nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm; nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ; thực hiện các cam kết bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; xây dựng được thương hiệu quốc gia cho nhiều sản phẩm, hàng hóa Việt Nam.

3. Rà soát, ban hành bổ sung cơ chế, chính sách bảo vệ thị trường người tiêu dùng trong nước, sản xuất trong nước không trái với các quy định của Tổ chức thương mại thế giới (WTO), khuyến khích và định hướng tiêu dùng của nhân dân; kiểm soát chặt chẽ việc chi tiêu của các 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, chống lãng phí trong chi tiêu.

4. Tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp trong một số hoạt động: Tổ chức điều tra, khảo sát thị trường, điều tra thị hiếu, nhu cầu người tiêu dùng, mạng lưới phân phối, tổ chức hội thảo, triển lãm, hội chợ sản phẩm hàng hóa của Việt Nam; hỗ trợ đưa hàng Việt Nam về bán ở nông thôn, các khu công nghiệp, khu chế xuất; khu công