

Số: /BC-STTTT

Hà Tĩnh, ngày tháng 12 năm 2021

BÁO CÁO
Kết quả tuyên truyền Cuộc vận động
“Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam năm 2021”

Thực hiện Công văn số 07/CV-BCĐTCVĐ ngày 29/11/2021 của Ban Chỉ đạo Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam tỉnh Hà Tĩnh, Sở Thông tin và Truyền thông tỉnh Hà Tĩnh báo cáo kết quả như sau:

1. Công tác chỉ đạo tuyên truyền

Thông qua Hội nghị giao ban báo chí, Sở Thông tin và Truyền thông phối hợp với Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy thực hiện chỉ đạo, định hướng tuyên truyền kết quả thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” kết hợp công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, phòng chống hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng. Sở Thông tin và Truyền thông đã ban hành 10 văn bản chỉ đạo tuyên truyền (Kế hoạch số 183/KH-STTTT ngày 24/02/2021; Công văn số 45/STTTT-TTBCXB ngày 13/01/2021; Công văn số 1263/STTTT-TTBCXB ngày 27/9/2021; Công văn số 59/STTTT-TTBCXB ngày 18/01/2021; Công văn số 706/STTTT-BCVT ngày 21/6/2021; Công văn số 1008/STTTT-TTBCXB ngày 13/8/2021; Công văn số 1317/STTTT-TTr ngày 06/10/2021; Kế hoạch số 1571/KH-STTTT ngày 19/11/2021; Công văn số 1522/STTTT-TTBCXB ngày 12/11/2021); trong đó tập trung chỉ đạo tuyên truyền ở các nội dung:

- Các cơ quan báo chí xây dựng các chuyên trang, chuyên mục, tăng cường các tin, bài tuyên truyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, giới thiệu các sản phẩm chủ lực của tỉnh; khuyến khích áp dụng các tiêu chuẩn GlobalGap, VietGap, hệ thống quản lý chất lượng ISO, HACCP vào sản xuất nông nghiệp; gián tem truy xuất nguồn gốc xuất xứ hàng hóa, sản phẩm; đẩy mạnh tuyên truyền kết quả thực hiện Chương trình OCOP đảm bảo tiêu chuẩn theo quy định; các quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; nhận biết, cảnh báo hàng giả, hàng kém chất lượng, thông tin các hoạt động xử lý vi phạm của các cơ quan chức năng.

- Phòng Văn hóa - Thông tin, Trung tâm Văn hóa - Truyền thông các huyện, thành phố, thị xã phối hợp với các đơn vị liên quan tập trung tuyên truyền Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, giới thiệu các sản phẩm chủ lực của tỉnh; hướng dẫn bà con nông dân áp dụng các tiêu chuẩn GlobalGap, VietGap, hệ thống quản lý chất lượng ISO, HACCP vào

sản xuất nông nghiệp tham gia chương trình OCOP; tuyên truyền bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; phổ biến, giáo dục pháp luật, hướng dẫn kiến thức về mua sắm, tiêu dùng hàng hóa có nguồn gốc, xuất xứ và đảm bảo chất lượng, vận động người dân không sử dụng hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ, nhãn mác, hàng kém chất lượng và kịp thời thông tin, phản ánh cho các cơ quan chức năng trong trường hợp phát hiện hàng giả, hàng nhái và các hành vi vi phạm của các tổ chức, cá nhân trong sản xuất, kinh doanh.

2. Kết quả đạt được

Thực hiện hướng dẫn, chỉ đạo của Sở, các cơ quan thông tấn, báo chí đã tích cực tham gia công tác thông tin, tuyên truyền, góp phần nâng cao nhận thức của người dân, cụ thể:

Hàng năm, Báo Hà Tĩnh đã đăng tải 450 tin, bài viết tuyên truyền trên báo in, báo điện tử trong chuyên trang “*Kinh tế*” với các chuyên mục *Công nghiệp, Nông nghiệp, Thương mại - Dịch vụ*. Bên cạnh các bài tuyên truyền trực tiếp, nhiều bài viết được lồng ghép nội dung khuyến khích tiêu thụ sản phẩm sản xuất trong nước, trong tỉnh, giới thiệu các sản phẩm chủ lực của tỉnh, tuyên truyền chống buôn lậu, gian lận thương mại; cảnh báo chống hàng giả, hàng kém chất lượng.

Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Tĩnh đã xây dựng trên 500 tin, chương trình, phóng sự phát trên sóng phát thanh, truyền hình phản ánh khá đầy đủ các nội dung về các chính sách, giải pháp của các ngành, các cấp, các doanh nghiệp trong việc khuyến khích, tạo điều kiện để người tiêu dùng mua sắm và sử dụng hàng Việt Nam, phòng chống hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng. Đài cũng đã lồng ghép các nội dung tuyên truyền trong các chuyên mục như: “*Thị trường tiêu dùng*”, “*Công thương*”, “*Vấn đề cùng quan tâm*”, “*Sức khỏe cho mọi nhà*”, các chương trình “*Vấn đề hôm nay*”, “*Sức khỏe và y tế*”, các trang truyền hình địa phương. Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh đã thực hiện các chương trình giới thiệu các sản phẩm nông nghiệp chủ lực của địa phương, các sản phẩm rau sạch, gia súc, gia cầm được sản xuất, chế biến từ các mô hình kinh tế nông thôn, trang trại sạch trên địa bàn tỉnh. Xây dựng nhiều phóng sự điều tra, phóng sự phản ánh kịp thời công tác đấu tranh phòng, chống hàng giả, hàng lậu, gian lận thương mại của các lực lượng chức năng.

Các cơ quan báo chí trung ương và tỉnh bạn có văn phòng đại diện, phóng viên thường trú trên địa bàn cũng tích cực tham gia trong công tác tuyên truyền. Hàng năm, đã có trên 400 tin, bài viết về cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, công tác bảo vệ người tiêu dùng, trong đó tập trung: Tuyên truyền các sản phẩm chủ lực của tỉnh, địa phương, đưa tin các hoạt động của các cơ quan chức năng trong công tác xử lý gian lận thương mại, đấu tranh chống hàng giả, hàng kém chất lượng; thực phẩm bẩn, thực phẩm không rõ nguồn gốc xuất xứ.

Đặc biệt, thực hiện Kế hoạch số 381/KH-UBND ngày 14/10/2021 của UBND tỉnh về việc tổ chức các hoạt động quảng bá, hỗ trợ, thúc đẩy tiêu thụ cam và các sản phẩm OCOP Hà Tĩnh năm 2021, Sở Thông tin và Truyền thông đã chỉ đạo các cơ quan báo chí tập trung tuyên truyền cao điểm trong tháng 11/2021 giới thiệu, quảng bá thương hiệu cam và sản phẩm OCOP của tỉnh Hà Tĩnh đến với người dân trong và ngoài tỉnh nhằm thực hiện chiến lược xây dựng thương hiệu cam Hà Tĩnh và các sản phẩm nông sản của tỉnh với hơn 200 tin, bài tuyên truyền trên các phương tiện truyền thông, hàng ngàn bài viết trên các trang mạng xã hội.

Các huyện, thành phố, thị xã đã chỉ đạo Trung tâm Văn hóa - Truyền thông; UBND các xã, phường, thị trấn thực hiện tuyên truyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” với tần suất 3 lần/tuần tập trung cao điểm trong dịp trước, trong và sau Tết Dương Lịch, Tết Nguyên đán, Tết Trung thu, Lễ Quốc khánh... và định kỳ hàng tháng trên sóng phát thanh cấp huyện và hệ thống truyền thanh cơ sở (có trên 2500 lượt tuyên truyền trên hệ thống truyền thanh cơ sở), góp phần nâng cao nhận thức của người tiêu dùng.

Sở Thông tin và Truyền thông cũng đã chỉ đạo Cổng Thông tin điện tử tỉnh đăng tải 300 tin, bài tuyên truyền cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; chỉ đạo Sàn Thương mại điện tử tỉnh hỗ trợ gần 600 doanh nghiệp, hợp tác xã đăng ký làm thành viên; duy trì gần 300 gian hàng với hơn 500 sản phẩm. Theo đó, các nhóm sản phẩm được giới thiệu trên trang gồm: hàng nông - lâm - thủy sản; đặc sản địa phương; các sản phẩm thủ công mỹ nghệ; dược phẩm, hóa chất... Đặc biệt là các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm OCOP của Hà Tĩnh. Trong thời gian vừa qua, khi dịch Covid-19 bùng phát trở lại, một lần nữa tính hiệu quả giao dịch thương mại điện tử lại càng được khẳng định góp phần tiêu thụ sản phẩm hàng hóa cho người dân, doanh nghiệp và cung cấp lương thực, thực phẩm cũng như các nhu yếu phẩm cần thiết cho người dân trong vùng dịch.

Đặc biệt, để góp phần trong công tác tiêu thụ hàng hóa của người dân, doanh nghiệp đang bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh COVID-19, Sàn giao dịch thương mại điện tử Hà Tĩnh đã hỗ trợ người dân vùng dịch chào bán các sản phẩm trên sàn như: dưa hấu xã Việt Tiến, dưa lưới TP Hà Tĩnh, chanh Vũ Quang, bưởi Phúc Trạch - Hương Khê... Bên cạnh đó, sàn cũng cung cấp đầy đủ những thông tin chính thống về chủ trương, chính sách của tỉnh về kinh doanh, thương mại dịch vụ trong mùa dịch trên sàn và trên trang Fanpage “Sàn giao dịch Thương mại điện tử Hà Tĩnh”. Qua đó, góp phần khuyến khích người dân tham gia mua sắm trực tuyến, hạn chế sự lây lan của dịch bệnh COVID-19.

Sở đã cấp giấy phép cho 05 đơn vị xuất bản 150.000 sản phẩm tuyên truyền, quảng bá cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và tiêu thụ nông sản chủ lực trên địa bàn tỉnh.

Sở đã biên soạn 15 nội dung tuyên truyền (02 bài phát thanh được in sao 600 đĩa CD tuyên truyền) tuyên truyền trên hệ thống truyền thanh cơ sở.

3. Tồn tại, hạn chế

- Việc tuyên truyền chưa thực hiện thường xuyên, liên tục trên các phương tiện thông tin đại chúng;

- Nội dung, hình thức tuyên truyền chưa đổi mới, chưa phong phú và đa dạng nên chưa thu hút được người dân tham gia hưởng ứng mạnh mẽ;

- Kinh phí triển khai các chương trình tuyên truyền còn hạn chế. Chưa có kinh phí hỗ trợ truyền thông cho các cơ quan báo chí thực hiện tuyên truyền.

4. Phương hướng, nhiệm vụ thời gian tới

- Tiếp tục chỉ đạo, hướng dẫn các cơ quan báo chí tăng cường các tin, bài viết tuyên truyền về cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; giới thiệu, quảng bá các sản phẩm công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ chủ lực của tỉnh.

- Biên soạn nội dung tuyên truyền hướng dẫn các văn bản quy phạm pháp luật, văn bản quản lý nhà nước đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh, các chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” để in, sao đĩa CD tuyên truyền hoặc chỉ đạo tuyên truyền trên truyền thanh cơ sở.

- Tiếp tục đổi mới nội dung, hình thức, biện pháp tổ chức thực hiện trên cơ sở xây dựng chương trình, kế hoạch cụ thể, biện pháp phù hợp để có hiệu quả thiết thực.

5. Kiến nghị, đề xuất

- Đề nghị các cơ quan trung ương thường xuyên cung cấp các ấn phẩm tuyên truyền đến các địa phương để triển khai hoạt động tuyên truyền hiệu quả.

- Ban Chỉ đạo Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam tỉnh Hà Tĩnh xem xét đề xuất kinh phí triển khai hoạt động tuyên truyền hàng năm./.

Nơi nhận:

- UBMTTQ tỉnh;
- Lãnh đạo Sở;
- Lưu: VT, TTBCXB₂

**KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC**

Đậu Tùng Lâm

