

Số: **72** /BC-UBND

Quảng Ngãi, ngày **31** tháng 3 năm 2025

BÁO CÁO

**Tổng kết Kế hoạch thực hiện 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 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi**

Kính gửi: Bộ Công Thương

Thực hiện nội dung Chỉ thị số 03-CT/TW ngày 19/5/2021 của Ban Bí thư Trung ương Đảng về việc 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 Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17/3/2021 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt 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; trên cơ sở đề xuất của Giám đốc Sở Công Thương tại Công văn số 687/SCT-QLTM ngày 28/3/2025, UBND tỉnh Quảng Ngãi báo cáo tổng kết Kế hoạch thực hiện 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 (gọi tắt là *Chương trình*) trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi, như sau:

I. Công tác chỉ đạo, điều hành

Phát triển thị trường trong nước được Đảng và Nhà nước ta xác định là một giải pháp chiến lược hướng vào mục tiêu phát triển bền vững có tác động nhiều mặt đến thúc đẩy sản xuất kinh doanh, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của toàn dân, nâng cao mức sống và góp phần bảo đảm an sinh xã hội; do vậy, Cuộc vận động “Người Việt nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” kể từ khi thực hiện (năm 2009) đến nay đã bám sát chủ trương của Đảng để tập trung sản xuất, phát triển thị trường trong nước nhằm kích thích tiêu dùng nội địa, tạo nên động lực mới cho tiêu dùng trong nước. 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” giai đoạn 2021 - 2025 trên địa bàn tỉnh không chỉ góp phần thúc đẩy sản xuất, nâng cao uy tín của doanh nghiệp Việt Nam mà còn có ý nghĩa tích cực trong việc thực hiện các giải pháp để giữ vững ổn định sản xuất, kinh doanh, bảo đảm đời sống của nhân dân, duy trì phát triển kinh tế, ổn định xã hội. Tập trung đẩy mạnh, quán triệt và triển khai thực hiện tốt các văn bản lãnh đạo, chỉ đạo của Trung ương¹; của Tỉnh ủy², UBND tỉnh;

¹ Kết luận số 264-TB/TW ngày 31/7/2009 của Bộ Chính trị “về tổ chức Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; Chỉ thị số 24/CT-TTg ngày 17/9/2012 của Thủ tướng Chính phủ “về việc tăng cường thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” (Chỉ thị 24/CT-TTg); Kết luận số 107-KL/TW ngày 10/4/2015 của Ban Bí thư “về tiếp tục tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với việc thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; Chỉ thị số 03-CT/TW ngày 19/5/2021 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng

Ban Chỉ đạo Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tỉnh Quảng Ngãi (*Ban Chỉ đạo tỉnh*) đã ban hành các kế hoạch hoạt động³, đề ra phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm; xây dựng kế hoạch kiểm tra, đánh giá tình hình, kết quả công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện của các địa phương, đơn vị; tổ chức sơ kết, tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện Cuộc vận động nhằm nâng cao ý thức trách nhiệm, tinh thần tự giác của cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, công nhân, người lao động, các tầng lớp nhân dân và các doanh nghiệp trong sản xuất, mua sắm, sử dụng hàng Việt.

Bám sát mục tiêu và nội dung của Chương trình được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17/3/2021, UBND tỉnh đã ban hành Kế hoạch số 159/KH-UBND ngày 15/11/2021 làm cơ sở để Sở Công Thương và các cơ quan, đơn vị, địa phương có liên quan theo chức năng, nhiệm vụ được giao ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện phù hợp với từng ngành và từng lĩnh vực.

II. Kết quả triển khai thực hiện Kế hoạch

1. Kết quả thực hiện các mục tiêu cụ thể trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi

- Thị phần hàng Việt Nam có thể mạnh tại thị trường tỉnh: Hàng Việt đã chiếm lĩnh với tỷ lệ đáng kể trên hệ thống các siêu thị, trung tâm thương mại của tỉnh khoảng trên 90%, cụ thể: Co.opmart (91%), Winmart và hệ thống cửa hàng Winmart⁺ (98%), hệ thống cửa hàng Bách hóa Xanh (95), Siêu thị Big C An Lạc (siêu thị Go!) (96%)...; đối với kênh bán lẻ truyền thống, tỷ lệ hàng Việt tại các chợ, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng tổng hợp chiếm tỷ lệ từ 70-90%. Đây là con số ấn tượng sau 5 năm triển khai thực hiện Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động giai đoạn 2021-2025 và vượt kế hoạch đề ra tăng tỷ trọng hàng Việt Nam tại hệ thống phân phối trong tỉnh hàng hóa sản xuất trong nước vẫn chiếm tỷ trọng lớn 90% - 98%⁴.

- Tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2021 đạt 52.489 tỷ đồng, năm 2022 đạt 64.964 tỷ đồng, năm 2023 đạt 71.655 tỷ đồng, năm 2024 đạt 77.681 tỷ đồng, kế hoạch năm 2025 ước đạt 83.575 tỷ

đối với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; Chỉ thị số 28/CT-TTg ngày 26/10/2021 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”; Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17/3/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt 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

² Chỉ thị số 14-CT/TU ngày 28/10/2021 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy Quảng Ngãi về việc 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; Hướng dẫn số 50-HD/BTVTU ngày 13/5/2022 của Ban Tuyên Giáo Tỉnh Ủy 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 “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam trong tình hình mới”;

³ Kế hoạch số 08/KH-MTTQ-BCĐ ngày 06/01/2022 “Thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2022 và Tháng cao điểm Tết Nguyên đán Nhâm Dần - 2022”; Kế hoạch số 10/KH-MTTQ-BCĐ ngày 04/01/2023 “Thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2023 và Tháng cao điểm Tết Nguyên đán Quý Mão - 2023”; Kế hoạch số 159/KH-UBND ngày 15/11/2021 của UBND tỉnh Quảng Ngãi về việc 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” giai đoạn 2021-2025 trên địa bàn tỉnh; Công văn số 5989/UBND-KTTH ngày 19/11/2021 của UBND tỉnh Quảng Ngãi về việc thực hiện Chỉ thị số 28/CT-TTg ngày 26/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ.

⁴ Mục tiêu đến năm 2025 của Kế hoạch: Giữ thị phần hàng Việt Nam có thể mạnh tại thị trường tỉnh với tỷ lệ trên 85% tại các kênh phân phối hàng hóa trên địa bàn tỉnh.

đồng; tổng mức bán lẻ hàng hóa doanh thu dịch vụ giai đoạn 2021 - 2025 trên địa bàn tỉnh có tốc độ tăng bình quân là 9,1%, đạt và vượt kế hoạch.

- Người tiêu dùng, doanh nghiệp Việt Nam trên địa bàn tỉnh biết đến Chương trình Nhận diện hàng Việt Nam với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam”, phong trào “Hàng Việt Nam chinh phục người Việt Nam”: thông qua các hoạt động thông tin, tuyên truyền về Cuộc vận động, quảng bá cho các doanh nghiệp Việt Nam uy tín trên các phương tiện tuyên thông có lượng rất cao, qua đó nâng cao nhận thức về thói quen và hành vi tiêu dùng hàng Việt của người tiêu dùng. Tại các vùng nông thôn, người dân đã quen dùng và ưa chuộng hàng sản xuất trong nước. Cuộc vận động đã tác động tích cực đến toàn xã hội, giúp người tiêu dùng, cơ quan, đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp nhận thức đầy đủ hơn về trách nhiệm, quyền lợi của người tiêu dùng đối với sản xuất trong nước; từ đó thay đổi thái độ, hành vi ưu tiên mua sắm, sử dụng hàng hoá sản xuất trong nước, tiêu dùng hàng hoá thương hiệu Việt trong đời sống sinh hoạt hằng ngày, coi đó là thể hiện lòng yêu nước, lòng tự hào, tự tôn dân tộc và bước đầu hình thành nét đẹp văn hóa của người tiêu dùng Việt Nam.

- Triển khai nhân rộng mô hình điểm bán hàng Việt Nam với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam”: Giai đoạn 2021 - 2025, Sở Công Thương đã phối hợp với các địa phương, đơn vị trên địa bàn tỉnh triển khai xây dựng 03 Điểm bán hàng Việt Nam cố định và bền vững với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam” tại các huyện Trà Bồng, huyện Ba Tơ và thị xã Đức Phổ. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi có 16 Điểm bán hàng Việt, 20 Điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP (*Nhà nước hỗ trợ 06 điểm, xã hội hóa 14 điểm*) tại 13/13 huyện, thị xã, thành phố đáp ứng mục tiêu đề ra⁵ tất cả các điểm bán hàng Việt Nam đều đã tăng doanh thu lên 10 - 15%; các điểm bán hàng Việt Nam đều được các địa phương nhiệt tình ủng hộ và được đánh giá là một điểm tập kết các đặc sản vùng miền, đặc trưng của địa phương nhằm tăng cường quảng bá du lịch. Gắn kết một cách phù hợp việc thực hiện các mục tiêu của Cuộc vận động với Chương trình bình ổn thị trường, an toàn thực phẩm và các chương trình khác tại địa phương.

2. Kết quả triển khai các nhiệm vụ, giải pháp thực hiện Kế hoạch

a) Công tác thông tin, truyền thông

Các cấp ủy Đảng, các sở, ban ngành, Mặt trận và các đoàn thể trong tỉnh tích cực triển khai thường xuyên, liên tục với nhiều hình thức, nội dung phong phú, phù hợp với thị hiếu, văn hóa của từng vùng miền. Giai đoạn 2021 - 2025 các phương tiện thông tin đại chúng đã đăng tải nhiều chuyên trang, chuyên mục, phóng sự, tin bài tuyên truyền, quảng bá hàng Việt, doanh nghiệp Việt nhằm hướng ứng Cuộc vận động; nhiều nội dung, hình thức tuyên truyền quảng bá, quảng bá của các đài, báo chí, tạp chí, trang thông tin

⁵ Kế hoạch đến năm 2025 Triển khai nhân rộng mô hình điểm bán hàng Việt Nam với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam” đến tất cả các huyện, thị xã, thành phố trên địa bàn tỉnh.

điện tử đã thu hút sự quan tâm chú ý của đông đảo khán giả cũng như người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh:

- Sở Công Thương đã phối hợp với thực hiện tuyên truyền Cuộc vận động trên trang tin thành phần của Sở, Cổng Thương mại điện tử Quảng Ngãi để doanh nghiệp, người tiêu dùng biết và hưởng ứng Cuộc vận động, tuyên truyền về Ngày Quyền của người tiêu dùng, Ngày thương hiệu quốc gia Việt Nam, chương trình nhận diện hàng Việt Nam, chương trình tháng khuyến mại tập trung Quốc gia Grand Sale các chuyên đề phương thức kinh doanh và tiêu thụ nông sản, nâng cao nhận thức cộng đồng về hàng hóa và dịch vụ của tỉnh Quảng Ngãi đến người tiêu dùng trong nước và chuyên đề tuyên truyền, quảng bá, tiêu thụ hàng hóa, đặc biệt là nông sản cho miền núi, hải đảo trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi, với trên 1.500 băng rôn, 02 cảm nang, 08 tin bài trên báo giấy, báo điện tử Quảng Ngãi, trang tin thành phần Sở, 09 phóng sự trên Đài Phát thanh - Truyền hình tỉnh, 03 lượt tuyên truyền xe cổ động.

- UBNDTTQ Việt Nam tỉnh, Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh, Báo Quảng Ngãi đã phát hành 20 kỳ báo trên chuyên mục tuyên truyền “Tự hào hàng Việt Nam” trên Báo Quảng Ngãi; 45 số chuyên mục “Tiêu dùng Việt”, 24 số chương trình “Sao OCOP”, 01 chương trình Gala Sao OCOP trên kênh truyền hình PTQ, đăng tải trên fanpage truyền hình tỉnh Quảng Ngãi và website <https://quangngaitv.vn>; phát hành 4.000 cuốn ấn phẩm; 650 tin, bài, phóng sự quảng bá tiêu thụ sản phẩm OCOP, các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn.

- Sở Khoa học và Công nghệ thực hiện 16 phóng sự, chuyên mục tuyên truyền về năng suất chất lượng, năng lượng xanh, kinh tế tuần hoàn, mã số mã vạch, truy xuất nguồn gốc trên sóng Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh, Báo Quảng Ngãi.

- Sở Tư Pháp biên soạn và phát hành 14 tập sách hỏi đáp pháp luật liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và 02 tờ gấp pháp luật; 03 hội nghị hỗ trợ pháp lý; thực hiện chuyên đề hỗ trợ pháp lý, chuyên mục pháp luật và cuộc sống trên sóng phát thanh và truyền hình tỉnh.

- Sở Nông nghiệp và Môi trường tuyên truyền 68 pano, 842 băng rôn, phát hành 169.175 tờ rơi, đăng tin phát sóng 13 kỳ báo, 09 phóng sự, 07 clip băng tin, 2.134 cuốn ấn phẩm tuyên truyền đến an toàn thực phẩm trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, mô hình sản phẩm nông, lâm, thủy sản, sản phẩm OCOP, cấp mã vùng trồng, vùng nuôi...

Các sở, ban, ngành, các hội đoàn thể ở tỉnh và các địa phương trong tỉnh đã tích cực đẩy mạnh công tác tuyên truyền về mục đích, ý nghĩa Cuộc vận động trên các phương tiện thông tin đại chúng như: treo băng rôn, khẩu hiệu tuyên truyền, viết tin, bài đăng lên trang tin điện tử thành phần của các sở, ban, ngành, địa phương trong tỉnh; ưu tiên sử dụng hàng hóa, dịch vụ Việt Nam trong mua sắm tài sản công và tiêu dùng cá nhân. Tuyên truyền, vận động, khuyến khích các doanh nghiệp trong tỉnh đẩy mạnh cải tiến kỹ thuật,

áp dụng công nghệ mới để sản xuất sản phẩm hàng hóa, dịch vụ đảm bảo chất lượng, nâng cao vị thế thương hiệu Việt, tăng tính cạnh tranh với các sản phẩm nước ngoài.

Các huyện miền núi chọn các mặt hàng xuất xứ Việt Nam để thực hiện cấp phát cho người dân thực hiện Chính sách cấp không thu tiền một số mặt hàng thiết yếu cho đồng bào dân tộc thiểu số nhân dịp Tết Nguyên đán như: nước mắm, dầu ăn, bột ngọt, muối iốt, với tổng kinh phí thực hiện 37.782 triệu đồng.

Thông qua các nội dung tin, bài và các chương trình truyền thông, đã góp phần tuyên truyền vận động, phổ biến sâu rộng đến người tiêu dùng trong nước từ đó ưu tiên mua sắm, sử dụng hàng Việt Nam, đồng thời, vận động các doanh nghiệp, người sản xuất, kinh doanh dịch vụ nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm của mình đối với hàng hóa, dịch vụ làm ra, đầu tư đổi mới tư duy và công nghệ phục vụ sản xuất, kinh doanh, ứng dụng thành tựu khoa học và công nghệ, kinh nghiệm quản lý tiên tiến vào sản xuất, không ngừng cải tiến nâng cao chất lượng hàng hóa, dịch vụ, xây dựng thương hiệu Việt, củng cố và mở rộng các kênh phân phối hàng hóa sản xuất trong nước từ đó góp phần nâng cao sức cạnh tranh cho các sản phẩm Việt Nam tại thị trường trong nước.

Đồng thời, để tôn vinh, các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp đã tích cực hưởng ứng Cuộc vận động trong giai đoạn 2021-2025, Ban Chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động (Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam) đã trao tặng bằng khen cho 17 đơn vị, tổ chức và 13 cá nhân.

b) Phát triển hệ thống phân phối hàng hóa cố định và bền vững, ưu tiên đối với hàng Việt Nam

b.1) Hoàn thiện chính sách pháp luật để đẩy mạnh và khuyến khích phát triển hạ tầng thương mại

Tỉnh Quảng Ngãi đã rà soát, tích hợp phương án phát triển hạ tầng thương mại tỉnh Quảng Ngãi vào quy hoạch tỉnh Quảng Ngãi thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1456/QĐ-TTg ngày 22/11/2023, đây là cơ sở pháp lý quan trọng để tỉnh tổ chức thực hiện sắp xếp không gian, thu hút đầu tư trong quá trình đầu tư xây dựng hạ tầng thương mại; tạo cơ sở pháp lý thu hút các nguồn lực xã hội đầu tư phát triển hạ tầng thương mại, mở rộng mạng lưới phân phối hàng Việt Nam tại các kênh hiện đại và truyền thống trên địa bàn tỉnh, nhất là các khu vực tập trung khu dân cư, vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, miền núi và hải đảo theo hướng bền vững. Bên cạnh đó, để hoàn thiện chính sách pháp luật nhằm phát triển mạnh mẽ hạ tầng thương mại góp phần đẩy mạnh tiêu thụ hàng Việt trên địa bàn cả nước, UBND tỉnh đã ban hành các Kế hoạch, Quyết định, Chương trình, cụ thể:

- Kế hoạch số 106/KH-UBND ngày 19/7/2021 của UBND tỉnh 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 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi.

- Kế hoạch số 133/KH-UBND ngày 20/9/2021 của UBND tỉnh về việc hỗ trợ tiêu thụ nông sản trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi ứng phó với tác động của dịch Covid 19.

- Kế hoạch số 72/KH-UBND ngày 28/4/2022 của UBND tỉnh triển khai thực hiện Chiến lược Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi.

- Kế hoạch số 02/KH-UBND ngày 07/01/2022 của UBND tỉnh triển khai Chương trình phát triển thương mại miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi.

b.2) Về phát triển hệ thống phân phối hàng hóa Việt Nam

Hệ thống phân phối đã được phát triển mạnh mẽ, không ngừng cải tiến, đa dạng hóa, từ đó mang đến một diện mạo mới cho ngành bán lẻ Việt Nam. Đến nay, trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi có 02 Trung tâm thương mại hạng III; 08 siêu⁶; 145 chợ⁷; 264 cửa hàng bán lẻ xăng dầu, 13 thương nhân đầu mối, thương nhân phân phối xăng dầu có trụ sở trên địa bàn tỉnh; 39 cửa hàng tiện ích (29 cửa hàng Winmart⁺, 10 cửa hàng Bách Hóa Xanh); 23 cửa hàng tự chọn và trên 6.000 cơ sở bán lẻ hàng hóa với nhiều loại hình khác nhau như cửa hàng tiện lợi, cửa hàng kinh doanh, cửa hàng tổng hợp, đại lý phân phối, bán lẻ rộng khắp trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi. Nhìn chung, hoạt động kinh doanh tại các trung tâm thương mại, siêu thị, chợ, cửa hàng tổng hợp trên địa bàn tỉnh đáp ứng nhu cầu dân sinh về giao lưu, trao đổi hàng hóa, bước đầu đã hình thành thói quen tiêu dùng hàng hóa có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, đảm bảo an toàn thực phẩm.

c) Tăng cường hoạt động liên kết chuỗi cung ứng hàng Việt Nam bền vững thông qua tổ chức các Hội nghị kết nối cung cầu hàng hóa

c.1) Hoạt động bán hàng Việt khuyến mại: Từ ngày 01/01/2021 đến ngày 21/3/2025, Sở Công Thương tiếp nhận 101.791 hồ sơ của các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh thực hiện công tác khuyến mại; trong đó xác nhận 120 hồ sơ thực hiện khuyến mại dưới hình thức may rủi trên địa bàn tỉnh với trị giá tiền khuyến mại là 22.168,66 triệu đồng; 35 hồ sơ đăng ký sửa đổi, bổ sung nội dung chương trình khuyến mại; 101.636 hồ sơ thông báo thực hiện khuyến mại.

c.2) Hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn: Giai đoạn 2021 - 2025, Sở Công Thương chỉ đạo Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại tổ chức 09 phiên chợ hàng Việt về nông thôn, miền núi và hải đảo tại các

⁶ 02 siêu thị hạng I, 01 siêu thị hạng II và 05 siêu thị hạng III

⁷ 03 chợ hạng I, 09 chợ hạng II, 110 chợ hạng III, 23 chợ tạm.

huyện⁸, thị xã⁹ đã thu hút sự tham gia của 232 lượt doanh nghiệp, 298 gian hàng tiêu chuẩn, khoảng 44.000 lượt khách đến tham quan mua sắm, với tổng doanh số bán hàng tại phiên chợ ước đạt khoảng 3,73 tỷ đồng. Thông qua Phiên chợ, các địa phương đã quan tâm hơn đến việc đầu tư, quảng bá, giới thiệu hình ảnh, sản phẩm của địa phương mình, đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu; các doanh nghiệp nhỏ và vừa ý thức hơn đến việc quảng bá, trưng bày, giới thiệu sản phẩm, tham gia xúc tiến thương mại, giao thương để tiêu thụ sản phẩm của mình.

c.3) Hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu:

- Tăng cường hoạt động liên kết trong chuỗi cung ứng hàng Việt Nam hai chiều giữa tỉnh Quảng Ngãi với các tỉnh trong cả nước, Sở Công Thương Quảng Ngãi chủ trì, phối hợp với Sở Công Thương các tỉnh: Nghệ An, Quảng Trị, Thái Bình, Lâm Đồng, thành phố Hồ Chí Minh tổ chức 06 Hội nghị kết nối cung cầu, tiêu thụ sản phẩm hàng Việt.

- Giai đoạn 2021 - 2025 trên địa tỉnh Quảng Ngãi tổ chức 06 hội chợ cấp tỉnh, 16 hội chợ cấp huyện với quy mô trên 3261 gian hàng tiêu chuẩn, thu hút trên 1.465 lượt doanh nghiệp tham gia, 697.500 lượt khách tham quan, mua sắm; doanh thu đạt khoảng 83 tỷ đồng.

- Thông tin, hỗ trợ các cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu trong và ngoài tỉnh. Tổ chức các hoạt động kết nối cung - cầu; quảng bá, giới thiệu, đưa các mặt hàng đặc sản đặc trưng của tỉnh vào các hệ thống siêu thị, các chuỗi bán lẻ, trung tâm phân phối trong và ngoài tỉnh góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất. Triển khai thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng nội địa, mở rộng thị trường trong nước; hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, đẩy mạnh xuất khẩu, góp phần thúc đẩy sản xuất. Tổ chức đoàn tham gia hội thảo, hội nghị kết nối cung cầu, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo điều kiện xúc tiến các sản phẩm nông - lâm - thủy sản của tỉnh tiếp cận thị trường trong nước và nước ngoài; tham gia các hội chợ ngành Công Thương. Hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp tham gia thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại trong nước và nước ngoài... Hỗ trợ hơn 592 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất trên địa bàn tỉnh tham gia hơn 74 đợt hội chợ, phiên chợ, hội nghị kết nối cung cầu trong và ngoài tỉnh.

- Ngoài ra, BQL KKT Dung Quất và các KCN Quảng Ngãi tổ chức 01 Hội nghị Hỗ trợ, kết nối chuỗi sản xuất cộng sinh cung ứng và tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, dịch vụ qua đó có 04 biên bản ghi nhớ của 08 doanh nghiệp¹⁰

⁸ Minh Long, Trà Bồng, Ba Tơ, Sơn Hà, Lý Sơn, Bình Sơn.

⁹ thị xã Đức Phổ.

¹⁰ Công ty Cổ phần thép Hòa Phát Dung Quất ký kết cùng Công ty cổ phần kết cấu thép Đại Dũng miền trung ký kết hợp tác cung ứng gia công cơ khí và dịch vụ xây dựng; Công ty cổ phần sản xuất kinh doanh bao bì Việt Hưng ký kết cùng Công ty TNHH Happy Furniture Việt nam về biên bản ghi nhớ hợp tác cung ứng sản phẩm bao bì; Công ty cổ phần dịch vụ dầu khí Quảng Ngãi (PTSC) và Công ty TNHH lâm sản Bình

được ký kết hợp tác trong hợp tác sản xuất và tiêu thụ; 01 Hội chợ triển lãm chuỗi sản xuất cung ứng và tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, dịch vụ năm 2023 có 68 doanh nghiệp tham gia với quy mô 82 gian hàng, thu hút khoảng 10.000 lượt người tham gia; 01 Hội nghị kết nối và 01 Hội thảo, giao lưu khối thi đua 11 tỉnh Tây nguyên, Duyên hải miền Trung và thành phố Hồ Chí Minh.

d) Nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng Việt, doanh nghiệp Việt

d.1) Triển khai các chính sách hỗ trợ sản xuất nông nghiệp khuyến khích hình thành vùng sản xuất hàng hóa tập trung, đổi mới công nghệ cho doanh nghiệp Việt Nam tại thị trường trong nước:

Triển khai hiệu quả các chính sách hỗ trợ sản xuất nông nghiệp để khuyến khích hình thành các vùng sản xuất hàng hóa tập trung, tạo ra các sản phẩm chất lượng, đủ sức cạnh tranh trên thị trường trong nước và xuất khẩu. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có khoảng 112,34 ha được chứng nhận thực hành sản xuất nông nghiệp tốt VietGAP (*cây lúa, cây rau, cây ăn quả, cây công nghiệp ngắn ngày*) với sản lượng ước khoảng 1.747 tấn/năm; 01 doanh nghiệp phát triển nông nghiệp hữu cơ trong sản xuất trồng trọt, 02 doanh nghiệp ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất rau, củ quả. Ngoài ra, còn có 1 số tổ chức, các nhân sử dụng các hạng mục nông nghiệp công nghệ cao như nhà lưới, nhà màng, tưới nhỏ giọt để sản xuất rau, quả, hoa tươi... đem lại hiệu quả kinh tế nhất định.

Triển khai thực hiện kịp thời các chính sách và áp dụng các biện pháp thích hợp để tăng cường liên kết trong chuỗi cung ứng hàng Việt Nam, nhất là hàng nông sản của tỉnh gắn với quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm; Sở Nông nghiệp và Môi trường đã hướng dẫn các địa phương thiết lập mã số vùng trồng; tổ chức hội nghị, tập huấn phổ biến chuyên ngành về lĩnh vực vật tư nông nghiệp, chăn nuôi thú ý, khai thác nuôi trồng thủy sản, truy xuất nguồn gốc, an toàn thực phẩm.

UBND tỉnh đã ban hành Quyết định số 890/QĐ-UBND ngày 22/6/2020 về Kế hoạch xây dựng và phát triển chuỗi liên kết sản xuất, cung ứng thực phẩm nông, lâm, thủy sản trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi giai đoạn 2021 - 2022; hiện nay trên địa bàn tỉnh có 28 chuỗi cung ứng nông, lâm, thủy sản thực phẩm đối với sản phẩm: mật ong, nước mắm, các sản phẩm chế biến từ tỏi Lý Sơn (tỏi đen, cao tỏi đen, bột tỏi), gạo lứt, gạo đỏ, nấm linh chi, các sản phẩm chế biến từ nấm bào ngư, nấm linh chi, cá cơm rim, cà phê, muối sa huỳnh, chả mực, chả quế, chả xiên, nem.

Sở Khoa học và Công nghệ hướng dẫn, hỗ trợ 20 cơ sở đăng ký sử dụng mã số, mã vạch; 13 cơ sở xây dựng tiêu chuẩn cơ sở, 186 hồ sơ đăng ký kiểm tra nhà nước về chất lượng hàng hóa nhập khẩu, 42 hồ sơ ông bố hợp chuẩn và 21 hồ sơ công bố hợp quy; tổ chức 9 lớp tập huấn nghiệp vụ tuyên truyền,

phổ biến các quy định về tiêu chuẩn đo lường chất lượng đến các cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh. Giai đoạn 2021 - 2025 có 06 lượt doanh nghiệp của tỉnh được Thủ tướng Chính phủ tặng giải thưởng Chất lượng Quốc gia (GTCLQG); trong đó có 01 giải vàng GTCLQG của Công ty cổ phần dịch vụ dầu khí PTSC Quảng Ngãi. Chủ trì cập nhật, công bố 61 Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia, 175 TCVN mới ban hành, 6.945 tin cảnh báo của các nước thành viên WTO trên trang www.epingalert.org để chọn lọc và đăng tải lên bảng tin TBT đến các tổ chức cá nhân sản xuất, kinh doanh. Đến nay trên địa bàn tỉnh có 105 nhãn hiệu tập thể/nhãn hiệu chứng nhận được bảo hộ.

Các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tỉnh đã tích cực triển khai các hoạt động hưởng ứng Cuộc vận động; nhận thức được vai trò, trách nhiệm, tiềm năng, của thị trường tiêu dùng hàng Việt; đã tích cực áp dụng khoa học công nghệ trong sản xuất hàng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm, thay đổi mẫu mã, kiểu dáng, hạ giá thành sản phẩm, thực hiện các chính sách hậu mãi, quảng bá thương hiệu... do đó, hàng hóa mang thương hiệu Việt sản xuất trong tỉnh (*Nhà máy sữa đậu nành Việt Nam Vinasoy, Nhà máy bánh kẹo Biscafun, nhà máy nước khoáng Thạch Bích - chi nhánh Công ty cổ phần đường Quảng Ngãi, ...*) ngày càng chiếm lĩnh thị trường nội địa, và xuất khẩu qua các thị trường khó tính như Nhật Bản, Hàn Quốc ...

d.2) Chương trình tổ chức đào tạo, tư vấn kỹ năng cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất, kinh doanh: Nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng Việt, doanh nghiệp Việt, Sở Công Thương đã tổ chức trên 05 lớp tập huấn, đào tạo, tư vấn cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh về kỹ năng bán hàng, xây dựng thương hiệu; các hoạt động nâng cao năng lực sản xuất, phân phối, tiêu thụ sản phẩm mang thương hiệu Việt. Trên cơ sở đó, sau khi hoàn thành khóa học, học viên nắm được những kiến thức cơ bản như: kiến thức về hàng hóa Việt Nam, về hoạt động kết nối cung - cầu hàng Việt, xây dựng và phát triển thương hiệu hàng hóa và hàng hóa kinh doanh có điều kiện.

d.3) Đẩy mạnh hoạt động khuyến công, tổ chức các chương trình bình chọn sản phẩm: Đẩy mạnh các chương trình khuyến công quốc gia, tăng cường chương trình khuyến công địa phương liên kết công thương giữa các tỉnh thành trong cả nước để các mặt hàng thế mạnh của địa phương, các sản phẩm làng nghề của tỉnh được tiếp cận với người tiêu dùng của nhiều vùng, miền trong cả nước. Kết quả giai đoạn 2021 - 2025 Sở Công Thương đã tham mưu UBND tỉnh triển khai hai cuộc bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (*viết tắt là sản phẩm CNNTTB*) cấp tỉnh, qua cuộc bình chọn có 31 sản phẩm được công nhận sản phẩm CNNTTB cấp tỉnh; 14 sản phẩm công nhận sản phẩm CNNTTB cấp khu vực và 1 sản phẩm được công nhận sản phẩm CNNTTB cấp quốc gia. Ngoài ra, UBND tỉnh và UBND cấp huyện tổ chức các đợt đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP, lũy kế đến hết năm 2024 toàn tỉnh Quảng Ngãi có 260 sản phẩm OCOP gồm 02 sản phẩm tiềm năng 5 sao, 16 sản phẩm 4 sao và 242 sản phẩm 3 sao.

Từ năm 2021 đến nay, Sở Công Thương đã phối hợp và chủ trì thực hiện 20 đề án khuyến công quốc gia và địa phương hỗ trợ kinh phí cho 24 cơ sở với tổng kinh phí là 4.717 triệu đồng, trong đó, kinh phí khuyến công quốc gia là 2.325 triệu đồng, kinh phí khuyến công địa phương là 2.392,7 triệu đồng, thu hút vốn đối ứng của các cơ sở là 26.408 triệu đồng.

d.4) Thương mại điện tử: Trên cơ sở đề xuất của Sở Công Thương UBND tỉnh đã ban hành các cơ chế chính sách về thương mại điện tử, triển khai các chương trình phát triển thương mại điện tử, tổ chức các lớp tập huấn đào tạo, phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử; xây dựng phần mềm tổ chức, quản lý hội chợ triển lãm trực tuyến; hỗ trợ 50 phần mềm quản lý bán hàng thông minh cho 50 doanh nghiệp, tổ chức, cửa hàng bán lẻ trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi; xây dựng 01 bộ giải pháp hỗ trợ truy xuất nguồn gốc xuất xứ đối với các sản phẩm đặc trưng của tỉnh Quảng Ngãi tại địa chỉ <https://sanphamquangngai.com>; xây dựng 10 bộ thương hiệu trực tuyến cho 10 doanh nghiệp, hợp tác xã; cung cấp danh sách của các thương nhân, tổ chức, cá nhân kinh doanh trên Sàn thương mại điện tử cho Cục thuế tỉnh, đồng thời thực hiện kê khai, cung cấp thông tin chung của thương nhân, tổ chức, cá nhân kinh doanh trên Sàn theo đúng quy định tại Nghị định số 91/2022/NĐ-CP ngày 30/10/2022 của Chính phủ Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 126/2020/NĐ-CP ngày 19/10/2020 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý thuế thông qua Trang thông tin điện tử của Tổng cục Thuế tại địa chỉ <https://thuedientu.gdt.gov.vn>.

Sở Công Thương duy trì, thường xuyên cập nhật dữ liệu cho Sàn giao dịch thương mại điện tử Quảng Ngãi, đến nay đã hỗ trợ đăng 870 sản phẩm lên Sàn giao dịch thương mại điện tử tỉnh Quảng Ngãi cho hơn 370 doanh nghiệp vừa và nhỏ, siêu nhỏ, cơ sở sản xuất kinh doanh, HTX, hộ kinh doanh trên địa bàn tỉnh; trong đó bao gồm: 31 sản phẩm được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh; 134 sản phẩm OCOP; còn lại là các sản phẩm của các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các cơ sở sản xuất kinh doanh, HTX, hộ cá thể trên địa bàn tỉnh; thường xuyên cập nhật các văn bản quy phạm pháp luật, các thông tin quy định của ngành công thương lên Sàn để các tổ chức, cá nhân biết thực hiện. Ngoài ra, có 173/260 sản phẩm OCOP của tỉnh được bán trên các sàn thương mại điện tử (shopee, Voso, postmart, ...); UBND thành phố Quảng Ngãi triển khai thực hiện chương trình chuyển đổi số “Chợ công nghệ bình thường mới - Chợ 4.0”.

đ) Nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ người tiêu dùng: Giai đoạn 2021 - 2025 qua công tác thanh tra, kiểm tra, Sở Công Thương đã ban hành/tham mưu ban hành 62 quyết định xử phạt vi phạm hành chính trong các lĩnh vực quản lý ngành Công Thương thu nộp ngân sách nhà nước với tổng số tiền xử phạt là 1.035,5 triệu đồng; Cục Quản lý thị trường tỉnh Quảng Ngãi đã kiểm tra 2.098 vụ, xử lý 1.215 vụ, thu nộp ngân sách nhà nước 6.982,7 triệu đồng, trị giá hàng hóa tịch thu 1.902,04 triệu đồng với nhiều hành vi vi phạm như kinh doanh hàng hóa nhập lậu,

kinh doanh hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ, buôn bán hàng hóa xâm phạm về quyền sở hữu trí tuệ, vi phạm về quyền và lợi ích hợp pháp của người dân và các cơ sở kinh doanh uy tín trên thị trường; Sở Khoa học và Công nghệ tổ chức 13 cuộc thanh tra, 09 cuộc kiểm tra về tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng, ghi nhãn hàng hóa trong hoạt động sản xuất, kinh doanh xăng dầu, khí hóa lỏng, về đo lường phương tiện đo nhóm 2, tiến hành lấy 148 mẫu khảo sát chất lượng sản phẩm, hàng hóa lưu thông trên thị trường, qua khảo sát 05/148 mẫu có chỉ tiêu thử nghiệm chưa đảm bảo chất lượng theo quy định tại các quy chuẩn kỹ thuật quốc gia tương ứng, chỉ tiêu công bố (02 mẫu thiết bị điện điện tử, 02 mẫu mũ bảo hiểm, 01 mẫu phân bón) đã kịp thời cảnh báo cho các cơ quan chuyên môn nhằm tăng cường công tác quản lý chất lượng sản phẩm, hàng hóa tại địa phương; Sở Nông nghiệp và Môi trường thực hiện thanh tra chuyên ngành, liên ngành về an toàn thực phẩm tại 705 cơ sở, lấy 2.421 mẫu thực phẩm nông lâm thủy sản để kiểm nghiệm nhằm cảnh báo nguy cơ gây mất an toàn toàn thực phẩm trên địa bàn tỉnh.

III. Đánh giá hiệu quả của Kế hoạch triển khai thực hiện đề án

1. Ưu điểm

Cuộc vận động được triển khai thường xuyên đã tác động tích cực, nâng cao thói quen tiêu dùng của mỗi công chức, viên chức, người lao động và Nhân dân trong việc nhận thức rõ về hàng Việt và ưu tiên trong tiêu dùng hàng hóa Việt; việc mua sắm trang thiết bị phục vụ nhiệm vụ công tác và mua sắm chi tiêu trong gia đình của người dân ngày càng quan tâm, ưu tiên dùng hàng Việt, hàng thương hiệu Việt, đặc sản, đặc trưng vùng miền, sản phẩm của địa phương. Qua đó đã làm thay đổi thái độ, hành vi ưu tiên dùng hàng Việt Nam nêu cao lòng yêu nước, lòng tự hào, tự tôn dân tộc và thể hiện nét đẹp văn hóa của người dân Quảng Ngãi.

2. Khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai

Một số cơ quan, đơn vị và địa phương chưa gắn việc xây dựng thực hiện Kế hoạch triển khai Đề án với nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội của ngành, địa phương, chưa phân bổ kinh phí để mở rộng triển khai các chương trình thuộc Kế hoạch.

Hiện nay việc xây dựng và phát triển thương hiệu cho các sản phẩm đặc trưng của tỉnh còn gặp khó khăn; nội dung tuyên truyền về cuộc vận động trong nhà trường và các cấp học chưa thường xuyên để tuyên truyền đến đông đảo đội ngũ giáo viên, giảng viên và học sinh trên địa bàn tỉnh.

Công tác quy hoạch vùng sản xuất nông sản an toàn tập trung, áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật mới vào sản xuất còn hạn chế.

Hầu hết các sản phẩm hàng hóa, nông sản của tỉnh (kể cả sản phẩm OCOP) đều được sản xuất từ các doanh nghiệp nhỏ và vừa hoặc từ các hộ gia đình... quy mô còn nhỏ lẻ, không ổn định, tính hàng hóa, thị trường chưa cao, trong khi đó yêu cầu của các chuỗi cung ứng, hệ thống thương mại hiện

đại như các siêu thị, trung tâm thương mại yêu cầu rất cao về quy cách đóng gói, quy chuẩn chất lượng sản phẩm, quy chuẩn, tiêu chuẩn theo yêu cầu của đơn vị kinh doanh, đặc biệt là yêu cầu về tiêu chuẩn thương mại của hàng hóa (hàng hóa phải đảm bảo cung ứng thường xuyên cho siêu thị, trung tâm thương mại với khối lượng lớn...). Do đó, các sản phẩm của Quảng Ngãi nói riêng và các sản phẩm nông sản của nhiều địa phương nói chung chưa đáp ứng để tham gia vào các chuỗi phân phối, hệ thống bán lẻ quy mô lớn.

Hệ thống phân phối hàng hóa vẫn còn tồn tại một số bất cập, hạ tầng thương mại chợ xuống cấp, đặc biệt là ở khu vực nông thôn, miền núi, công tác xã hội hoá đầu tư, phát triển chợ ở các khu vực này gặp nhiều khó khăn vì hiệu quả kinh tế thấp, không mặn mà các nhà đầu tư.

Tình trạng hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, hàng xâm phạm sở hữu trí tuệ, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ; hàng hóa không đảm bảo an toàn thực phẩm còn xuất hiện trên thị trường, chưa được kiểm soát tốt, tình trạng cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp trong nước gây hoang mang, lo lắng, làm mất niềm tin của người tiêu dùng đối với hàng hóa Việt.

Công tác thông tin, tuyên truyền chưa tạo thành các chiến dịch lớn, quy mô toàn quốc một cách thường xuyên, liên tục, nội dung tuyên truyền còn nặng về vận động người tiêu dùng, chưa khuyến khích trách nhiệm, sự chủ động của doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp chưa chú trọng về công tác tuyên truyền, quảng bá sản phẩm, xây dựng thương hiệu,....

3. Bài học kinh nghiệm

Sự chỉ đạo kịp thời của cấp ủy Đảng, các cấp chính quyền và sự phối hợp của các cơ quan chức năng liên quan trong việc thực hiện Cuộc vận động góp phần thành công chung của Kế hoạch.

Phát triển thị trường và thương mại của tỉnh nhằm đáp ứng nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng, đặc biệt là tiêu thụ và thúc đẩy xuất khẩu nông sản, nâng cao sức mua và cải thiện đời sống nông dân. Trong đó, cần có định hướng, quy hoạch thiết thực, hiệu quả đối với sản xuất nông nghiệp, phát triển nông nghiệp hiện đại, xanh, sạch, đáp ứng các yêu cầu về chất lượng nông sản trong giai đoạn hiện nay.

Trên cơ sở huy động và sử dụng có hiệu quả nguồn lực của các chủ thể sản xuất kinh doanh thuộc các thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại tại thị trường trong nước, Nhà nước cần tiếp tục có những chính sách phù hợp nhằm khuyến khích phát triển thị trường trong nước.

Phát triển liên doanh, liên kết sâu rộng giữa thương mại với sản xuất; Đồng thời, tạo sự kết nối cung cầu chặt chẽ bảo đảm lợi ích hài hòa giữa người sản xuất, doanh nghiệp và người tiêu dùng góp phần phát triển thương mại trong nước.

Công tác tuyên truyền cần được tiến hành thường xuyên, sâu rộng dưới các hình thức khác nhau nhằm đảm bảo hiệu quả đến các tầng lớp nhân dân và các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh.

Phối hợp với lực lượng chức năng kiểm tra, kiểm soát thị trường nhằm phát hiện, xử lý nghiêm tình trạng hàng giả, hàng kém chất lượng và hàng vi phạm quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, gian lận thương mại,... cần phải thường xuyên, liên tục, thực chất, hiệu quả.

IV. Phương hướng, nội dung triển khai giai đoạn 2026 - 2030

Tăng cường việc triển khai thực hiện các chỉ đạo của Trung ương, Tỉnh ủy, UBND tỉnh, Ban Chỉ đạo tỉnh về Cuộc vận động; tăng cường công tác tuyên truyền, vận động công chức, viên chức, người lao động về ý nghĩa và tầm quan trọng của việc ưu tiên dùng hàng Việt Nam, tạo sự đồng tình hưởng ứng thực hiện, góp phần từng bước làm thay đổi hành vi trong mua sắm, tiêu dùng hàng hóa dịch vụ trong nước; phát huy hơn nữa vai trò của công chức, viên chức gương mẫu thực hiện; phổ biến cho người thân, gia đình, người thân cùng tích cực tham gia hưởng ứng và góp phần thực hiện có hiệu quả Cuộc vận động.

Lồng ghép nội dung tuyên truyền vào chương trình, kế hoạch của ngành, lĩnh vực; tuyên truyền trên các trang tin điện tử, mạng xã hội ... của các Sở, ngành, đơn vị; đồng thời đẩy mạnh công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, sản xuất, vận chuyển hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, hàng không đảm bảo tiêu chuẩn,... qua đó tạo được tâm lý cho người tiêu dùng tin tưởng vào hàng Việt Nam.

Bám sát sự chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, Bộ Công Thương và các cơ quan Trung ương, triển khai kế hoạch thực hiện hiệu quả cho giai đoạn 2026 - 2030 (ngay sau khi Trung ương ban hành kế hoạch cho giai đoạn 2026 - 2030).

Trên đây là nội dung Báo cáo tổng kết Kế hoạch thực hiện 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 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi./.

Nơi nhận:

- Văn phòng Chính phủ (báo cáo);
- TT. Tỉnh ủy, TT. HĐND tỉnh;
- CT, PCT UBND tỉnh;
- Ủy ban MTTQ Việt Nam tỉnh;
- Các Sở: Công Thương, Khoa học và Công nghệ, Tài chính, Tư pháp, Nông nghiệp và Môi trường;
- UBND các huyện, thị xã và thành phố;
- Hội bảo vệ người tiêu dùng tỉnh;
- Hiệp hội doanh nghiệp tỉnh;
- Đài PT-TH tỉnh, Báo Quảng Ngãi;
- VPUB: CVP, PCVP, KTTH;
- Công TTĐT tỉnh;
- Lưu: VT, KTN. pbc210

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN

**KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**



Trần Phước Hiền