

NỘI DUNG TUYÊN TRUYỀN CUỘC VẬN ĐỘNG “NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM” NĂM 2025

I. Công tác tuyên truyền thực hiện Cuộc vận động

- Tuyên truyền phổ biến các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước liên quan đến Cuộc vận động, đặc biệt 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; Chỉ thị số 28/CT-TTg ngày 26/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới; Tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Cuộc vận động: Đổi mới sáng tạo, đổi mới công nghệ; 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.

- Tuyên truyền, giới thiệu những sản phẩm, dịch vụ thương hiệu Việt chất lượng, uy tín để người tiêu dùng có đầy đủ thông tin về sản phẩm hàng hóa, dịch vụ thương hiệu Việt trên thị trường.

- Tiếp tục đổi mới hình thức tuyên truyền để các doanh nghiệp hiểu đúng và nâng cao trách nhiệm thực hiện các Hiệp định Thương mại khu vực và quốc tế mà Việt Nam tham gia, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa, sản phẩm của doanh nghiệp Việt với hàng hóa nhập khẩu; đẩy mạnh tuyên truyền trách nhiệm của doanh nghiệp trong xây dựng và đăng ký thương hiệu hàng hóa, ứng dụng công nghệ trong hoạt động sản xuất, kinh doanh.

- Tuyên truyền vận động các bộ, đảng viên, đoàn viên của ngành nêu cao tinh thần gương mẫu trong sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng hàng Việt Nam.

- Tuyên truyền vận động các tầng lớp Nhân dân hưởng ứng cuộc vận động trên địa bàn tỉnh; phát hiện và giới thiệu những cách làm hay, gương điển hình trong thực hiện Cuộc vận động.

- Tuyên truyền trên trang thông tin điện tử của đơn vị, kết hợp và mở rộng phạm vi thông tin, tuyên truyền trên các nền tảng số và xây dựng chuyên mục về Cuộc vận động để lồng ghép tại các chương trình đưa tuyên truyền về cơ sở.

II. Nội dung tuyên truyền:

- Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” là một chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước ta, được phát động từ năm 2009 theo Thông báo Kết luận số 264-TB/TW ngày 31/7/2009 của Bộ Chính trị. Đây là một cuộc vận động mang tính chính trị - xã hội sâu rộng, nhằm khơi dậy tinh thần yêu nước, ý thức tự lực, tự cường của dân tộc, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh, cải tiến công nghệ, từ đó từng bước khẳng định thương hiệu hàng Việt trên thị trường trong nước và quốc tế.

- Bước vào năm 2025, Cuộc vận động tiếp tục được triển khai mạnh mẽ trong bối cảnh đất nước đang hội nhập quốc tế sâu rộng, kinh tế - xã hội có nhiều

chuyển biến tích cực, nhưng cũng đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức từ sự cạnh tranh gay gắt của hàng hóa nhập khẩu, đặc biệt là sự thay đổi hành vi tiêu dùng trong thời kỳ chuyển đổi số. Do đó, vai trò tiên phong, gương mẫu của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức, người lao động trong việc thực hiện Cuộc vận động là hết sức quan trọng và cần được đẩy mạnh.

1. Ý nghĩa chính trị, kinh tế, xã hội của Cuộc vận động

- Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” không chỉ đơn thuần là lời kêu gọi tiêu dùng hàng nội địa, mà còn mang trong mình những thông điệp lớn về lòng yêu nước, tinh thần trách nhiệm với cộng đồng, với sự phát triển bền vững của nền kinh tế quốc dân. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập, việc ưu tiên dùng hàng Việt Nam chính là cách thiết thực để người dân chung tay xây dựng một nền kinh tế tự chủ, tăng trưởng dựa trên nội lực.

- Về kinh tế, Cuộc vận động giúp thúc đẩy sản xuất trong nước, tạo việc làm, tăng thu ngân sách, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô và phát triển bền vững. Về mặt xã hội, việc sử dụng hàng Việt góp phần tăng sự gắn kết cộng đồng, đề cao đạo lý “người Việt ủng hộ người Việt”, qua đó giúp lan tỏa những giá trị tích cực trong đời sống xã hội.

2. Trách nhiệm và vai trò của cán bộ, công chức, viên chức

- Là lực lượng nòng cốt trong hệ thống chính trị và hành chính nhà nước, cán bộ, công chức, viên chức có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc gương mẫu đi đầu thực hiện Cuộc vận động. Trách nhiệm này không chỉ dừng lại ở việc tiêu dùng cá nhân, mà còn thể hiện qua từng quyết định công tác, từng hành động tuyên truyền, vận động trong cộng đồng và tổ chức. Cụ thể:

+ Gương mẫu tiêu dùng hàng Việt: Mỗi cán bộ, công chức, viên chức cần ưu tiên sử dụng các sản phẩm, dịch vụ do doanh nghiệp Việt Nam sản xuất và cung cấp, từ hàng tiêu dùng hàng ngày như thực phẩm, đồ gia dụng, may mặc... đến các sản phẩm công nghệ, dịch vụ tài chính, giáo dục.

+ Tuyên truyền, vận động người dân: Với vai trò là người gần dân, hiểu dân, cán bộ, viên chức có điều kiện để lồng ghép nội dung Cuộc vận động trong các hoạt động chuyên môn, góp phần nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi tiêu dùng của người dân theo hướng tích cực.

+ Tham mưu chính sách, hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam: Trong quá trình thực thi công vụ, cần ưu tiên lựa chọn các nhà thầu, nhà cung cấp trong nước có uy tín, chất lượng để thực hiện các dự án, dịch vụ công. Đồng thời tham mưu, đề xuất các chính sách khuyến khích sản xuất, tiêu thụ hàng Việt phù hợp thực tiễn.

3. Những kết quả tích cực và thách thức hiện nay

- Sau hơn 15 năm triển khai, Cuộc vận động đã đạt được nhiều kết quả tích cực. Tỷ lệ người tiêu dùng tin tưởng và sử dụng hàng Việt tăng cao, nhiều thương hiệu Việt đã khẳng định được vị thế và chất lượng, không chỉ trong nước mà còn vươn ra quốc tế. Sự phát triển mạnh mẽ của các doanh nghiệp nội địa, nhất là

trong lĩnh vực hàng tiêu dùng, nông sản, thực phẩm, công nghệ... đã chứng minh tiềm năng to lớn của hàng Việt.

- Tuy nhiên, Cuộc vận động vẫn đang đối mặt với nhiều khó khăn. Thói quen sính ngoại vẫn tồn tại ở một bộ phận người dân. Hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng len lỏi thị trường gây ảnh hưởng đến niềm tin của người tiêu dùng. Ngoài ra, một số doanh nghiệp Việt vẫn chưa quan tâm đúng mức đến chất lượng, mẫu mã, dịch vụ hậu mãi, khiến người tiêu dùng chưa hoàn toàn yên tâm.

4. Những giải pháp cần thực hiện trong thời gian tới

Để Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2025 đạt hiệu quả thiết thực, đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức cần thực hiện tốt một số nhiệm vụ sau:

- Tăng cường tuyên truyền sâu rộng về mục tiêu, ý nghĩa và lợi ích của Cuộc vận động, gắn với phong trào thi đua yêu nước, xây dựng nông thôn mới, chuyển đổi số và phát triển kinh tế xanh.

- nêu cao tinh thần trách nhiệm, gương mẫu đi đầu trong hành vi tiêu dùng, lựa chọn hàng hóa, dịch vụ Việt Nam trong các hoạt động thường nhật và công vụ.

- Hỗ trợ doanh nghiệp trong nước nâng cao năng lực cạnh tranh, kết nối cung cầu, giới thiệu sản phẩm đến các cơ quan, đơn vị, trường học, bệnh viện, địa phương.

- Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát thị trường, bảo vệ người tiêu dùng, xử lý nghiêm các hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng.

- Ứng dụng công nghệ số để quảng bá, phân phối hàng Việt, giúp người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận, tra cứu thông tin, mua sắm hàng Việt một cách thuận tiện và minh bạch.

III. KẾT LUẬN

Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” năm 2025 không chỉ là trách nhiệm mà còn là niềm tự hào của mỗi cán bộ, công chức, viên chức. Góp phần xây dựng nền kinh tế tự cường, tạo việc làm cho người lao động, thúc đẩy doanh nghiệp Việt phát triển bền vững chính là hành động thiết thực thể hiện lòng yêu nước trong thời đại mới.

Mỗi cán bộ, công chức, viên chức hãy là một tuyên truyền viên tích cực, một người tiêu dùng thông thái và là tấm gương sáng trong việc thực hiện Cuộc vận động, cùng chung tay vì một Việt Nam phát triển, thịnh vượng và tự chủ.