

BÁO CÁO

Tổng kết thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" năm 2021

I- CÔNG TÁC TRIỂN KHAI, QUẢN TRIỆT

- Thực hiện Kế hoạch số 17/KH-MTTQ-BCĐCVĐ ngày 27/4/2021 của Ban Chỉ đạo Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" tỉnh Trà Vinh "về kế hoạch triển khai thực hiện cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam năm 2021", Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy chỉ đạo các cơ quan truyền thông trong tỉnh, Ban Tuyên giáo các huyện, thị, thành uỷ và các ngành trong khối văn hóa, xã hội tích cực tuyên truyền, định hướng dư luận xã hội về mục đích, ý nghĩa cuộc vận động và các văn bản chỉ đạo của Trung ương, của tỉnh về cuộc vận động.

- Phối hợp Sở Thông tin và Truyền thông, Hội Nhà báo tỉnh và các cơ quan truyền thông trong tỉnh chỉ đạo, định hướng hoạt động tuyên truyền, kịp thời định hướng dư luận xã hội liên quan đến cuộc vận động. Trong các chương trình công tác của Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy và trong các báo cáo giao ban báo chí, văn hóa, văn nghệ tháng, quý, Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy đều có định hướng để các huyện, thị xã, thành phố và các ngành trong khối tuyên giáo tuyên truyền, góp phần nâng cao hiệu quả công tác triển khai, quản triệt, tuyên truyền về cuộc vận động.

II- KẾT QUẢ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG

1. Công tác tuyên truyền, vận động

- Nhận thức rõ ý nghĩa, mục đích của cuộc vận động trong phát triển kinh tế - xã hội; đồng thời bám sát sự chỉ đạo của Thường trực Tỉnh ủy, Ban Chỉ đạo Cuộc vận động và yêu cầu chính trị trong từng giai đoạn, Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy tập trung chỉ đạo Ban Tuyên giáo các cấp, các ngành liên quan tăng cường công tác tuyên truyền nâng cao ý thức trong cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân về thực hiện cuộc vận động.

- Nội dung tuyên truyền: các văn bản chỉ đạo của Trung ương, của tỉnh, của Ban Chỉ đạo về cuộc vận động, như: Quán triệt Kết luận số 107-KL/TW ngày 10/4/2015 của Ban Bí thư; Nghị quyết 84/NQ-CP ngày 29/5/2020 của Chính phủ "về các nhiệm vụ, giải pháp tiếp tục tháo gỡ khó khăn cho sản xuất, kinh doanh, thúc đẩy giải ngân vốn đầu tư công và đảm bảo trật tự an toàn xã hội trong bối cảnh đại dịch Covid-19" và Chỉ thị số 27-CT/TU ngày 04/6/2015 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về việc "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"; Nghị quyết 16-NQ/TU ngày

15/11/20217 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy "về lãnh đạo mỗi xã, phường, thị trấn một sản phẩm chủ lực đến năm 2030 của tỉnh Trà Vinh"; Nghị quyết số 17-NQ/TU ngày 27/12/2017 "về lãnh đạo phát triển một số cây trồng, vật nuôi chủ lực trên địa bàn tỉnh đến năm 2020, định hướng đến năm 2025"...

- Hình thức tuyên truyền: Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy phối hợp các cơ quan liên quan tổ chức triển khai, quán triệt, tuyên truyền bằng nhiều hình thức: qua website, qua các trang, nhóm trên Internet, mạng xã hội, qua Thông tin công tác tư tưởng Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy, lồng ghép định hướng tuyên truyền trong báo cáo giao ban báo chí, văn hóa, văn nghệ...

Phối hợp Ban Chỉ đạo thực hiện đề án hỗ trợ khởi nghiệp tỉnh biên soạn, phát hành tài liệu tuyên truyền khởi nghiệp với số lượng 6.000 bản; góp phần nâng cao chất lượng hiệu quả tuyên truyền các sản phẩm chủ lực trên địa bàn tỉnh, xây dựng thương hiệu các sản phẩm đạt chuẩn OCOP... qua đó khuyến khích người Việt Nam sử dụng hàng Việt Nam.

2. Sự chuyển biến về nhận thức

- Qua công tác tuyên truyền Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" và các văn bản có liên quan, các cấp ủy đảng, chính quyền, đoàn thể, cán bộ, đảng viên, đoàn viên và các tầng lớp nhân dân trong tỉnh nhận thức rõ hơn về vai trò, vị trí, ý nghĩa của cuộc vận động trong phát triển kinh tế-xã hội, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa, doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường; góp phần bồi đắp, củng cố lòng tự hào, ý thức tự cường dân tộc và ý thức trách nhiệm, văn hóa trong sản xuất kinh doanh; góp phần thực hiện thắng lợi các chỉ tiêu Nghị quyết năm 2021 của Tỉnh ủy và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2021 của Ủy ban nhân dân tỉnh.

- Cán bộ, đảng viên, Nhân dân trên địa bàn tỉnh đã ngày càng tin tưởng lựa chọn và an tâm trong việc sử dụng hàng Việt Nam; đồng thời bày tỏ sâu sắc niềm tin đối với sự phát triển của doanh nghiệp, của hàng hóa, sản phẩm Việt Nam, nhất là các sản phẩm chủ lực, sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP trên địa bàn tỉnh.

III- NHẬN XÉT, ĐÁNH GIÁ

1. Ưu điểm và hạn chế

- Ưu điểm:

+ Công tác tuyên truyền có sự phối, kết hợp chặt chẽ giữa các cơ quan, ban ngành, địa phương, nhất là của doanh nghiệp, Nhân dân.

+ Ứng dụng hiệu quả khoa học công nghệ trong công tác tuyên truyền. Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy chủ động ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ, khai thác triệt để các tính năng của internet, nhất là mạng xã hội để kịp thời tuyên truyền các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, nhất là các nội dung liên quan đến cuộc vận động, kịp thời định hướng dư luận xã hội về chất lượng của các sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP của tỉnh, để bà con an tâm, tin tưởng lựa chọn.

- **Hạn chế:** Công tác tuyên truyền đôi lúc chưa thường xuyên, liên tục nên hiệu quả chưa đáp ứng yêu cầu thực tiễn.

2. Nguyên nhân

- **Nguyên nhân ưu điểm:** Sự quan tâm lãnh, chỉ đạo và sự phối hợp hỗ trợ kịp thời của các cơ quan thông tin tuyên truyền, của các cấp ủy các cấp là nhân tố góp phần tạo nên sự chuyển biến tích cực và hiệu quả trong công tác tuyên truyền Cuộc vận động trên địa bàn tỉnh.

- **Nguyên nhân hạn chế:** Năm 2021 là năm có nhiều sự kiện chính trị lớn của đất nước như: Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng; bầu cử đại biểu Quốc hội khóa XV và đại biểu Hội đồng nhân dân các cấp, nhiệm kỳ 2021-2026, nhất là dịch Covid-19 diễn biến hết sức phức tạp nên trong công tác tuyên truyền, định hướng tư tưởng ưu tiên tập trung cho các nhiệm vụ nêu trên theo sự chỉ đạo của Thường trực Tỉnh ủy và Ban Tuyên giáo Trung ương nên thực hiện việc tuyên truyền về cuộc vận động chưa được thường xuyên, liên tục.

IV- PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ TRONG THỜI GIAN TỚI

- Tiếp tục quán triệt, nâng cao nhận thức cho cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân về cuộc vận động; triển khai thực hiện hiệu quả các văn bản có liên quan như: Kết luận số 107-KL/TW ngày 10/4/2015 của Ban Bí thư, Chỉ thị số 27-CT/TU ngày 04/6/2015 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về việc “*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*”, Nghị quyết 16-NQ/TU ngày 15/11/20217 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy “*về lãnh đạo mỗi xã, phường, thị trấn một sản phẩm chủ lực đến năm 2030 của tỉnh Trà Vinh*”; Nghị quyết số 17-NQ/TU ngày 27/12/2017 “*về lãnh đạo phát triển một số cây trồng, vật nuôi chủ lực trên địa bàn tỉnh đến năm 2020, định hướng đến năm 2025*”...

- Tiếp tục phát huy các biện pháp tuyên truyền đã phát huy hiệu quả trong thời gian qua; đổi mới, nâng cao chất lượng công tác tuyên truyền theo hướng thường xuyên, liên tục; khai thác tối đa ưu thế của internet và mạng xã hội trong công tác tuyên truyền về Cuộc vận động.

V- ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Không

Nơi nhận:

- UBMTTQ tỉnh (BCĐ cuộc vận động),
- Lãnh đạo Ban,
- Lưu CQ.BTGTU.

K/T TRƯỞNG BAN
PHÓ TRƯỞNG BAN



Đương Mỹ Pha