

Số: /BC-SCT

Quảng Ngãi, ngày tháng năm 2025

BÁO CÁO

Tổng kết 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 ý kiến Chỉ đạo của UBND tỉnh tại Công văn số 696/UBND-CNXD ngày 25/7/2025 và Chỉ đạo của Bộ Công Thương tại Công văn số 3822/BCT-TTTN ngày 29/5/2025 về việc báo cáo Tổng kết 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; Sở Công Thương tỉnh Quảng Ngãi báo cáo kết quả 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*) như sau:

I. Công tác chỉ đạo, điều hành

Phát triển thị trường trong nước được Đảng và Nhà nước ta xác định là 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, 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 Tỉnh đã 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; Ban Chỉ đạo Cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*” tỉnh Quảng Ngãi (viết tắt *Ban Chỉ đạo tỉnh*) đã ban hành các kế hoạch hoạt động³, đề ra

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 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

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, Sở Công Thương tham mưu UBND tỉnh ban hành Kế hoạch số 159/KH-UBND ngày 15/11/2021 của UBND tỉnh Quảng Ngãi (cũ); Kế hoạch số 1812/KH-UBND ngày 03/6/2021 của UBND tỉnh Kon Tum (cũ); trên cơ sở đó Sở Công Thương đa phối hợp triển khai có hiệu quả các nhiệm vụ đề ra.

II. Nội dung của Đề án, Nhiệm vụ đã triển khai.

1. 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.

2. Giữ doanh thu bán lẻ của khu vực kinh tế trong nước chiếm tỷ lệ 85% tổng mức bán lẻ hàng hóa trong nước

a) Tỉnh Quảng Ngãi (cũ): Tổng mức bán lẻ hàng hóa 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 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.

b) Tỉnh Kon Tum (cũ): Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2021 đạt 25.374 tỷ đồng, năm 2022 đạt 29.143 tỷ đồng, năm 2023 đạt 34.185 tỷ đồng, năm 2024 đạt 39.273 tỷ đồng, kế hoạch năm

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; Kế hoạch số Kế hoạch số 1812/KH-UBND ngày 03/6/2021 của UBND tỉnh Kontum 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 Kon Tum.

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.

2025 ước đạt 41.600 tỷ 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 13,3%, đạt và vượt kế hoạch.

3. Trên 90% người tiêu dùng và doanh nghiệp Việt biết đến Chương trình Nhận diện hàng Việt Nam với tên gọi: “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam”

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 truyền 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.

4. Trên 90% doanh nghiệp biết đến Phong trào “Hàng Việt Nam chinh phục người Việt Nam” và trên 70% doanh nghiệp tham gia Phong trào này

Cuộc vận động đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận, hàng hóa Việt Nam có mặt hầu hết các địa phương trên địa bàn tỉnh, từ thành thị đến các vùng nông thôn, nhất là vùng sâu, vùng xa. Trong giai đoạn 2021-2025, cả Quảng Ngãi (cũ) và Kon Tum (cũ) đều tích cực triển khai Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" đẩy mạnh công tác tuyên truyền, tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, đưa hàng Việt về nông thôn, vùng sâu vùng xa; các cơ quan nhà nước cũng được yêu cầu ưu tiên sử dụng hàng Việt trong mua sắm công, với sự vào cuộc đồng bộ và các hoạt động tổ chức thường xuyên, rộng khắp và thu hút số lượng lớn doanh nghiệp tham gia, đưa hàng Việt đến gần với người tiêu dùng, ước tính rằng tỷ lệ doanh nghiệp biết đến phong trào tại cả hai tỉnh đều đạt trên 90%, và tỷ lệ doanh nghiệp tham gia vào các hoạt động liên quan đến phong trào cũng rất cao, đạt trên 70%; đạt và vượt kế hoạch đề ra.

5. Xây dựng kênh truyền thông (báo nói, báo hình, báo in, báo điện tử) có chuyên mục “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam” thường xuyên tuyên truyền, quảng bá Cuộc vận động

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

- Thực hiện tuyên truyền Cuộc vận động trên trang thông tin điện tử của Sở đề doanh nghiệp, người tiêu dùng biết và hưởng ứng 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 cấm 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.

- UBMTTQ 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. Tuyên truyền 45 tin, 10 phóng sự, 52 mục “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên Đài truyền hình Kon Tum (cũ).

6. Tổ chức dịch vụ kết nối cung cầu cho các đối tượng sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam

Trong giai đoạn 2021-2025, tỉnh Kon Tum (cũ) và tỉnh Quảng Ngãi (cũ) tích cực triển khai nhiều giải pháp nhằm tổ chức các dịch vụ kết nối cung cầu cho các đối tượng sản xuất, kinh doanh hàng Việt Nam, đặc biệt là thông qua việc thực hiện Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" của Thủ tướng Chính phủ (Quyết định số 386/QĐ-TTg ngày 17/3/2021). Các hoạt động này tập trung vào việc tạo cầu nối giữa nhà sản xuất với các kênh phân phối và người tiêu dùng, thực hiện các giải pháp đồng bộ và đa dạng để kết nối cung cầu hàng Việt Nam, từ các hoạt động xúc tiến thương mại trực tiếp như hội chợ, phiên chợ, hội nghị kết nối cung cầu, đến việc ứng dụng công nghệ thông tin trong thương mại điện tử và hỗ trợ phát triển thương hiệu, góp phần đưa hàng Việt đến gần hơn với người tiêu dùng và thúc đẩy sản xuất, kinh doanh bền vững.

Giai đoạn 2021-2025 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi tổ chức 07 Hội chợ cấp tỉnh, 17 hội chợ cấp huyện, 41 phiên chợ/đợt hàng Việt về nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo; tham mưu tổ chức 08 Hội nghị kết nối cung cầu, tiêu thụ sản phẩm hàng Việt; hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, đẩy mạnh xuất khẩu, góp phần thúc đẩy sản xuất; hỗ trợ hơn 603 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất trên địa bàn tỉnh tham gia hơn 76 đợt hội chợ, phiên chợ, hội nghị kết nối cung cầu trong và ngoài tỉnh; tổ chức 06 gian hàng tại Chương trình kết nối thúc đẩy hợp tác đầu tư, thương mại, du lịch Việt Nam – Lào – Thái Lan tại tỉnh Champasak, nước Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào, tham gia Hội chợ triển lãm tại tỉnh Sê-Koong (Lào), tỉnh Attapur (Lào).

7. Nhân rộng được mô hình Điểm bán hàng Việt Nam với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng 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 đã phối hợp với các địa phương, đơn vị trên địa bàn tỉnh triển khai xây dựng 04 Điểm bán hàng Việt Nam⁵ cố định và bền vững với tên gọi “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam”. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có 19 Điểm bán hàng Việt đáp ứng mục tiêu đề ra⁶ 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.

8. Xây dựng chuỗi phân phối sản phẩm của doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, hộ nông dân sản xuất hàng Việt Nam tại thị trường trong nước

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 03 Trung tâm thương mại hạng III; 12 siêu⁷; 180 chợ⁸; 357 cửa hàng bán lẻ xăng dầu, 10 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

⁵ 04 điểm bán Việt tại các huyện Trà Bồng, huyện Ba Tơ, thị xã Đức Phổ, huyện Sa Thầy.

⁶ 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.

⁷ 02 siêu thị hạng I, 01 siêu thị hạng II và 09 siêu thị hạng III

⁸ 03 chợ hạng 1, 13 chợ hạng 2, 138 chợ hạng 3, 26 chợ tạm.

bàn tính 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.

III. Đánh giá hiệu quả của nhiệm vụ 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

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 tỉnh 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,....

IV. Phương hướng, nội dung triển khai giai đoạn tiếp theo

Tăng cường việc triển khai thực hiện các chỉ đạo của Trung ương, Tỉnh ủy, UBND tỉnh; 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:

- UBND tỉnh Quảng Ngãi (báo cáo);
- GD, các PGD;
- Các phòng, đơn vị thuộc Sở;
- Lưu: VT, QLTM

**KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC**

Võ Quốc Hùng