

Sau khi Bộ Chính trị ra Thông báo số 264-TB/TW về tổ chức thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, Ban Thường vụ Tỉnh ủy đã ban hành Quyết định số 1140-QĐ/TU thành lập Ban Chỉ đạo cuộc vận động (CVD) tỉnh; đồng thời, Tỉnh ủy, UBND tỉnh thường xuyên quan tâm chỉ đạo thực hiện CVD ở các cấp, các ngành, địa phương, đơn vị.

## 10 NĂM THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG “NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM” Hành trình của lòng yêu nước và tự hào dân tộc

*Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” do Bộ Chính trị phát động đã đi qua hành trình 10 năm. Không chỉ mang ý nghĩa chính trị, kinh tế, xã hội sâu sắc, cuộc vận động còn là “cơ hội vàng” giúp các doanh nghiệp phát triển sản xuất, kinh doanh, chiếm lĩnh thị trường, từng bước hội nhập. Thông qua cuộc vận động, mỗi người dân thể hiện lòng yêu nước và tự hào dân tộc của mình.*



Các đồng chí lãnh đạo tỉnh thăm gian hàng tại phiên chợ hàng Việt về nông thôn huyện Vũ Thư.

để nâng cao năng suất, chất lượng, hạ giá thành sản phẩm, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh cũng chủ động thực hiện thương mại, mở rộng thị trường, thiết lập kênh phân phối, bán hàng đến các vùng nông thôn và làm tốt dịch vụ chăm sóc khách hàng nên đã từng bước chinh phục được khách hàng. Tiêu biểu là các doanh nghiệp: Công ty Cổ phần Tập đoàn Hương Sen, Công ty Cổ phần Tập đoàn Thái Bình Seed, Công ty TNHH Bánh kẹo Bảo Hưng, Công ty Cổ phần Damsan, Tổng công ty May 10, Công ty Cổ phần Dịch vụ dầu khí Thái Bình (sản phẩm được đầu tư mở rộng quy mô, ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, trang bị máy móc, công nghệ hiện đại; đây là nền tảng cơ bản

hiệu doanh nghiệp, thương hiệu sản phẩm, được người tiêu dùng tin tưởng.

Góp phần vào thành tựu 10 năm thực hiện CVD “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” có vai trò tích cực của công tác quản lý, kiểm soát thị trường, tạo môi trường sản xuất, kinh doanh lành mạnh cho các doanh nghiệp và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Ban Chỉ đạo 389/ĐP tỉnh đã chỉ đạo các ngành thành viên triển khai thực hiện tốt công tác phòng, chống buôn lậu, hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng và gian lận thương mại. Thông qua hàng 10, Công ty Cổ phần Dịch vụ dầu khí Thái Bình (sản phẩm được đầu tư mở rộng quy mô, ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, trang bị máy móc, công nghệ hiện đại; đây là nền tảng cơ bản

liên ngành đã kịp thời phát hiện và xử lý các trường hợp vi phạm (riêng Cục Quản lý thị trường tỉnh 10 năm qua đã tổ chức kiểm tra 26.361 lượt, phát hiện và xử lý 12.334 vụ vi phạm về kinh doanh hàng cấm, hàng nhập lậu, hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ và gian lận thương mại; phạt tiền, nộp ngân sách nhà nước trên 19 tỷ đồng, tịch thu, tiêu hủy nhiều hàng hóa - tang vật vi phạm trị giá gần 800 triệu đồng). Những kết quả đạt được đã góp phần thanh lọc thị trường, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp làm ăn chân chính phát triển và cũng cố thêm niềm tin của người tiêu dùng đối với hàng hóa sản xuất trong tỉnh, trong nước.

Người tiêu dùng được coi là trung tâm của CVD “Người Việt

Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, vì vậy, những năm qua, Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh đã tích cực tham mưu UBND tỉnh tổ chức các hoạt động: mít tinh hưởng ứng ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam 15/3; giải quyết khiếu nại, tố cáo, kiến nghị của người tiêu dùng; vận động các doanh nghiệp bán hàng bình ổn giá và tổ chức tuần bán hàng vì người tiêu dùng. Nhờ đó, người tiêu dùng được hưởng nhiều quyền lợi hơn, được bảo vệ an toàn cả về kinh tế và sức khỏe khi mua hàng hóa, sử dụng các sản phẩm, dịch vụ.

Theo đánh giá của Ban Chỉ đạo CVD “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tỉnh, sau 10 năm triển khai CVD, tỷ lệ hàng Việt trong các siêu thị và điểm bán lẻ trên địa bàn tỉnh chiếm từ 63 - 70%; trên 70% người tiêu dùng thường xuyên sử dụng hàng Việt và đã ý thức được trách nhiệm, quyền lợi của mình khi ưu tiên sử dụng hàng hóa sản xuất trong nước, trong tỉnh. Sự thay đổi về nhận thức và hành động đó đã tiếp thêm động lực cho các doanh nghiệp. Doanh nghiệp lớn mạnh đồng nghĩa với việc giải quyết việc làm, thu nhập cho nhiều lao động, công tác an sinh xã hội cũng được thực hiện tốt hơn, góp phần nâng cao chất lượng đời sống nhân dân; đồng thời, đóng góp nhiều hơn cho ngân sách nhà nước, góp phần tạo nguồn lực đầu tư phát triển kinh tế - xã hội. Vượt lên tất cả, thông qua CVD “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, mỗi người dân thể hiện lòng yêu nước và tự hào dân tộc của mình, bằng những việc làm nhỏ bé nhưng hết sức thiết thực góp phần xây dựng đất nước lớn mạnh, hùng cường.

KHÁC ĐUẦN

### Bà Nguyễn Thị Hoa, Phó Chủ tịch Ủy ban MTTQ tỉnh, Phó Trưởng ban thường trực Ban Chỉ đạo cuộc vận động tỉnh



Sau 10 năm thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” đã làm thay đổi nhận thức của người dân trên địa bàn tỉnh về hàng Việt và ưu tiên dùng hàng Việt. Điều đó đã tiếp thêm sức mạnh giúp cho các doanh nghiệp trong tỉnh, trong nước vượt qua khó khăn, phát triển ổn định. Tuy nhiên, hiện nay nước ta đang hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, bên cạnh những thuận lợi là không ít thách thức, khó khăn đối với cộng đồng doanh nghiệp. Vì vậy, cuộc vận động trong giai đoạn mới cần có cách làm mới để đạt được hiệu quả thiết thực. Cả hệ thống chính trị từ tỉnh tới cơ sở cần vào cuộc tích cực, đổi mới công tác thông tin, tuyên truyền nâng cao nhận thức và trách nhiệm của cán bộ, đảng viên, nhân dân về cuộc vận động. Ủy ban MTTQ tỉnh và các tổ chức thành viên xây dựng cụ thể chương trình tuyên truyền, trong đó chú trọng phát hiện các điển hình; đồng thời, thường xuyên tôn vinh, biểu dương và nhân rộng các điển hình tiên tiến, các mô hình hay trong sản xuất và tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ thương hiệu Việt, tạo động lực thi đua cho các doanh nghiệp.

### Ông Đỗ Văn Vê, Phó Tổng giám đốc Công ty Cổ phần Tập đoàn Hương Sen



Để cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” có sự lan tỏa sâu rộng và hiệu quả bền vững, ngoài công tác tuyên truyền, vận động người tiêu dùng sử dụng hàng Việt thì bản thân các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh cũng cần chú trọng đầu tư máy móc, khoa học công nghệ để tăng năng suất lao động, nâng cao chất lượng sản phẩm, đổi mới mẫu mã và hạ giá thành để chinh phục người tiêu dùng. Ngoài ra, việc đầu tư đúng mức cho hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển mạng lưới phân phối hàng hóa đến các vùng miền và làm tốt công tác chăm sóc khách hàng cũng là yếu tố quan trọng để thu hút người tiêu dùng đến với hàng Việt.

### Ông Phan Văn Dương, Chủ tịch Ủy ban MTTQ huyện Kiến Xương



Trong những năm qua, Ủy ban MTTQ huyện Kiến Xương và các tổ chức thành viên thường xuyên tuyên truyền, vận động cán bộ, hội viên, đoàn viên, nhân dân hưởng ứng ưu tiên dùng hàng Việt thông qua các hội nghị chuyên đề, lồng ghép với các chương trình sinh hoạt của các ban công tác mặt trận khu dân cư và tổ chức hội ở cơ sở. Ngoài hưởng mẫu sử dụng hàng Việt, cán bộ, hội viên, đoàn viên còn là những tuyên truyền viên tích cực vận động các tầng lớp nhân dân hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”. Đến nay, trên địa bàn huyện có trên 80% người dân thường xuyên mua sắm, sử dụng hàng hóa của các doanh nghiệp trong tỉnh, trong nước.

### Ông Nguyễn Văn Thụy, xã Dũng Nghĩa, huyện Vũ Thư



Người dân nông thôn thông tin về thị trường, thông tin về doanh nghiệp, thông tin thương hiệu sản phẩm. Để tạo điều kiện cho người dân có thói quen dùng hàng Việt, rất mong các cơ quan chức năng, các doanh nghiệp cung cấp thông tin đầy đủ, kịp thời cho bà con về hàng Việt. Cùng với đó, cần tổ chức nhiều đợt đưa hàng Việt về nông thôn giúp người tiêu dùng khu vực nông thôn mua được những sản phẩm có chất lượng tốt, giá thành hạ; tránh bị mua phải hàng nhái, hàng giả dẫn đến mất niềm tin vào hàng Việt. Chúng tôi cũng rất mong các doanh nghiệp có hệ thống phân phối đến các vùng nông thôn, hạn chế hàng hóa qua nhiều khâu trung gian trước khi đến tay người tiêu dùng khiến giá cả bị đội lên gây thiệt thòi cho bà con.

PHAN LỢI

(Tác phẩm dự thi viết về đề tài người Thái Bình - đất Thái Bình)



Các sản phẩm tham gia phiên chợ hàng Việt về nông thôn.



## Xây thương hiệu gạo Việt trên nền tảng chữ “tâm”

Thời gian gần đây, người tiêu dùng được thưởng thức những bát cơm với vị ngon khó cưỡng bởi độ sạch tinh khiết, hương thơm tự nhiên từ những hạt gạo Niêu Vàng, Sông Vàng, Nhất Hương, Tám thơm Tiên Hải, nếp A Sào. Đây là những sản phẩm được làm ra từ “tâm” của tập thể cán bộ, nhân viên Công ty Cổ phần Tập đoàn Thái Bình Seed - những người con của Thái Bình, một trong những vựa lúa màu mỡ của Việt Nam.

Không chỉ có những loại gạo trên mà với ước mơ xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam, bằng sự nỗ lực bất phá, đến nay Thái Bình Seed đã trở thành nhà sản xuất lúa giống chất lượng cao hàng đầu Việt Nam. Các giống lúa: BC15, TBR-1, TBR45, TBR36, TBR225, Đông A1, Thái Xuyên 111... của Thái Bình Seed đã có mặt ở hầu khắp các tỉnh, thành phố trong cả nước. Mỗi năm, có khoảng 20.000 tấn lúa giống mang thương hiệu Thái Bình Seed đến với nông dân. Riêng ở Thái Bình, các loại giống này đã và đang trở thành giống chủ lực trong cơ cấu sản xuất chính của tỉnh; giống lúa BC15 và TBR225 năng suất cao, chất lượng gạo ngon, mang lại hiệu quả kinh tế

cao mà ít có giống lúa nào sánh kịp. Ngoài ra, Thái Bình Seed còn liên kết sản xuất, thu mua giống với các địa phương trên cả nước, giúp nhiều hộ nông dân tham gia liên kết có mức thu nhập trên 100 triệu đồng/năm, qua đó góp phần xóa đói giảm nghèo, nâng cao đời sống. Phải khẳng định rằng, những thành tích trên của Thái Bình Seed được gắn liền với cuộc đời hơn 40 năm làm nghề nghiên cứu chọn tạo giống lúa của ông Trần Mạnh Bảo, Chủ tịch Hội đồng quản trị Thái Bình Seed - người nông dân, người lính, doanh nhân làm khoa học nông nghiệp. Chúng tôi gặp lại ông Bảo khi ông vừa trở về từ Paris (Pháp), sau khi tham dự diễn đàn “Người Việt có tâm ảnh hưởng” (VGLF) lần thứ nhất do Hội Khoa học và Chuyên gia Việt Nam toàn cầu (AVSE Global) phối hợp với Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài tổ chức. Ông Trần Mạnh Bảo cho biết: Diễn đàn “Người Việt có tâm ảnh hưởng” được tổ chức nhằm mục đích kết nối người Việt Nam trên toàn thế



Chủ tịch Hội đồng quản trị Thái Bình Seed Trần Mạnh Bảo kiểm tra sinh trưởng giống lúa OM9582 tại Cần Thơ.

giới, tạo nên sự đoàn kết, chung tay tham gia xây dựng đất nước. Diễn đàn xoay quanh chủ đề quan trọng “Nâng tầm thương hiệu Việt Nam”, trong đó có nhiều chuyên đề như “Xây dựng thương hiệu quốc gia”, “Vị trí của Việt Nam trên trường quốc tế”, “Cái nhìn đa chiều của thế giới và người Việt ở nước ngoài đối với Việt Nam”... Ông Bảo tâm sự với chúng tôi, ông nhận

thức rõ vinh dự và cũng là trách nhiệm lớn khi được mời tham gia diễn đàn này với tư cách một diễn giả tham luận về chủ đề “Niềm tự hào của nông dân Việt Nam”. Tại diễn đàn, ông đã truyền tải về sự đóng góp đáng tự hào của nền nông nghiệp và nông dân Việt Nam trong gần một thế kỷ qua. Đồng thời nêu rõ sự cần thiết phải xây dựng thương hiệu nông sản Việt Nam

và vai trò cầu nối của người Việt Nam ở nước ngoài để đưa sản phẩm nông nghiệp Việt Nam ra thế giới. Trong phần tham luận của mình, ông Bảo cũng đề cập đến vấn đề xây dựng thương hiệu nông sản Việt Nam trên thế giới; cầu nối giữa các doanh nghiệp Việt Nam với các nhà khoa học, cơ quan nghiên cứu chuyên ngành trên thế giới và là cầu nối để đưa những giống cây trồng Việt Nam, Thái Bình Seed hiệu quả và thương hiệu doanh nghiệp sản phẩm quốc gia. Để giúp ngành Nông nghiệp Việt Nam tiếp tục phát triển, xứng đáng với truyền thống lịch sử và niềm tự hào mà nó mang lại cho đất nước đồng thời khai thác lợi thế của Nông nghiệp Việt Nam ông đã đề xuất với diễn đàn các nội dung: Giúp Việt Nam ứng dụng công nghệ sinh học vào phát triển nông nghiệp, đặc biệt là công nghệ giống nông nghiệp; xây dựng

công nghệ chế biến và công nghệ bảo quản nông sản; hợp tác nghiên cứu và bảo vệ tài sản trí tuệ; hỗ trợ xây dựng thương hiệu và bảo vệ thương hiệu nông sản Việt Nam trên thế giới; cầu nối giữa các doanh nghiệp Việt Nam với các nhà khoa học, cơ quan nghiên cứu chuyên ngành trên thế giới và là cầu nối để đưa những giống cây trồng Việt Nam, Thái Bình Seed hiệu quả và thương hiệu doanh nghiệp sản phẩm quốc gia.

Quy trở lại vai trò và trách nhiệm của Thái Bình Seed trong xây dựng thương hiệu gạo Việt, ông Bảo chia sẻ: Là một trong những công ty hàng đầu trong ngành giống cây trồng Việt Nam, Thái Bình Seed hiểu rằng sứ mệnh của mình chính là phải khẳng định thương hiệu gạo Thái Bình bằng những sản phẩm gạo chất lượng và cao cấp. Trong đó, điểm cốt lõi để xây dựng thương hiệu gạo là thay đổi quan điểm sản xuất theo nhu cầu của người tiêu dùng. Ý tưởng xây dựng thương hiệu gạo có từ rất lâu, nhưng phải mất 14 năm nghiên cứu, chọn lọc (từ 2002 - 2016), Thái Bình Seed mới có được các giống lúa tốt, được đăng ký bản quyền. Sự

ra đời của gạo Niêu Vàng, rỏi Sông Vàng, Nhất Hương, Tám thơm Tiên Hải, nếp A Sào là dấu mốc mới của Thái Bình Seed, khẳng định sự năng động, nhạy bén trong thời kỳ phát triển mới của nền kinh tế. Bên cạnh đó, Thái Bình Seed còn có nhiều giống lúa có truyền của Thái Bình để lại đã chọn lọc và thuần hóa được. Những giống lúa này đều cho ra sản phẩm gạo chất lượng cao, cơm dẻo, thơm ngon, đậm đà. Giống chất lượng đã có, Thái Bình Seed tiếp tục đầu tư về cơ sở vật chất, hiện đại hóa dây chuyền chế biến, ứng dụng công nghệ bảo quản tiên tiến, từng bước vươn lên hiện thực hóa khát vọng thương hiệu gạo Việt của mình.

Chia tay với phóng viên, Chủ tịch Hội đồng quản trị Thái Bình Seed khẳng định: Cơm trắng trong như tâm sáng người gieo hạt lúa. Gạo ngọt thơm từ giống lúa được quyền. Đó chính là những điều đặc biệt tạo nên sản phẩm mang trọn tâm huyết trong suốt quá trình hình thành và phát triển của Thái Bình Seed.