

## **Phát triển thị trường trong nước: Trụ đỡ thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng**

09:01 31/05/2023

Theo đánh giá của bà Nguyễn Thuý Hiền, Phó vụ trưởng Vụ Kế hoạch Tài chính (Bộ Công Thương), hiện sức mua của thị trường trong nước đã tăng nhưng chưa cao; vẫn chưa khai thác hết dung lượng của thị trường trong nước với 100 triệu dân...

Theo Tổng cục Thống kê, tính chung, 5 tháng đầu năm, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng ước đạt 2.527 nghìn tỷ đồng, tăng 12,6% so với cùng kỳ năm trước (cùng kỳ năm 2022 tăng 9,3%), nếu loại trừ yếu tố giá tăng 8,3% (cùng kỳ năm 2022 tăng 6%).

Tổng cục Thống kê cho biết, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng 5 tháng năm 2023 đạt tốc độ tăng cao nhất so với cùng kỳ các năm từ 2015 trở lại đây và tăng 28,3% so với 5 tháng đầu năm 2019 - năm trước khi xảy ra dịch Covid -19. Cụ thể, doanh thu bán lẻ hàng hóa 5 tháng ước đạt 1.993 nghìn tỷ đồng, tăng 10,7% so với cùng kỳ năm trước (loại trừ yếu tố giá tăng 6,9%); trong đó, nhóm hàng lương thực, thực phẩm tăng 14,6%; may mặc tăng 11,1%; đồ dùng, dụng cụ, trang thiết bị gia đình tăng 4,8%; phương tiện đi lại (trừ ô tô) tăng 4,2%; vật phẩm văn hoá, giáo dục tăng 1,9%.

Doanh thu bán lẻ hàng hóa 5 tháng đầu năm 2023 so với cùng kỳ năm trước của một số địa phương như sau: Bắc Ninh tăng 19,6%; Bình Định tăng 14,8%; Bình Dương tăng 13,8%; Thanh Hóa tăng 12,1%; Hải Phòng tăng 10,6%; Quảng Ninh tăng 9,9%; Cần Thơ tăng 9,8%; Đồng Nai tăng 8,7%; Hà Nội tăng 7,9%; Đà Nẵng tăng 6,2%; Thành phố Hồ Chí Minh tăng 6,1%.



Ảnh minh họa

Doanh thu dịch vụ khác 5 tháng năm 2023 ước đạt 253,6 nghìn tỷ đồng, tăng 15,8% so với cùng kỳ năm trước. Cụ thể: Bình Thuận tăng 59,5%; Đà Nẵng tăng 54,8%; Gia Lai tăng 29,6%; Ninh Thuận tăng 23,5%; Bắc Giang tăng 21,5%; Tiền Giang tăng 17,5%; Lâm Đồng tăng 12,5%; Quảng Ninh tăng 12,3%; Bình Định tăng 11,7%; Hà Nội tăng 9,1%. Tuy nhiên, bên cạnh đó có một số địa phương có mức giảm là: Quảng Nam giảm 1,1%; Quảng Bình giảm 3,8%; TP Hồ Chí Minh giảm 6,4%.

“Đây là lý do Bộ Công Thương cùng các bộ, ngành kiến nghị Thủ tướng Chính phủ giảm mức thuế VAT đối với một số nhóm hàng hóa để kích thích tiêu dùng trong nước”, bà Hiền nêu rõ.

Bà Nguyễn Thuý Hiền chia sẻ thêm, khi thuế VAT giảm, sẽ thúc đẩy tiêu dùng trong nước, từ đó tăng tổng mức bán lẻ hàng hóa, đóng góp cho phát triển khu vực dịch vụ. Hơn hết, khi tiêu dùng trong nước phát triển sẽ thúc đẩy việc sản xuất hàng hóa trong nước và tạo ra công ăn việc làm, cũng như tăng nguồn thu ngân sách nhà nước; đồng thời, góp phần đạt được mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội trong năm 2023.

Bà Đỗ Thị Ngọc, Vụ trưởng Vụ Thống kê tổng hợp và phổ biến thông tin thống kê, Tổng cục Thống kê nhận định, “điểm nổi bật về kinh tế phát triển xã hội nước ta trong tháng 5 và 5 tháng là về hoạt động thương mại và dịch vụ thì tăng cao so cùng kỳ. Tuy nhiên, để kịp thời có những giải pháp khắc phục khó khăn cũng như chủ động khai thác cơ hội để đạt được kết quả phát triển kinh tế

xã hội cao nhất trong năm nay, phải tiếp tục theo dõi sát và cập nhật diễn biến tình hình kinh tế thế giới, đẩy mạnh sản xuất tiêu dùng trong nước, triển khai hiệu quả các giải pháp phù hợp, kích cầu thương mại và dịch vụ phát triển du lịch”.

Thói quen mua sắm của người tiêu dùng đã và đang thay đổi rõ rệt như chú trọng hơn tới các mặt hàng thiết yếu, giảm giá, khuyến mại và có sự so sánh giá để chi tiêu tiết kiệm, hiệu quả hơn. Tuy nhiên, trong giai đoạn thấp điểm mua sắm, thị trường vẫn được đánh giá là còn nhiều cơ hội cho doanh nghiệp và nhà bán lẻ. Giảm chi phí, tăng khuyến mại, đa dạng các mô hình bán lẻ... là giải pháp để khơi dậy thị trường hàng hóa mà doanh nghiệp đang hướng tới

Ông Lê Văn Liêm, Giám đốc khu vực miền Bắc, Liên hiệp Hợp tác xã Thương mại Thành phố Hồ Chí Minh (Saigon Co.op) nhìn nhận, “những sản phẩm mà sản xuất từ doanh nghiệp sản xuất Việt Nam đã có những cải thiện rất là nhất định và đã có những chỗ đứng vị trí trong người tiêu dùng. Tôi nghĩ rằng là để các việc này là tốt hơn nữa, không chỉ riêng là Saigon Co.op mà tất cả các chuỗi bán lẻ khác, các đơn vị cùng với Nhà nước chúng ta làm sao để quảng bá, tuyên truyền hơn nữa, mạnh mẽ hơn nữa. Chất lượng hàng hóa cũng đã được cải thiện rồi thì cũng cải thiện hơn nữa để làm sao là phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện nay”.

Sự chuyển mình của xu hướng bán lẻ hay những thay đổi trong hành vi của người tiêu dùng đang đặt ra nhiều thách thức cho các nhà bán lẻ Việt Nam. Các chuyên gia đánh giá mặc dù vẫn còn nhiều khó khăn nhưng tín hiệu tích cực là tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng 5 tháng đầu năm nay đạt tốc độ tăng cao nhất so với cùng kỳ các năm từ 2015 trở lại đây.

**Thiên Trường**