

Bộ Công Thương tiếp tục triển khai các chương trình để kích cầu tiêu dùng

16:48 05/10/2020

Để thúc đẩy thị trường bán lẻ trong dịch COVID-19, Bộ Công Thương tiếp tục triển khai các chương trình, biện pháp cụ thể để kích cầu tiêu dùng, phát triển thị trường trong nước hiệu quả, bền vững.

Bộ Công Thương cho biết, thời gian qua do dịch COVID-19 kéo dài đã ảnh hưởng không nhỏ tới thị trường bán lẻ trong nước. Không những thế, tại một số nơi đã xảy ra hiện tượng cầu tăng đột biến trong một vài thời điểm tại một số địa



Công Thương tiếp tục triển khai các chương trình để kích cầu tiêu dùng

Tuy nhiên, với những giải pháp linh hoạt, kịp thời, Bộ Công Thương đã chỉ đạo các doanh nghiệp, Sở Công Thương trên địa bàn gia tăng nguồn cung đáp ứng đủ nhu cầu, đồng thời phối hợp với cơ quan truyền thông để ổn định tâm lý người dân. Chính vì vậy, thị trường đã nhanh chóng ổn định trở lại, nguồn cung hàng hóa tại các siêu thị được dự trữ tăng lên nhiều lần so với ngày thường, giá cả ổn định.

Theo Bộ Công Thương, sau thời gian bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19, trong tháng 9, thị trường bán lẻ đã sôi động trở lại với các hoạt động kích cầu, khuyến mại theo các chương trình xúc tiến thương mại của Bộ Công Thương và các địa phương phát động từ tháng 7.

Tình hình tiêu thụ hàng hóa dần được cải thiện, nguồn cung hàng hóa dồi dào, giá cả không có biến động bất thường. Thống kê cho thấy, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tháng 9/2020 đạt 441,4 nghìn tỷ đồng, tăng 2,7% so với tháng trước và tăng 4,9% so với cùng kỳ năm 2019.

Tính chung quý III/2020, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 1.305,8 nghìn tỷ đồng, tăng 14,4% so với quý trước và tăng 4,5% so với cùng kỳ năm trước. Do vậy, 9 tháng năm 2020, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 3.673,5 nghìn tỷ đồng, tăng 0,7% so với cùng kỳ năm 2019, nếu loại trừ yếu tố giá giảm 3,6% bởi cùng kỳ năm 2019 tăng 10,8%.

Đại diện Vụ Thị trường trong nước (Bộ Công Thương) cho biết thêm, từ đầu năm đến nay dịch COVID-19 đã và đang ảnh hưởng không nhỏ đến nhận thức, hành vi mua sắm của người tiêu dùng.

Thị trường bán lẻ Việt Nam đang thay đổi dần từ kênh bán hàng truyền thống và hiện đại sang kênh bán hàng trực tuyến. Đây là thị trường được đánh giá có nhiều tiềm năng, giàu sức phát triển, thậm chí thúc đẩy nhanh hơn phương thức kinh doanh số.

Bà Nguyễn Thị Phương, Phó Tổng giám đốc Tập đoàn Central Retail chia sẻ, nhằm tạo thuận lợi cho người dân mua sắm hàng hóa mà không cần trực tiếp đến siêu thị, Big C đã tăng cường hình thức mua sắm online và hợp tác cùng một số sàn thương mại điện tử với nhiều hình thức ưu đãi được thực hiện trong suốt tháng 2/2020.

Còn theo bà Nguyễn Thị Kim Dung - Giám đốc Siêu thị Co.opmart Hà Đông, trước đây Co.opmart đã triển khai dịch vụ giao hàng tận nhà nhưng chỉ chiếm rất ít so với doanh số bán tại các địa điểm siêu thị. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của dịch bệnh mà dịch vụ giao hàng tận nhà của đơn vị tăng đáng kể, từ chỗ chỉ có khoảng 30 - 40 đơn hàng/ngày thì nay có những ngày trên 100 đơn hàng và áp dụng chế độ free ship với những đơn hàng từ 200 nghìn đồng ở khu vực nội thành.

Nhận định của các chuyên gia, thị trường bán lẻ sau khi dịch COVID-19 được kiểm soát sẽ có nhiều thay đổi. Hơn nữa, thương mại điện tử sẽ không lấy mất

thị phần của bán lẻ truyền thống mà là điểm cộng thêm cho nhà bán lẻ biết nắm bắt.

Hiện tại, dịch COVID-19 cơ bản được kiểm soát, cộng với dịp lễ Tết cuối năm đang đến gần, dự báo, nhu cầu hàng hóa sẽ tăng rất cao. Do đó, các địa phương đã lên kế hoạch chuẩn bị nguồn hàng cho dịp Tết; trong đó không loại trừ khả năng dịch bệnh có thể quay trở lại.

Đến thời điểm này, Sở Công Thương Hà Nội đã xây dựng kế hoạch kích cầu tiêu dùng cuối năm trên cơ sở bám sát tình hình thị trường để tham mưu cho thành phố.

Hà Nội cũng xác định phối hợp với các địa phương phương đưa nguồn hàng các tỉnh, thành khác như Hà Giang, Sơn La, Hòa Bình vào Hà Nội để vừa hỗ trợ các địa phương tiêu thụ sản phẩm, vừa đa dạng nguồn cung hàng hóa cho người tiêu dùng Thủ đô.

Ông Trần Duy Đông, Vụ trưởng Vụ Thị trường trong nước (Bộ Công Thương) khẳng định, Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh đều là các địa phương lớn, có sức tiêu thụ hàng hóa lớn. Vì vậy, việc tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại sẽ giúp kích cầu tiêu dùng, tạo sự lưu chuyển, hỗ trợ các địa phương lân cận tiêu thụ tốt hàng hóa.

Để thúc đẩy thị trường bán lẻ phát triển trong dịch COVID-19, theo ông Trần Duy Đông, từ nay đến cuối năm Bộ Công Thương tiếp tục triển khai các chương trình, biện pháp cụ thể để kích cầu tiêu dùng, phát triển thị trường trong nước hiệu quả, bền vững.

Vì thế, Bộ Công Thương sẽ tập trung chỉ đạo, hướng dẫn, hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện các chương trình, giải pháp kích cầu tiêu dùng, phát triển mạnh thị trường trong nước; chỉ đạo Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương về việc bảo đảm nguồn cung hàng hóa thiết yếu tại địa phương tạo thuận lợi và đáp ứng kịp thời nhu cầu tiêu dùng của người dân.

Cùng với đó, Bộ Công Thương cũng đẩy mạnh các hình thức, phương thức kinh doanh khuyến khích tiêu dùng như kinh tế ban đêm, các hội chợ, triển lãm sản phẩm hàng hóa, dịch vụ; triển khai hiệu quả chương trình “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

Ngoài ra, Bộ Công Thương còn ban hành Chỉ thị về việc thực hiện các giải pháp bảo đảm cân đối cung cầu, bình ổn thị trường cuối năm 2020 và dịp Tết nguyên đán Tân Sửu 2021 nhằm bảo đảm cân đối cung cầu hàng hóa thiết yếu trong thời gian cuối năm và dịp Tết nguyên đán.

Đặc biệt, tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện Đề án Đổi mới phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản trình Chính phủ để sớm tổ chức triển khai thực hiện, góp phần đẩy mạnh hoạt động tiêu thụ nông sản cho các địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã.

Cũng theo ông Trần Duy Đông, Bộ Công Thương đang đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, phát triển mạnh thương mại điện tử và các mô hình kinh doanh mới phù hợp với đặc điểm tình hình mới.

Theo đó, tổng hợp, hoàn thiện Dự thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 52/2013/NĐ-CP về Thương mại điện tử nhằm sớm hoàn thiện khung khổ pháp lý đối với hoạt động kinh doanh hàng hóa trên môi trường thương mại điện tử. Mặt khác, tăng cường quản lý với giao dịch hàng hóa trên các sàn thương mại điện tử lớn, xây dựng các chế tài xử lý nghiêm các hành vi vi phạm, gây thiệt hại lợi ích người tiêu dùng.

Hơn nữa, Bộ Công Thương cũng chú trọng phòng chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng góp phần bảo vệ sản xuất kinh doanh và tiêu dùng trong nước để thị trường bán lẻ phát triển bền vững trong tình hình mới.

PV