TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Chuyên gia phân tích: Kích cầu tiêu dùng nội địa cần 04 yếu tố

06:31 20/12/2023

Tiến sỹ Đỗ Thiên Anh Tuấn, Trường Chính sách công và Quản lý Fulbright cho biết, có 04 yếu tố tổng cầu rất quan trọng của nền kinh tế, gồm: Tiêu dùng của các hộ gia đình; đầu tư của doanh nghiệp; chi tiêu của Chính phủ và xuất khẩu ròng. Với mỗi chính sách, phải gắn cụ thể với bối cảnh của nền kinh tế.



Chuyên gia phân tích: Kích cầu tiêu dùng nội địa cần 04 yếu tố. Ảnh internet.

Tiến sỹ Đỗ Thiên Anh Tuấn phân tích: Chi tiêu tiêu dùng trong nước chiếm khoảng 60-65% GDP; trong đó chi tiêu hộ gia đình khoảng 50-55% GDP. Với dân số khoảng 100 triệu dân, trong đó có khoảng 20 triệu người trung lưu đang tạo ra sức cầu rất lớn. Dự báo năm 2026, sẽ có thêm 4 triệu người gia nhập tầng lớp trung lưu.

Thu nhập của 1 người chia ra hai phần, chi tiêu và tiết kiệm. Tại Việt Nam, đối với tầng lớp trung lưu, khuynh hướng tiêu dùng cận biên là khá cao, trong 100 đồng tạo ra, người dân có thể dùng tới 60-70 đồng để chi tiêu thêm, thậm chí còn lớn hơn, đi vay để chi tiêu. Còn người có thu nhập thấp, xu hướng tiết kiệm nhiều hơn. Do đó, kích cầu phải tập trung nhiều hơn vào tầng lớp trung lưu.Ngoài ra, tiêu dùng của nước ngoài rất quan trọng.

Năm 2024, triển vọng kinh tế thế giới và thương mại toàn cầu không có đột phá. Theo Tiến sỹ Anh Tuấn thì, Mỹ là 1 nền kinh tế tiêu dùng, cũng là thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam, nhưng xuất khẩu của Mỹ lại gắn với nhập khẩu nhiều. Và tăng trưởng ngoại thương cần nhìn nhận sâu hơn, tăng trưởng xuất khẩu nhưng lại gắn với nhập khẩu các yếu tố đầu vào-kích thích các nền kinh tế phụ thuộc vào chuỗi cung ứng, nên cần thúc đẩy doanh nghiệp trong nước tham gia vào chuỗi cung ứng.



Chuyên gia phân tích: Kích cầu tiêu dùng nội địa cần 04 yếu tố. Ảnh internet.

Do đó, kích cầu tiêu dùng nội địa lúc này là giải pháp thiết thực nhất. Đặc biệt là gắn với cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", hướng vào các doanh nghiệp nội địa. Cần chính sách gắn khuyến khích tiêu dùng trong nước với sản xuất trong nước, thì hệ số nhân tài khóa mới lan tỏa.

Về chính sách thuế, theo Tiến sỹ Đỗ Thiên Anh Tuấn, khuyến khích "người Việt Nam dùng hàng Việt" cần thực chất bằng chính sách thuế. Việc giảm từ 10

xuống 8% là cần thiết, vì thuế giá trị gia tăng lan tỏa rất mạnh trong các lĩnh vực. Có điều, chính sách thuế cần giảm với lộ trình đủ dài, như trong 02 năm, thay vì giảm từng lần 6 tháng sẽ khó tạo động lực cho thị trường. Bởi người dân chi tiêu còn phụ thuộc vào thu nhập dự kiến trong tương lai.

Ngoài ra, cần giảm thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân. Bởi thuế thu nhập cá nhân đã lạc hậu. Cần đồng bộ, dứt khoát, mạnh mẽ các giải pháp.

Cùng với đó, cần phát triển hệ thống phân phối và tiêu dùng nội địa. Nếu không nắm được hệ thống phân phối trong nước sẽ mất nền sản xuất trong nước. Bản thân nhà phân phối của Việt Nam phải chủ động giữ sân nhà, vì thông qua hệ thống phân phối đó, hàng Việt mới có thể đi vào thị trường, thậm chí mở rộng ra các thị trường lân cận.

Tiến sỹ Trần Du Lịch nhấn mạnh, với thị trường nội địa, cần kích cầu như thế nào? "Tôi cho rằng đã đến lúc phải khai thác được thị trường nội địa. Đây là trọng tâm cân đối với chính sách nền kinh tế hướng về xuất khẩu và củng cố nội lực", ông Trần Du Lịch nêu quan điểm.



Chuyên gia phân tích: Kích cầu tiêu dùng nội địa cần 04 yếu tố. Ảnh internet.

Tiến sỹ Trần Du Lịch đề xuất, Quốc hội đã quyết kéo dài chính sách giảm thuế giá trị gia tăng. Nhiều kiến nghị giảm thêm để tăng hiệu quả kích cầu. Giảm thuế giá trị gia tăng là công cụ quan trọng, giảm nhiều hơn có thể ảnh hưởng đến thu ngân sách nhưng nếu tăng được sức mua của thị trường nội địa thì cũng nên tính toán kỹ.Các ngân hàng cần tiếp tục mở rộng tín dụng tiêu dùng, rà lại toàn bộ tín dụng cho người mua bất động sản. Gói 120.000 tỷ đồng cho nhà ở xã hội tiếp tục triển khai sẽ kích cầu toàn diện.

Ngành du lịch cũng linh hoạt nhiều chương trình, giải pháp kích cầu. Tại TP. HCM, năm 2023 triển khai nhiều chương trình kích cầu nhưng cần thêm nhiều chương trình quốc gia để người tiêu dùng có điều kiện mua sắm. Và cuối cùng, Chính phủ cần tiếp tục tháo gỡ những vấn đề về thể chế.

Phó trưởng Ban Kinh tế Trung ương Nguyễn Duy Hưng thông tin, nhiều người quan tâm mục tiêu tăng trưởng 6-6,5% trong 2024 khả thi thế nào? Trong bối cảnh kinh tế thế giới đang diễn biến khó lường, kinh tế Việt Nam hội nhập rất lớn, xuất nhập khẩu ở mức 200% GDP nên diễn biến tình hình quốc tế có ảnh hưởng lớn đến kinh tế nước ta. Tuy nhiên, nếu tận dụng tốt các cơ hội bên trong và bên ngoài, chúng ta vẫn có thể đạt được mục tiêu tăng trưởng 6,5%.



Chuyên gia phân tích: Kích cầu tiêu dùng nội địa cần 04 yếu tố. Ảnh internet.

Để làm được điều này, chúng ta phải thúc đẩy các động lực tăng trưởng gồm đầu tư công, xuất khẩu, tiêu dùng nội địa, hỗ trợ doanh nghiệp trong nước phát triển, thúc đẩy nhiều hơn nữa đầu tư của doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài.

Vừa qua, Bộ Chính trị đã ban hành 6 nghị quyết cho 06 vùng kinh tế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, gồm: Trung du, miền núi Bắc Bộ; Đồng bằng sông Cửu Long; vùng Tây Nguyên; vùng Đông Nam Bộ; vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải Trung Bộ và vùng đồng bằng sông Hồng. Việc thúc đẩy phát triển các vùng kinh tế, các vùng động lực, các địa phương mới nổi song hành cùng Hà Nội, TP. HCM là động lực tăng trưởng vô cùng quan trọng.

Vấn đề quan trong nữa là tiếp tục cải cách thể chế, không những hoàn thiện hệ thống pháp luật để tạo cơ sở pháp lý vững chắc cho cán bộ, công chức làm việc mà còn đề cao vai trò, trách nhiệm của đội ngũ cán bộ công chức, khắc phục bằng được tình trạng né tránh, đùn đẩy.

Đặc biệt, có cơ chế bảo vệ cán bộ công chức, nếu không sẽ khó khắc phục tình trạng né tránh, đùn đẩy trong thực thi công vụ. Có những địa phương thời gian qua không có dự án đầu tư mới nào được triển khai, đó là nguy cơ cho chúng ta nếu tình trạng này tiếp diễn.

Xuân Hải *(t/h)*