

Kích cầu tiêu dùng - chìa khóa để đạt mục tiêu tăng trưởng 8,5%

10:25 29/09/2025

Nếu đầu tư công và xuất khẩu là hai bánh dẫn đầu, thì tiêu dùng nội địa chính là lực đẩy còn lại giúp “cỗ xe tam mã” cán đích tăng trưởng. Để hiện thực hóa mục tiêu 8,3-8,5%, giải pháp then chốt nằm ở việc khơi thông cả tiêu dùng tư nhân và tiêu dùng công.

Số liệu chính thức về tăng trưởng kinh tế - xã hội 9 tháng năm 2025 chưa được công bố, song các tín hiệu hiện nay cho thấy GDP quý III và cả 9 tháng nhiều khả năng tiếp tục duy trì xu hướng tích cực. Bên cạnh đầu tư công và xuất khẩu, tiêu dùng nội địa - mắt xích còn lại của “cỗ xe tam mã” tăng trưởng đang có những đóng góp ngày càng rõ nét.

“Tiêu dùng phục hồi tích cực”, Bộ trưởng Bộ Tài chính Nguyễn Văn Thắng nhiều lần nhấn mạnh trong các báo cáo Chính phủ. Thực tế, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng liên tục cải thiện. Trong 8 tháng năm 2025, chỉ số này đạt 4,58 triệu tỷ đồng, tăng 9,4% so với cùng kỳ năm trước. Lượng khách quốc tế đạt hơn 13,9 triệu lượt, tăng 21,7%, góp phần thúc đẩy dịch vụ, du lịch và tạo hiệu ứng lan tỏa sang tiêu dùng trong nước.



Tiêu dùng nội địa được kỳ vọng trở thành mũi nhọn giúp nền kinh tế tăng tốc trong giai đoạn quyết định.

Tuy nhiên, mức tăng hiện nay vẫn chưa đạt kỳ vọng so với mục tiêu đã đặt ra. Theo Nghị quyết 25/2025/NQ-CP, tổng mức bán lẻ phải tăng khoảng 12% để bảo đảm tăng trưởng GDP đạt từ 8% trở lên. Trong khi dự báo của Bộ Tài chính chỉ đặt ra mức khoảng 10%, đồng nghĩa với việc mục tiêu của Nghị quyết khó hoàn thành nếu không có giải pháp mạnh mẽ hơn.

Một trong những nguyên nhân khiến tiêu dùng chưa bứt phá là tâm lý thận trọng của người dân sau đại dịch Covid-19. Báo cáo của Ngân hàng Thế giới (WB) cho biết, dù thu nhập thực tế cải thiện nhờ thị trường lao động phục hồi và lương khu vực công tăng, song phần lớn khoản tăng đó lại chuyển thành tiết kiệm. Tỷ lệ tiết kiệm hộ gia đình lên tới 37,2% vào cuối năm 2024, cao hơn mức 33,6% của năm 2019.

WB cũng đánh giá, tiêu dùng tư nhân hiện đóng góp khoảng 53% GDP năm 2025, thấp hơn mức 58% của năm 2019 và dưới mức trung bình 63% của các nước đang phát triển ở Đông Á. Điều này cho thấy vai trò của tiêu dùng vẫn rất quan trọng, nhưng mức độ đóng góp đang suy giảm.

Trước thực tế đó, Chính phủ và các bộ, ngành đã triển khai nhiều biện pháp kích cầu như giảm thuế giá trị gia tăng, tổ chức chương trình khuyến mại, liên kết du lịch với tiêu thụ hàng hóa đặc sản địa phương. Tuy nhiên, còn không ít rào cản như tình trạng hàng giả, gian lận thương mại trên môi trường số hay tâm lý e dè trước chất lượng sản phẩm.

Thủ tướng Phạm Minh Chính nhiều lần nhấn mạnh yêu cầu “bảo đảm ổn định kinh tế vĩ mô, kích cầu tiêu dùng”. Bộ Tài chính đề xuất mở rộng các chương trình “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, tổ chức lễ hội mua sắm quy mô lớn như Hội chợ mùa Thu, Hội chợ Tết, đồng thời phát triển thêm sản phẩm văn hóa - giải trí để tạo động lực tiêu dùng mới.

Tuy vậy, như Bộ trưởng Nguyễn Văn Thắng thừa nhận: “Tiêu dùng trong nước tuy tăng trưởng tích cực, nhưng chưa có đột phá”. Nếu không có giải pháp đủ mạnh để khơi thông sức mua, “cỗ xe tam mã” tăng trưởng năm 2025 sẽ khó đạt tốc độ như kỳ vọng.

Nam Sơn (t/h)