

Thị trường, tiêu dùng nội địa luôn luôn là bệ đỡ cho các doanh nghiệp trong mọi tình huống

07:16 04/10/2023

Chuyên gia kinh tế, PGS.TS Trần Đình Thiên nhấn mạnh, cơ chế phải tạo ra đột phá, cú huých mạnh cho doanh nghiệp từ chương trình kích cầu tiêu dùng nội địa, thị trường nội địa.

Từ đầu năm đến nay, hàng loạt chương trình khuyến mại, liên kết vùng, xúc tiến thương mại... được triển khai đồng bộ, góp phần kích cầu tiêu dùng, tăng tổng mức bán lẻ hàng hóa, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế cho thị trường trong nước. Tại hầu hết các siêu thị lớn, nhiều chương trình khuyến mại liên tục được triển khai.



Thị trường, tiêu dùng nội địa luôn luôn là bệ đỡ cho các doanh nghiệp trong mọi tình huống. Ảnh internet.

Bà Nguyễn Thị Hương, Tổng cục trưởng Tổng cục Thống kê nhận định, tiêu dùng của người dân vẫn được duy trì, nguồn cung lương thực, thực phẩm dồi dào, các chương trình khuyến mại, kích cầu hỗ trợ cho hoạt động tiêu thụ sản phẩm đã được xúc tiến và đẩy mạnh ở tất cả các ngành, các địa phương...9 tháng năm 2023, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 9,7% so

với cùng kỳ năm trước.

Nhiều địa phương đã tổ chức thành công nhiều chương trình, hội chợ, tuần hàng Việt giới thiệu, xúc tiến thương mại, điểm bán sản phẩm OCOP, đưa hàng Việt đến với người tiêu dùng... Các chương trình trở thành điểm nhấn trong thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn thành phố. Các chương trình như: “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; Hội chợ sản phẩm nông sản thực phẩm; Hội chợ kết nối cung cầu và Hội chợ sản phẩm đặc sản vùng miền để đưa những DN Việt, đưa những sản phẩm hàng hóa đến tay người tiêu dùng.

PGS.TS Trần Đình Thiên, chuyên gia kinh tế phân tích, việc đẩy mạnh các hoạt động kích cầu tiêu dùng nội địa, mở rộng thị trường trong nước được xác định là đòn bẩy kinh tế hữu hiệu, giúp thúc đẩy sản xuất, kinh doanh, tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp khôi phục tăng trưởng kinh tế. Trong đó, cùng với các chương trình khuyến mại, xúc tiến thương mại, việc đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” sẽ là hành động thiết thực cho doanh nghiệp Việt. Với 100 triệu dân, quy mô thị trường nội địa rất đáng kể và đây là thị trường chiến lược.



Thị trường, tiêu dùng nội địa luôn luôn là bệ đỡ cho các doanh nghiệp trong mọi tình huống. Ảnh internet.

Bà Lê Việt Nga, Phó Vụ trưởng Vụ thị trường trong nước, Bộ Công Thương thông tin, thời gian qua, thị trường nội địa tiếp tục trở thành bệ đỡ cho sản xuất, cung

ứng hàng hóa thiết yếu cho người dân và được người dân đón nhận. Đáng chú ý, thị trường trong nước đã tổ chức được những mạng lưới để cung ứng hàng hóa như chỉ đạo của Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ. Từ nay đến cuối năm, Bộ Công Thương sẽ đề đẩy mạnh chương trình kích cầu gắn với bình ổn thị trường phục vụ cho Tết Nguyên đán 2024.

“Thị trường nội địa luôn luôn là bệ đỡ cho các doanh nghiệp Việt Nam trong mọi tình huống. Chúng tôi cũng nhận thấy rằng, thị trường trong nước cần phải được đẩy mạnh hơn nữa bằng những chương trình kích cầu một cách hiệu quả, thiết thực để đẩy mạnh được tiêu thụ hàng hóa phù hợp với nhu cầu của người dân”, bà Nga nói.

Theo các chuyên gia, bên cạnh việc tiếp tục thực hiện các giải pháp ổn định sản xuất, bảo đảm cân đối cung cầu các hàng hóa cơ bản, thiết yếu. Các địa phương cũng cần theo dõi chặt chẽ giá cả hàng hóa trên địa bàn, tập trung cho các chương trình kích cầu tiêu dùng. Khai thác tốt thị trường trong nước là một trong những giải pháp quan trọng giúp doanh nghiệp phục hồi sản xuất, kinh doanh, góp phần triển khai có hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

Hải Đăng (t/h)