

Tìm cơ hội về đầu ra cho hàng hóa tại thị trường trong nước

15:17 02/10/2020

Trong khuôn khổ Đề án Phát triển thị trường trong nước, gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2014-2020 của Bộ Công Thương, sáng 2/10/2020, tại Hà Nội, Hiệp hội Các nhà bán lẻ Việt Nam đã tổ chức hội nghị “Kết nối cung cầu hàng Việt Nam tại thị trường trong nước”.

Trên thực tế, dịch bệnh COVID-19 trên thế giới còn phức tạp thì việc tiêu thụ, xuất khẩu hàng hóa, đặc biệt là hàng nông sản xuất khẩu còn gặp nhiều khó khăn. Bà Vũ Thị Hậu, Chủ tịch Hiệp hội Các nhà bán lẻ Việt Nam cho biết, Hiệp hội mong muốn kết nối các doanh nghiệp sản xuất hàng Việt để đẩy mạnh tiêu thụ thị trường nội địa nhằm hỗ trợ sản xuất cũng như để hàng hóa đến người tiêu dùng gần nhất và chất lượng tốt nhất.

Tại hội nghị, các nhà sản xuất, đặc biệt là các nhà phân phối lớn sẽ có cơ hội tham quan hàng hóa, kiểm tra nguồn gốc xuất xứ và chất lượng sản phẩm để từ đó có những hợp đồng liên kết, đưa những sản phẩm chưa được tham gia vào thị trường hiện đại có cơ hội tham gia và cung cấp đến người tiêu dùng.



Hội nghị “Kết nối cung cầu hàng Việt Nam tại thị trường trong nước”

Hiện nay, nông dân đã chú trọng nhiều hơn để sản xuất an toàn, áp dụng các công nghệ, quy trình kỹ thuật mới để sản xuất, tuy nhiên họ vẫn rất khó tiêu thụ khi bị tư thương ép giá, nguồn thu không đủ bù chi. Các buổi kết nối, xúc tiến thương mại sẽ là cơ hội cho các hợp tác xã chưa tham gia thị trường, tại đây các nhà bán lẻ và nhà sản xuất gặp gỡ trực tiếp để có được những sản phẩm có chất lượng tốt nhất với nguồn gốc rõ ràng.

Việc cắt bớt các khâu trung gian sẽ giúp giá bán của sản phẩm từ các nhà bán lẻ sẽ đến người tiêu dùng hạ thêm và người tiêu dùng sẽ được hưởng lợi. Ngoài ra, người tiêu dùng cũng có những sản phẩm đa dạng hơn, có nhiều sự lựa chọn với các sản phẩm tốt.

Bà Vũ Thị Hậu cho rằng, các nhà sản xuất cần có mục tiêu của mình, đó là mục tiêu sản xuất gắn liền với kinh doanh. Các nhà sản xuất cũng cần có bộ phận kinh doanh riêng của mình vì các nhà bán lẻ cũng không thể đảm nhận, bao quát hết được để đưa ra các sản phẩm phù hợp với nhu cầu người tiêu dùng. Hay những hộ kinh doanh cũng không thể liên kết trực tiếp với các nhà bán lẻ, do đó họ phải tạo mối liên kết giữa các hộ, hay tham gia vào các hợp tác xã để đưa sản phẩm ra thị trường.

Về việc các nhà sản xuất còn gặp nhiều khó khăn khi tiếp cận với các nhà phân phối, bán lẻ, bà Vũ Thị Hậu cho rằng, các nhà bán lẻ muốn sản phẩm phải đạt chất lượng để giữ gìn uy tín, thương hiệu, đồng thời phải dạng hóa các sản phẩm để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng. Do đó 2 bên phải tôn trọng và thực hiện đúng cam kết các hợp đồng.

Theo bà Lê Việt Nga, Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường trong nước, Bộ Công Thương, đại dịch COVID-19 ảnh hưởng nghiêm trọng đến các lĩnh vực kinh tế và xã hội, gây gián đoạn trong chuỗi cung ứng hàng hóa ngay cả thị trường trong nước. Tuy nhiên, thời gian qua, hàng hóa thiết yếu cho người dân trong nước vẫn được phục vụ thông suốt và được đảm bảo, đóng góp lớn vào tăng trưởng lớn của ngành bán lẻ Việt Nam với tăng trưởng dương. Trong 9 tháng năm 2020, hàng hóa bán lẻ vẫn có mức tăng trưởng 5%.

Với sự tham gia của nhiều doanh nghiệp bán lẻ, sản xuất kinh doanh trong nước, bà Lê Việt Nga kỳ vọng thời gian tới sẽ thúc đẩy kích cầu tiêu dùng nội địa, thúc đẩy tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ tăng trưởng, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Hiệp hội Các nhà bán lẻ Việt Nam cần tiếp tục hướng dẫn các doanh nghiệp, nông dân tham gia vào các chuỗi phân phối hàng Việt Nam tại thị trường trong nước và xuất khẩu.

Trúc Mai