CỤC THỐNG KÊ
THỐNG KÊ TỈNH ĐẮK LẮK

BÁO CÁO PHÂN TÍCH
TỔNG MỨC BÁN LẺ HÀNG HÓA VÀ DOANH THU DỊCH VỤ TIÊU DÙNG TỈNH ĐẮK LẮK GIAI ĐOẠN 2015-2025



Tháng 8-2026

CỤC THỐNG KÊ
THỐNG KÊ TỈNH ĐẮK LẮK

Số: 946/BC-TKT

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập-Tự do-Hạnh phúc

Đắk Lắk, ngày 25 tháng 8 năm 2026

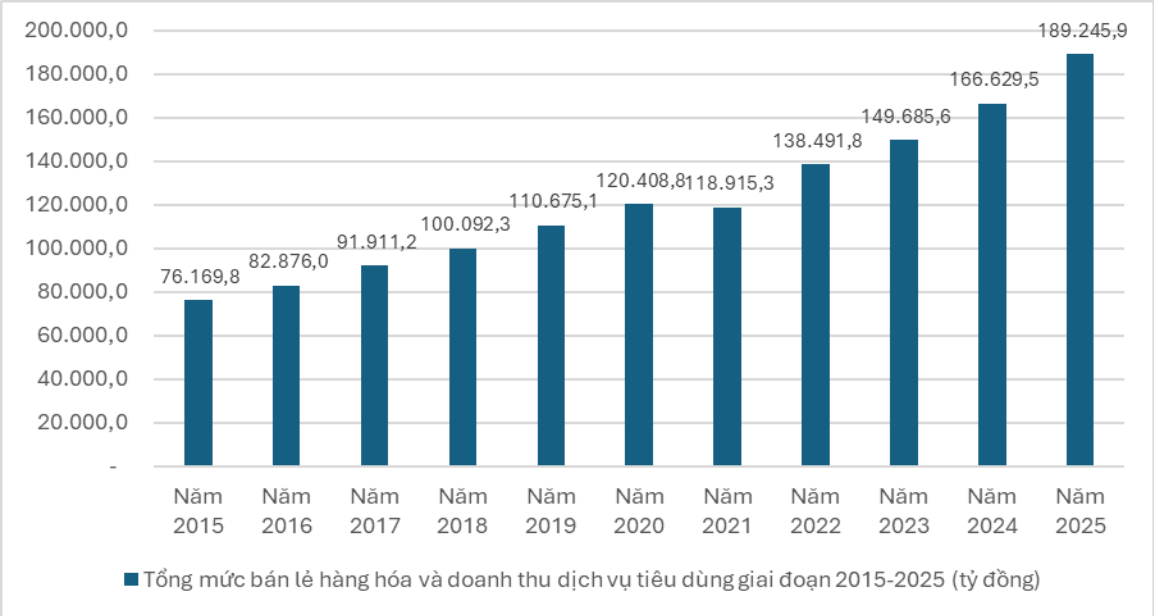
BÁO CÁO
Phân tích tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của tỉnh Đắk Lắk[1] giai đoạn 2015-2025

I. Tổng quan về tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giai đoạn 2015-2025

Trong giai đoạn 2015-2025, các ngành thương mại và dịch vụ của tỉnh đã đạt được nhiều thành tựu đáng ghi nhận với mức tăng trưởng khá cao bình quân đạt 9,52%/năm. Trong đó, năm 2022 có mức tăng trưởng cao nhất 16,46%; thấp nhất là năm 2021 khi tăng trưởng âm 1,24%.

Năm 2025, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 189.245,9 tỷ đồng gấp 2,48 lần so với năm 2015. Trong đó, doanh thu bán lẻ hàng hóa đạt 157.933,0 tỷ đồng, chiếm 83,45%, tăng 1,15 điểm phần trăm so với năm 2015; doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống đạt 20.379,2 tỷ đồng, chiếm 10,77%, tăng 1,69 điểm phần trăm; doanh thu ngành du lịch đạt 146,4 tỷ đồng, chiếm 0,08%, tăng 0,03 điểm phần trăm và doanh thu dịch vụ khác đạt 10.787,2 tỷ đồng, chiếm 5,7%, giảm 2,87 điểm phần trăm so với năm 2015.

Hình 1. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giai đoạn 2015-2025 (tỷ đồng)



[1] Số liệu giai đoạn 2015–2025 được tổng hợp theo phạm vi địa giới hành chính tỉnh Đắk Lắk sau sắp xếp.

Để làm rõ sự thay đổi về cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trong giai đoạn 2015-2025, báo cáo phân tích theo ba giai đoạn: 2015-2019 (trước đại dịch COVID-19); 2020-2021 (chịu tác động của đại dịch COVID-19) và 2022-2025 (giai đoạn phục hồi và phát triển sau đại dịch).

II. Phân tích cấu trúc tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giai đoạn 2015-2025

1. Doanh thu bán lẻ hàng hóa

Trong giai đoạn 2015-2019, doanh thu bán lẻ hàng hóa tăng trưởng nhanh và ổn định, năm 2019 đạt 90.208,7 tỷ đồng, tăng 43,91% so với năm 2015, bình quân mỗi năm tăng 9,53%/năm. Trong đó, năm 2019 có tốc độ tăng trưởng cao nhất, đạt 10,90%; duy nhất năm 2016 tăng trưởng thấp nhất đạt 8,60%.

Giai đoạn 2020-2021, dưới tác động trực tiếp của đại dịch COVID-19, thị trường tiêu dùng chứng kiến những biến động phức tạp nhưng cũng thể hiện rõ vai trò trụ cột của ngành bán lẻ hàng hóa. Bước sang năm 2020, dù hoạt động kinh tế của tỉnh bắt đầu chịu ảnh hưởng bởi các đợt dịch bùng phát cục bộ và đợt giãn cách xã hội ngắn trong tháng 4, doanh thu bán lẻ hàng hóa năm 2020 vẫn duy trì đà tăng trưởng ấn tượng 11,35% so với năm 2019, đạt 100.450,0 tỷ đồng. Nhờ sự tăng trưởng vững chắc từ nhu cầu tiêu dùng các mặt hàng thiết yếu, lương thực, thực phẩm và vật tư y tế, ngành bán lẻ hàng hóa đã đóng vai trò bệ đỡ chính giúp tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2020 giữ được sắc xanh với mức tăng 8,79%, đạt 120.408,8 tỷ đồng.

Tuy nhiên, bước sang năm 2021, đợt bùng phát dịch lần thứ tư với biến thể Delta cùng các biện pháp phong tỏa nghiêm ngặt kéo dài trong Quý III đã làm gián đoạn nghiêm trọng chuỗi cung ứng và ngưng trệ hoạt động thương mại trực tiếp. Tốc độ tăng trưởng của ngành bán lẻ hàng hóa đạt mức thấp nhất 5,23%, doanh thu đạt 105.706,0 tỷ đồng, tương ứng tăng thêm 5.256,0 tỷ đồng so với năm 2020. Mặc dù đà tăng bị chững lại, việc ngành bán lẻ hàng hóa vẫn duy trì được mức tăng trưởng dương là điểm sáng lớn trong bối cảnh các ngành dịch vụ lưu trú, ăn uống và du lịch lữ hành đóng băng hoàn toàn. Sự đóng cửa của khối dịch vụ tiêu dùng đã kéo tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2021 rơi vào tăng trưởng -1,24% so với năm 2020, giảm 1.493,5 tỷ đồng xuống còn 118.915,3 tỷ đồng, đây là năm duy nhất bị sụt giảm trong toàn bộ giai đoạn 2015-2025.

Nhìn tổng thể, bức tranh kinh tế hai năm đại dịch trên địa bàn tỉnh cho thấy khả năng chống chịu vượt trội của ngành bán lẻ hàng hóa. Việc chuyển đổi linh hoạt sang kênh bán lẻ hiện đại, hệ thống siêu thị và thương mại điện tử đã giúp ngành này đảm bảo an sinh xã hội, đóng vai trò "trụ cột" nâng đỡ nền kinh tế tỉnh trước khi bước vào đà bật tăng phục hồi mạnh mẽ từ năm 2022.

Giai đoạn 2022-2025 đánh dấu quá trình bứt phá và mở rộng quy mô ấn tượng của thị trường tiêu dùng sau khi các rào cản đại dịch được gỡ bỏ hoàn toàn, đưa toàn bộ chuỗi số liệu bước vào chu kỳ tăng trưởng cao.

Năm 2022 ghi nhận đà phục hồi bùng nổ nhờ nhu cầu mua sắm và sử dụng dịch vụ bị dồn nén trong giai đoạn dịch bùng phát. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và

doanh thu dịch vụ tiêu dùng bật tăng kỷ lục 16,46% so với năm 2021, đạt 138.491,8 tỷ đồng, đây là tốc độ tăng theo năm cao nhất trong giai đoạn 2015-2025. Cùng với đó, ngành bán lẻ hàng hóa đạt 117.319,0 tỷ đồng, tăng 10,99%, phản ánh sự hoạt động trở lại nhộn nhịp của hệ thống phân phối trực tiếp song hành cùng sự mở cửa của dịch vụ ăn uống và lữ hành.

Bảng 1. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giai đoạn 2015-2025

	Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng	Chia ra			
		Bán lẻ hàng hóa	Dịch vụ lưu trú, ăn uống	Du lịch lữ hành	Dịch vụ khác
		ĐVT: Tỷ đồng			
2015	76.169,8	62.684,5	6.919,6	35,0	6.530,7
2016	82.876,0	67.923,1	7.863,7	50,1	7.039,1
2017	91.911,2	74.901,3	8.927,1	58,3	8.024,5
2018	100.092,3	81.339,9	9.895,4	64,6	8.792,4
2019	110.675,1	90.208,7	11.156,7	68,3	9.241,4
2020	120.408,8	100.450,0	9.996,3	41,9	9.920,6
2021	118.915,3	105.706,0	8.252,9	23,0	4.933,4
2022	138.491,8	117.319,0	13.852,4	60,4	7.260,0
2023	149.685,6	125.822,0	15.810,8	71,1	7.981,7
2024	166.629,5	139.572,0	17.556,4	115,5	9.385,6
Sơ bộ 2025	189.245,9	157.933,0	20.379,2	146,4	10.787,2
		Cơ cấu (%)			
2015	100,00	82,30	9,08	0,05	8,57
2016	100,00	81,96	9,49	0,06	8,49
2017	100,00	81,49	9,71	0,06	8,73
2018	100,00	81,26	9,89	0,06	8,78
2019	100,00	81,51	10,08	0,06	8,35
2020	100,00	83,42	8,30	0,03	8,24
2021	100,00	88,89	6,94	0,02	4,15
2022	100,00	84,71	10,00	0,04	5,24
2023	100,00	84,06	10,56	0,05	5,33
2024	100,00	83,76	10,54	0,07	5,63
2025	100,00	83,45	10,77	0,08	5,70

Bước sang năm 2023, tốc độ tăng trưởng của tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng có phần chững lại dưới áp lực lạm phát, chi phí nguyên vật liệu đầu vào và đà suy giảm thương mại chung của thế giới khi chỉ tăng 8,08% (đạt 149.685,6 tỷ đồng), trong đó ngành bán lẻ hàng hóa tăng 7,25% (đạt

125.822 tỷ đồng). Tuy nhiên, sức mua trong nội địa tỉnh đã nhanh chóng lấy lại đà tăng trưởng hai chữ số vào năm 2024 nhờ các chính sách giảm thuế, hạ lãi suất và kích cầu tiêu dùng của Chính phủ và UBND tỉnh, nhiều chương trình khuyến mại, kích cầu tiêu dùng được triển khai. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2024 đạt 166.629,5 tỷ đồng (tăng 11,32%), trong đó bán lẻ hàng hóa đạt 139.572,0 tỷ đồng (tăng 10,93%).

Đến năm 2025, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt mức cao nhất trong giai đoạn về cả quy mô lẫn tốc độ khi đạt 189.245,9 tỷ đồng (tăng 13,57%), trong khi ngành bán lẻ hàng hóa bứt phá mạnh mẽ đạt 157.933,0 tỷ đồng (tăng 13,16%), đây là mức tăng kỷ lục của ngành bán lẻ trong giai đoạn hậu COVID-19.

Trong giai đoạn 2022-2025, sự bứt phá của ngành bán lẻ hàng hóa (tăng bình quân 10,55%/năm) không chỉ đến từ sự phục hồi sức mua thuần túy, mà còn ghi nhận sự chuyển dịch sâu sắc trong cấu trúc kênh phân phối. Xu hướng tiêu dùng dịch chuyển mạnh từ chợ truyền thống sang hệ thống bán lẻ hiện đại (siêu thị, trung tâm thương mại, chuỗi cửa hàng tiện lợi) và các sàn thương mại điện tử nội địa cũng như xuyên biên giới. Việc ứng dụng phương thức thanh toán không dùng tiền mặt (QR Code, ví điện tử) bùng nổ cùng sự phủ sóng của hạ tầng logistics đã giúp mở rộng bán kính phục vụ của thị trường, giảm chi phí trung gian và kích thích tần suất mua sắm của người dân, đặc biệt là tại khu vực nông thôn, vùng sâu vùng xa.

Tính chung giai đoạn 2022-2025, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 10,97%/năm; riêng doanh thu bán lẻ hàng hóa tăng bình quân 10,55%/năm. Kết quả này khẳng định thị trường nội địa giai đoạn 2022-2025 không chỉ phục hồi hoàn toàn về quy mô mà còn tiếp tục giữ vai trò quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế chung của tỉnh.

2. Dịch vụ lưu trú, ăn uống

Doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống trên địa bàn tỉnh có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong giai đoạn 2015-2019. Tính đến hết năm 2019, doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống đạt khoảng 11.156,7 tỷ đồng, tăng 61,23% so với năm 2015. Tốc độ tăng trưởng doanh thu dịch vụ lưu trú ăn uống giai đoạn 2015-2019 đạt 12,68%/năm. Đây là giai đoạn ngành du lịch, nhà hàng, khách sạn phát triển mạnh nhờ thu nhập người dân cải thiện, xu hướng đi du lịch và tiêu dùng ẩm thực ngoài gia đình tăng cao. Mức tăng trưởng hằng năm luôn duy trì hai chữ số (dao động từ 10,85% đến 13,64%).

Giai đoạn 2020-2021, dưới tác động trực tiếp và nghiêm trọng của đại dịch COVID-19, ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống là lĩnh vực chịu tổn thất nặng nề nhất trong toàn bộ cơ cấu tiêu dùng. Khác với ngành bán lẻ hàng hóa vẫn duy trì được đà tăng trưởng nhờ nhu cầu thiết yếu, ngành dịch vụ lưu trú, ăn uống phải đối mặt với tình trạng doanh thu sụt giảm liên tiếp trong hai năm. Ngay trong năm 2020, khi các đợt dịch đầu tiên bùng phát cùng biện pháp giãn cách xã hội được áp dụng, doanh thu của ngành đã giảm 10,40% so với năm 2019, xuống còn 9.996,3 tỷ đồng (mất đi 1.160,4 tỷ đồng). Sang năm 2021, làn sóng dịch bệnh thứ tư với biến thể

Delta kéo theo các đợt phong tỏa diện rộng, đóng cửa các nhà hàng, cơ sở lưu trú và ngưng trệ hoàn toàn hoạt động du lịch lữ hành đã đẩy ngành này rơi vào khủng hoảng sâu sắc hơn. Doanh thu tiếp tục giảm mạnh 17,44% so với năm 2020, xuống mức thấp nhất trong giai đoạn ở mức 8.252,9 tỷ đồng (giảm thêm 1.743,4 tỷ đồng). So với thời điểm đỉnh cao trước dịch vào năm 2019 (11.156,7 tỷ đồng), ngành dịch vụ lưu trú, ăn uống đã giảm tổng cộng 2.903,8 tỷ đồng, tương ứng mức suy giảm 26,03%. Sự đóng băng hoạt động gần như hoàn toàn trong nhiều tháng liền của ngành này chính là nguyên nhân then chốt kéo tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2021 rơi vào mức tăng trưởng âm.

Giai đoạn 2022-2025 ghi nhận sự phục hồi mạnh và vươn tới quy mô kỷ lục của ngành dịch vụ lưu trú, ăn uống sau khi các rào cản đại dịch được gỡ bỏ. Ngay trong năm 2022, doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống bật tăng 67,85% so với năm 2021, đạt 13.852,4 tỷ đồng, tăng thêm 5.599,5 tỷ đồng so với năm trước và chính thức vượt quy mô trước dịch của năm 2019. Đà tăng trưởng tiếp tục được duy trì ổn định và ở mức cao trong giai đoạn 2023-2025 nhờ các chính sách mở cửa hoàn toàn của Chính phủ cũng như các chính sách tăng cường kích cầu du lịch nội địa và quốc tế của UBND tỉnh. Năm 2023, doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống đạt 15.810,8 tỷ đồng (tăng 14,14%), tiếp tục tăng thêm 11,04% vào năm 2024 để đạt 17.556,4 tỷ đồng. Đến năm 2025, doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống của tỉnh bứt phá tăng 16,08%, chính thức cán mốc 20.379,2 tỷ đồng (tăng 2.822,8 tỷ đồng so với năm 2024).

Tính chung cả giai đoạn 2022-2025, doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống đạt tốc độ tăng trưởng bình quân ấn tượng 13,7%/năm. Kết quả này không chỉ khẳng định sự phục hồi toàn diện mà còn đưa quy mô ngành năm 2025 lên gấp gần 2,95 lần so với năm 2015 (6.919,6 tỷ đồng), trở thành động lực tăng trưởng hàng đầu trong khối dịch vụ tiêu dùng.

3. Dịch vụ du lịch, lữ hành

Trong giai đoạn 2015-2019, ngành du lịch lữ hành của tỉnh đã đạt được nhiều thành tựu nổi bật và là một trong những ngành dịch vụ có triển vọng phát triển tốt. Tỉnh Đắk Lắk ngày càng trở thành điểm đến hấp dẫn, thu hút mạnh dòng khách du lịch nội địa. Nhiều doanh nghiệp lữ hành của tỉnh đã xây dựng được thương hiệu lữ hành, có khả năng cạnh tranh và vươn ra thị trường ngoại tỉnh.

Doanh thu của ngành này trong giai đoạn 2015-2019 tăng bình quân 18,19%/năm, trong đó năm 2019 đạt 68,3 tỷ đồng, gấp 1,95 lần năm 2015. Đây là ngành có tốc độ biến động theo năm mạnh nhất trong các ngành cấu thành tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng, mặc dù quy mô tuyệt đối và tỷ trọng trong tổng mức còn nhỏ.

Sang giai đoạn 2020-2021, do chịu ảnh hưởng nặng nề từ các biện pháp phong tỏa và cấm bay, doanh thu giảm mạnh liên tiếp xuống 41,9 tỷ đồng năm 2020 và giảm xuống mức thấp nhất trong giai đoạn còn 23,0 tỷ đồng năm 2021, giảm tới 66,33% quy mô so với đỉnh 2019.

Tuy nhiên, việc mở cửa du lịch từ năm 2022 đã tạo cú hích cho ngành phục hồi với tốc độ cao: năm 2022 tăng bùng nổ 162,03% (đạt 60,4 tỷ) và chính thức

vượt đỉnh trước dịch vào năm 2023 (71,1 tỷ) và bứt phá mạnh mẽ lên 146,4 tỷ đồng vào năm 2025. Tính chung giai đoạn 2022-2025, doanh thu du lịch lữ hành đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 34,3%/năm. Tốc độ tăng cao phản ánh quá trình phục hồi từ mức nền rất thấp của năm 2022. Đến năm 2025, quy mô doanh thu đạt 146,4 tỷ đồng, gấp hơn 4,1 lần so với năm 2015.

4. Doanh thu dịch vụ khác

Doanh thu các ngành dịch vụ cũng có sự tăng trưởng khá trong giai đoạn 2015-2019 với mức bình quân 9,07%/năm. Doanh thu các ngành dịch vụ năm 2019 đạt 9.241,4 tỷ đồng, gấp 1,41 lần năm 2015. Trong đó, năm 2017 đạt tốc độ tăng trưởng cao nhất, tăng 14,0% so với năm 2016; năm 2019 có tốc độ tăng trưởng thấp nhất, chỉ tăng 5,11% so với năm 2018.

Bước sang giai đoạn 2020-2021, mặc dù năm 2020 vẫn duy trì tăng trưởng, đạt 9.920,6 tỷ đồng, tăng 7,35% so với năm 2019, nhưng đến năm 2021, do ảnh hưởng của các đợt giãn cách kéo dài, doanh thu dịch vụ khác giảm mạnh 50,27%, xuống còn 4.933,4 tỷ đồng, mức thấp nhất trong giai đoạn 2015-2025

Từ năm 2022, nhờ các chính sách mở cửa và phục hồi kinh tế, ngành dịch vụ khác đã phục hồi mạnh 47,16% (đạt 7.260,0 tỷ), tiếp tục đà bứt phá mạnh mẽ trong các năm tiếp theo để chính thức vượt đỉnh trước dịch vào năm 2024 (9.385,6 tỷ) và đạt 10.787,2 tỷ đồng vào năm 2025 (tăng 14,93%).

Tính chung cả giai đoạn, quy mô ngành năm 2025 đã gấp 1,65 lần so với năm 2015.

5. Chuyển dịch cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng

Trong toàn bộ giai đoạn 2015-2025, cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng có sự thay đổi nhất định. Bán lẻ hàng hóa tiếp tục chiếm tỷ trọng chủ đạo, từ 82,30% năm 2015 tăng lên 83,45% năm 2025, tăng 1,15 điểm phần trăm. Dịch vụ lưu trú, ăn uống tăng từ 9,08% lên 10,77%, tăng 1,69 điểm phần trăm. Du lịch lữ hành tăng nhẹ từ 0,05% lên 0,08%, trong khi dịch vụ khác giảm từ 8,57% xuống còn 5,70%, giảm 2,87 điểm phần trăm.

Diễn biến cơ cấu qua các giai đoạn cho thấy tác động rõ rệt của đại dịch COVID-19. Năm 2021, tỷ trọng bán lẻ hàng hóa tăng lên 88,89%, trong khi tỷ trọng lưu trú, ăn uống giảm còn 6,94% và dịch vụ khác giảm còn 4,15%. Sau khi nền kinh tế mở cửa trở lại, cơ cấu dần điều chỉnh theo hướng tăng tỷ trọng của các hoạt động dịch vụ, đặc biệt là lưu trú và ăn uống.

Đến năm 2025, cơ cấu thị trường đã phục hồi theo hướng cân bằng hơn so với năm 2021, tuy nhiên bán lẻ hàng hóa vẫn tiếp tục giữ vai trò chủ đạo.

III. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ TỔNG MỨC BÁN LẺ HÀNG HÓA VÀ DOANH THU DỊCH VỤ TIÊU DÙNG GIAI ĐOẠN 2015-2025

1. Những kết quả nổi bật

Có thể khẳng định rằng trong giai đoạn 2015-2025, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng là một trong những yếu tố quan trọng hỗ trợ

quá trình phát triển kinh tế-xã hội của tỉnh. Quy mô thị trường tăng mạnh, hoạt động bán lẻ hàng hóa tiếp tục giữ vai trò chủ đạo, trong khi các ngành dịch vụ như lưu trú, ăn uống và du lịch từng bước phục hồi, mở rộng và trở thành những động lực mới của khu vực dịch vụ.

2. Một số hạn chế và thách thức

Thứ nhất, cơ cấu thị trường tiêu dùng vẫn phụ thuộc lớn vào bán lẻ hàng hóa. Mặc dù các ngành dịch vụ, đặc biệt là lưu trú, ăn uống và du lịch, đã có tốc độ phục hồi và tăng trưởng cao trong những năm gần đây, quy mô của một số loại hình dịch vụ có giá trị gia tăng cao vẫn còn hạn chế. Điều này cho thấy dư địa để chuyển dịch cơ cấu thị trường tiêu dùng theo hướng tăng tỷ trọng dịch vụ vẫn còn lớn.

Thứ hai, thị trường tiêu dùng còn nhạy cảm trước các cú sốc kinh tế-xã hội. Diễn biến trong giai đoạn 2020-2021 cho thấy các hoạt động dịch vụ trực tiếp như du lịch, lưu trú, ăn uống và vui chơi giải trí dễ bị ảnh hưởng khi xảy ra dịch bệnh, thiên tai hoặc các biến động bất thường. Khả năng chống chịu và thích ứng của doanh nghiệp, hộ kinh doanh cần tiếp tục được nâng cao.

Thứ ba, tốc độ tăng doanh thu chưa phản ánh đầy đủ mức tăng thực của thị trường tiêu dùng. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng được phản ánh theo giá hiện hành nên chịu tác động của biến động giá cả, bên cạnh sự thay đổi về khối lượng và cơ cấu tiêu dùng. Vì vậy, để đánh giá đầy đủ hơn xu hướng và chất lượng tăng trưởng của thị trường, cần kết hợp phân tích với các chỉ tiêu về giá, thu nhập dân cư, việc làm và sức mua thực tế.

Thứ tư, quá trình hiện đại hóa phương thức phân phối và tiêu dùng đặt ra những yêu cầu mới đối với khu vực thương mại, dịch vụ. Sự phát triển của thương mại điện tử, thanh toán không dùng tiền mặt và các phương thức kinh doanh trên nền tảng số đang làm thay đổi cách thức phân phối và tiêu dùng. Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ kinh doanh cần tiếp tục nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ, đổi mới phương thức kinh doanh và tăng khả năng kết nối với các kênh phân phối hiện đại để thích ứng với xu hướng phát triển của thị trường.

IV. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN TỔNG MỨC BÁN LẺ HÀNG HÓA VÀ DOANH THU DỊCH VỤ TIÊU DÙNG GIAI ĐOẠN 2026-2030

1. Cơ cấu lại và hiện đại hóa hạ tầng thương mại

Tiếp tục phát triển hệ thống hạ tầng thương mại theo hướng hiện đại, đồng bộ và phù hợp với quá trình đô thị hóa, gia tăng dân số và mở rộng nhu cầu tiêu dùng.

Phát triển các trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tiện lợi và các mô hình phân phối hiện đại; đồng thời từng bước nâng cấp hệ thống chợ truyền thống theo hướng văn minh, an toàn, bảo đảm vệ sinh môi trường và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người dân.

Tăng cường kết nối giữa vùng sản xuất với hệ thống phân phối và thị trường tiêu dùng, nhất là đối với sản phẩm nông nghiệp, sản phẩm công nghiệp và sản

phẩm OCOP. Qua đó, giảm chi phí lưu thông, nâng cao hiệu quả phân phối và mở rộng khả năng tiếp cận thị trường của doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ sản xuất.

2. Thúc đẩy chuyển đổi số trong thương mại và dịch vụ

Đẩy mạnh phát triển thương mại điện tử, thanh toán không dùng tiền mặt và các nền tảng số trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và cung ứng dịch vụ.

Khuyến khích doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh ứng dụng công nghệ số trong quản trị, bán hàng, marketing, chăm sóc khách hàng và quản lý chuỗi cung ứng. Hỗ trợ các cơ sở kinh doanh truyền thống từng bước tham gia các nền tảng thương mại điện tử và mở rộng kênh bán hàng trực tuyến.

Đồng thời, phát triển hạ tầng logistics, kho bãi và hệ thống giao nhận hiện đại, nâng cao khả năng kết nối giữa sản xuất, lưu thông và tiêu dùng, đáp ứng yêu cầu phát triển của thương mại điện tử và thị trường hiện đại.

3. Bứt phá phát triển dịch vụ, du lịch và các hoạt động kinh tế ban đêm

Tập trung phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng, nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng cường liên kết giữa du lịch với lưu trú, ăn uống, thương mại, văn hóa và giải trí.

Khuyến khích phát triển các chuỗi dịch vụ có chất lượng và giá trị gia tăng cao, góp phần nâng mức chi tiêu bình quân của du khách và người dân. Chú trọng phát triển các sản phẩm, dịch vụ phù hợp với từng phân khúc khách hàng và nhu cầu tiêu dùng mới.

Nghiên cứu, quy hoạch và triển khai phù hợp các khu phố thương mại, tuyến phố đi bộ, chợ đêm và mô hình kinh tế ban đêm tại những khu vực có điều kiện, qua đó mở rộng không gian và thời gian tiêu dùng, đồng thời tạo thêm sản phẩm du lịch và dịch vụ đặc trưng.

4. Kích cầu tiêu dùng nội địa và tăng cường kết nối cung-cầu

Tiếp tục triển khai hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng và kết nối cung-cầu hàng hóa.

Đẩy mạnh các chương trình đưa hàng Việt về khu vực nông thôn, miền núi và các địa bàn có tiềm năng tiêu dùng; tổ chức các tuần lễ kích cầu, hội chợ, triển lãm, chương trình kết nối nông sản và sản phẩm OCOP của địa phương với hệ thống phân phối lớn.

Tăng cường theo dõi diễn biến thị trường, cung cầu và giá cả các mặt hàng thiết yếu; chủ động các giải pháp bảo đảm nguồn cung, góp phần ổn định thị trường và bảo vệ sức mua thực tế của người dân.

5. Nâng cao chất lượng công tác thống kê và dự báo kinh tế

Đẩy mạnh chuyển đổi số trong thu thập, tổng hợp và phân tích số liệu về hoạt động bán lẻ và dịch vụ. Từng bước nghiên cứu khai thác các nguồn dữ liệu hành chính và dữ liệu số phù hợp, trong đó có dữ liệu hóa đơn điện tử và thông tin từ các cơ quan quản lý nhà nước, nhằm nâng cao tính kịp thời, đầy đủ và chính xác của thông tin thống kê.

Xây dựng hệ thống chỉ báo theo dõi nhanh về sức mua, doanh số bán lẻ, diễn biến giá cả, hoạt động dịch vụ và xu hướng tiêu dùng, phục vụ công tác phân tích, dự báo và tham mưu cho cơ quan quản lý trong chỉ đạo, điều hành kinh tế.

V. Khuyến nghị chính sách điều hành

Từ kết quả phân tích tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giai đoạn 2015-2025, để tiếp tục phát huy vai trò của thị trường nội địa đối với tăng trưởng kinh tế của tỉnh trong giai đoạn 2026-2030, cần quan tâm một số định hướng chính sách trọng tâm sau:

Một là, từng bước chuyển dịch cơ cấu thị trường tiêu dùng theo hướng tăng tỷ trọng dịch vụ. Bên cạnh duy trì sự phát triển ổn định của hoạt động bán lẻ hàng hóa, cần chú trọng phát triển các hoạt động dịch vụ có tiềm năng và giá trị gia tăng cao, nhất là du lịch, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí và các dịch vụ đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của người dân và du khách.

Hai là, nâng cao khả năng chống chịu và thích ứng của khu vực thương mại, dịch vụ. Kinh nghiệm giai đoạn 2020-2021 cho thấy các hoạt động dịch vụ trực tiếp dễ bị ảnh hưởng trước các cú sốc kinh tế-xã hội. Vì vậy, cần tạo điều kiện để doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ kinh doanh đa dạng hóa phương thức kinh doanh, mở rộng thị trường và nâng cao khả năng thích ứng trước những biến động bất thường.

Ba là, gắn phát triển thị trường tiêu dùng với nâng cao sức mua của người dân. Các chính sách kích cầu tiêu dùng cần được triển khai đồng bộ với các giải pháp thúc đẩy sản xuất, tạo việc làm, nâng cao thu nhập, ổn định giá cả và bảo đảm nguồn cung hàng hóa, qua đó tạo nền tảng cho tăng trưởng tiêu dùng ổn định và bền vững.

Bốn là, tăng cường sử dụng thông tin thống kê phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành. Bên cạnh theo dõi quy mô và tốc độ tăng tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng, cần kết hợp phân tích các chỉ tiêu về giá cả, thu nhập, việc làm và sức mua thực tế để đánh giá đầy đủ hơn diễn biến thị trường; đồng thời nâng cao chất lượng dự báo, kịp thời cung cấp thông tin phục vụ công tác quản lý và điều hành kinh tế-xã hội của tỉnh.

Năm là, tiếp tục hoàn thiện hệ thống thông tin phục vụ đánh giá tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh đóng góp trực tiếp vào quy mô GRDP, thị trường bán lẻ và dịch vụ tiêu dùng giai đoạn 2015-2025 còn tạo ra hiệu ứng lan tỏa xã hội rất lớn:

Về lao động-việc làm: Khu vực thương mại, dịch vụ (đặc biệt là hộ kinh doanh cá thể trong mảng bán lẻ và ăn uống) là 'van điều hòa' thu hút lượng lớn lao động phi chính thức, góp phần đảm bảo an sinh xã hội tại địa phương trong và sau đại dịch.

Về thu ngân sách: Sự bứt phá của ngành bán lẻ hậu COVID-19 cùng việc triển khai hóa đơn điện tử khởi tạo từ máy tính tiền đã đóng góp đáng kể vào nguồn thu thuế giá trị gia tăng (GTGT) và thuế thu nhập cá nhân/doanh nghiệp trên địa bàn.

Do đó, các chính sách kích cầu tiêu dùng giai đoạn 2026-2030 không chỉ dừng lại ở các đợt khuyến mại ngắn hạn, mà cần gắn liền với chính sách tăng thu nhập thực tế cho người lao động và hỗ trợ chuyển đổi số cho khối hộ kinh doanh cá thể.

VI. KẾT LUẬN

Nhìn chung, giai đoạn 2015-2025 cho thấy thị trường hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng trên địa bàn tỉnh đã có bước phát triển mạnh mẽ về quy mô, đồng thời trải qua những biến động đáng kể do tác động của đại dịch COVID-19.

Giai đoạn 2015-2019 là thời kỳ thị trường tiêu dùng tăng trưởng tương đối ổn định, đồng hành với quá trình mở rộng quy mô nền kinh tế. Giai đoạn 2020-2021 phản ánh rõ mức độ nhạy cảm của các hoạt động thương mại và dịch vụ trước những cú sốc kinh tế-xã hội, đặc biệt đối với du lịch, lưu trú, ăn uống và các dịch vụ tiếp xúc trực tiếp. Giai đoạn 2022-2025 cho thấy khả năng phục hồi nhanh và xu hướng mở rộng mạnh mẽ của thị trường tiêu dùng cùng với quá trình phục hồi và tăng trưởng kinh tế.

Bán lẻ hàng hóa tiếp tục giữ vai trò trụ cột của thị trường, trong khi các ngành dịch vụ như lưu trú, ăn uống và du lịch lữ hành có tốc độ phục hồi và tăng trưởng cao, mở ra dư địa lớn để nâng cao giá trị gia tăng của khu vực dịch vụ.

Sự phát triển của tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng có ý nghĩa quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế thông qua việc mở rộng thị trường đầu ra cho sản xuất, thúc đẩy khu vực dịch vụ, tạo việc làm, tăng thu nhập và tạo hiệu ứng lan tỏa tới nhiều ngành kinh tế. Tuy nhiên, để đánh giá đầy đủ mức độ đóng góp của tổng mức đối với GRDP, cần tiếp tục phân tích trên cơ sở giá trị tăng thêm và kết hợp với các chỉ tiêu về giá, thu nhập, việc làm, năng suất và cơ cấu kinh tế.

Trong giai đoạn 2026-2030, việc phát triển thị trường nội địa theo hướng hiện đại, đa dạng và bền vững; đẩy mạnh chuyển đổi số; nâng cao chất lượng dịch vụ; phát triển du lịch, logistics, thương mại điện tử và các dịch vụ có giá trị gia tăng cao; đồng thời tăng cường liên kết giữa sản xuất - phân phối - tiêu dùng sẽ là những định hướng quan trọng để phát huy hơn nữa vai trò của thị trường tiêu dùng, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao chất lượng tăng trưởng của tỉnh trong giai đoạn mới./.

Nơi nhận:
- Ban TK Tổng hợp và Đối ngoại, CTK (b/c);
- Lãnh đạo TKT;
- Các Phòng thuộc Thống kê tỉnh;
- Lưu: VT, TKTH

TRƯỞNG THỐNG KÊ

CỘNG HÒA X.H.C.N VIỆT NAM
THỐNG KÊ TỈNH ĐẮK LẮK
CỤC THỐNG KÊ

Hồ Ngọc Quang