

Doanh nghiệp bán lẻ tăng tốc bình ổn giá, kích cầu tiêu dùng nội địa

06:44 15/04/2026

Trong bối cảnh chi phí đầu vào còn nhiều biến động, cộng đồng doanh nghiệp bán lẻ chủ động triển khai nhiều giải pháp nhằm giữ ổn định mặt bằng giá hàng hóa. Cùng với sự điều hành của cơ quan quản lý, việc các hệ thống phân phối tăng cường thu mua và ưu tiên tiêu thụ sản phẩm giá bình ổn đã góp phần quan trọng trong việc hỗ trợ người tiêu dùng và duy trì sức mua trên thị trường.

Thời gian gần đây, hàng loạt hệ thống bán lẻ lớn đồng loạt triển khai các chương trình khuyến mãi quy mô lớn, tập trung vào nhóm hàng thiết yếu. Tại các siêu thị hiện đại, nhiều sản phẩm tiêu dùng nhanh, thực phẩm và nhu yếu phẩm được điều chỉnh giá theo hướng giảm sâu, với mức ưu đãi từ 10% đến 50%. Đây được xem là nỗ lực đáng kể của doanh nghiệp trong việc chia sẻ áp lực chi phí với người tiêu dùng.

Không chỉ dừng lại ở các chương trình giảm giá, nhiều đơn vị còn đẩy mạnh tiêu thụ hàng Việt, đặc sản vùng miền và sản phẩm OCOP. Các mặt hàng như nông sản, thực phẩm chế biến, đồ gia dụng... được ưu tiên trưng bày và khuyến mãi, qua đó vừa kích cầu tiêu dùng, vừa hỗ trợ đầu ra cho doanh nghiệp sản xuất trong nước.



Giá xăng hạ nhiệt đã tạo động lực cho nhiều doanh nghiệp trong việc giữ giá bán hàng hóa.

Bên cạnh đó, xu hướng chuyển đổi số trong bán lẻ cũng góp phần nâng cao hiệu quả bình ổn giá. Các nền tảng mua sắm trực tuyến, ứng dụng tích điểm và mã giảm giá điện tử giúp người tiêu dùng tiếp cận hàng hóa với chi phí thấp hơn, đồng thời tạo thêm kênh phân phối linh hoạt cho doanh nghiệp.

Ở nhóm hàng thực phẩm tươi sống, nhiều nhà cung cấp vẫn duy trì mức giá ổn định dù chịu áp lực từ chi phí vận chuyển và nguyên liệu. Các doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực thực phẩm tiếp tục phối hợp với hệ thống bán lẻ để giữ giá ở mức hợp lý, thậm chí luân phiên áp dụng chương trình giảm giá nhằm kích cầu tiêu dùng.

Theo đại diện Hiệp hội Lương thực thực phẩm TP.HCM, việc giá xăng dầu giảm trong thời gian gần đây đã phần nào hỗ trợ doanh nghiệp ổn định giá bán. Tuy nhiên, chi phí vận tải vẫn chịu tác động từ giá dầu diesel tăng cao, khiến không ít doanh nghiệp phải cân nhắc điều chỉnh giá. Dù vậy, mức tăng vẫn được kiểm soát trong ngưỡng phù hợp để không gây áp lực lớn lên thị trường.

Trước những thách thức này, các hệ thống bán lẻ tiếp tục ưu tiên tiêu thụ sản phẩm có giá bình ổn, đồng thời tối ưu chi phí vận hành nhằm giữ giá bán ở mức hợp lý. Doanh nghiệp cũng kiến nghị Nhà nước có thêm các chính sách hỗ trợ về thuế, phí và vốn vay ưu đãi để duy trì hoạt động ổn định trong dài hạn.

Một điểm mới đáng chú ý là việc TP.HCM đang thử nghiệm sàn giao dịch thịt lợn, hướng tới rút ngắn chuỗi cung ứng từ sản xuất đến tiêu dùng. Mô hình này giúp giảm bớt khâu trung gian, tối ưu chi phí logistics và nâng cao tính minh bạch trong giao dịch. Bước đầu, sàn đã thu hút sự tham gia của một số doanh nghiệp và ghi nhận tín hiệu tích cực về số lượng giao dịch tăng dần qua từng ngày.



Mục tiêu là rút ngắn chuỗi cung ứng đi từ trang trại đến điểm bán lẻ gần cuối để đến tay người tiêu dùng.

Việc phát triển các mô hình phân phối mới như sàn giao dịch không chỉ giúp ổn định giá mà còn đảm bảo chất lượng và khả năng truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Đây được xem là hướng đi phù hợp trong bối cảnh thị trường ngày càng yêu cầu cao về minh bạch và hiệu quả.

Ở góc độ khác, các địa phương cũng triển khai nhiều giải pháp kích cầu tiêu dùng. Hà Nội đang nghiên cứu thí điểm kinh tế đêm có kiểm soát, mở rộng thời gian hoạt động và đa dạng hóa dịch vụ nhằm tăng sức mua. Đồng thời, mô hình chợ chuyển đổi số cũng được thúc đẩy, giúp tiểu thương tiếp cận các phương thức thanh toán hiện đại và mở rộng kênh bán hàng.

Có thể thấy, trong bối cảnh thị trường còn nhiều biến động, sự chủ động của doanh nghiệp bán lẻ cùng với các chính sách hỗ trợ từ cơ quan quản lý đang đóng vai trò quan trọng trong việc giữ ổn định giá cả. Nếu các giải pháp này

tiếp tục được triển khai đồng bộ, thị trường tiêu dùng trong nước sẽ có thêm động lực phục hồi và phát triển bền vững trong thời gian tới.

Nam Sơn