TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Doanh nghiệp chấp nhận giảm lãi để duy trì sức mua tiêu dùng

15:15 02/03/2023

Doanh nghiệp sẵn sàng chia sẻ lợi nhuận để bảo đảm cân đối cung cầu, ổn định giá cả hàng hóa, duy trì sức mua tiêu dùng.

Nhu cầu tiêu dùng của người dân trở lại trạng thái bình thường theo quy luật tiêu dùng sau Tết Nguyên đán, khiến chỉ số bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tháng Hai giảm 6% so với tháng trước nhưng vẫn tăng hơn 13% so với cùng kỳ, ước đạt hơn 480.000 tỷ đồng.

Số liệu vừa được Tổng cục Thống kê công bố cho thấy, sức mua trên thị trường bán lẻ đã phần nào cải thiện sau đại dịch. Tuy vậy, vẫn còn nhiều yếu tố tác động đến thị trường, buộc các nhà bán lẻ phải cân nhắc kế hoạch kinh doanh để duy trì sức mua.



Công ty Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản là đơn vị cung ứng thịt lợn lớn nhất cho TP. Hồ Chí Minh nhưng lợi nhuận trước thuế năm vừa qua của doanh nghiệp này chỉ đạt 170 tỷ đồng, giảm 8% so với năm trước. Đổi lại doanh nghiệp duy trì tăng trưởng, thực hiện thành công chương trình bình ổn thị trường. Hiện giá lợn hơi trên đà giảm, trong khi nguồn cung tăng, doanh nghiệp tiếp tục lấy chiến lược giảm lãi để đẩy mạnh tiêu thụ hàng hoá.

Sức mua tại siêu thị MM Mega Market hiện tăng 5 -10% so với cùng kỳ năm trước và về gần bằng mức trước dịch. Tuy nhiên, thói quen mua sắm của người tiêu dùng đã thay đổi, thay vì đi nhiều lần, họ đi ít lần lại và giỏ hàng đầy lên. Người tiêu dùng tập trung vào các mặt hàng thiết yếu, được giảm giá, khuyến mãi và có sự so sánh giá để chi tiêu tiết kiệm, hiệu quả hơn.

Bởi vậy, doanh nghiệp ngành bán lẻ cho biết, sẽ duy trì hơn 1.000 mặt hàng thiết yếu giảm giá 10 - 50%. Doanh nghiệp sẵn sàng chia sẻ lợi nhuận để bảo đảm cân đối cung cầu, ổn định giá cả hàng hóa, duy trì sức mua.

Bộ Công Thương đánh giá, các giải pháp doanh nghiệp đang nỗ lực thực hiện đã góp phần vào mục tiêu kiểm soát lạm phát dưới mức 4,5% được đặt ra trong Nghị quyết 01 của Chính phủ. Bộ đang cùng các địa phương và doanh nghiệp tập trung phát triển phương thức bán lẻ đa kênh, qua điện thoại di động, truyền hình, mạng xã hội... thúc đẩy phát triển thị trường trong nước.

Trúc Mai