TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Doanh nghiệp nhộn nhịp sản xuất nguồn hàng Tết

17:57 16/11/2022

Tuy hơn 02 tháng nữa là tới Tết Nguyên đán 2023 nhưng các doanh nghiệp trong nước đã tích cực chuẩn bị nguồn cung hàng hóa để phục vụ người tiêu dùng.

Sau gần 02 năm các lĩnh vực công nghiệp, thương mại, dịch vụ bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, cuối năm 2022, các hộ sản xuất, kinh doanh đã bắt tay vào chuẩn bị nguồn cung hàng hóa cho dịp Tết Nguyên đán 2023 với kỳ vọng về sức mua lớn của người tiêu dùng.



Dịp mua sắm, buôn bán vào cuối năm không chỉ giúp các doanh nghiệp địa phương kết nối sản phẩm tiêu thụ, mà còn thúc đẩy tiêu thụ nội địa. Ảnh minh họa.

Trung bình mỗi ngày, Công ty cổ phần Công nghệ thực phẩm Vinh Anh sẽ phân phối đến các công ty chế biến các sản phẩm từ thịt lợn, siêu thị khoảng 10 tấn thịt lợn. Thế nhưng, gần đến Tết Nguyên đán, doanh nghiệp này còn gấp rút chuẩn bị nhiều hàng trong kho hơn để sẵn sàng phục vụ nhu cầu mua sắm sôi động của bà con trong thời gian tới.

"Hiện tại công ty sẵn sàng từ 300 - 500 tấn thịt cấp đông trong kho. Còn thịt tươi, mỗi tháng công ty dự trù khoảng 300 - 500 tấn lợn hơi", ông Phan Chính Minh, Trợ lý Tổng Giám đốc Công ty cổ phần Công nghệ thực phẩm Vinh Anh cho biết.

Không chỉ mặt hàng thịt lợn, nguồn rau sạch cũng được tích cực chuẩn bị để cung ứng ra thị trường. Chia sẻ về kế hoạch đảm bảo nguồn cung rau vụ đông, lãnh đạo Cục Trồng trọt, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn khẳng định sẽ giữ vững kế hoạch sản xuất các khu vực phía Bắc khoảng 400.000 ha.

"Đến 10/11, chúng ta đã gieo trồng được trên 330.000 ha, tức đạt trên 82%. Về giá cây vụ đông trong những tháng vừa qua là khá tốt nên đây là động lực thúc đẩy bà con tăng gia sản xuất, cung ứng cho các nguồn tiêu thụ", ông Nguyễn Như Cường, Cục trưởng Cục Trồng trọt, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn nhấn mạnh.

Hay giỏ hàng bánh kẹo cũng là mặt hàng không thể thiếu trong mỗi dịp Tết đến, Xuân về. Để chuẩn bị phân phối hàng hóa cho 120.000 điểm bán hàng, Công ty CP Bibica đã tăng sản lượng thêm 70% so với năm 2021.

"Đối với các công ty sản xuất bánh kẹo, dịp Tết là mùa vụ quan trọng. Chính vì vậy, doanh nghiệp đã chuẩn bị kỹ lưỡng kết hợp với chất lượng sản phẩm, hình thức bao bì, mẫu mã được chăm chút tỉ mỉ", ông Nguyễn Quốc Hoàng, Tổng Giám đốc Công ty CP Bibica bày tỏ.

Hiểu được tâm lý người tiêu dùng luôn hướng tới những mặt hàng giá thấp nhưng chất lượng đảm bảo, các siêu thị đã mở nhiều đợt giảm giá khuyến mại, và tăng cường nhập các mặt hàng bánh kẹo ngày Tết.

"Năm nay, chúng tôi vẫn có sự tăng trưởng từ 40 - 50% so với cùng kỳ năm ngoái. Với các mặt hàng sản xuất trong nước và hoa quả trái cây nội địa, mức tăng giá không quá nhiều. Thậm chí, với một số mặt hàng như thịt gà, thịt lợn, những mặt hàng thiết yếu cũng tương đương so với năm ngoái", bà Nguyễn Thùy Dương, Phó Tổng Giám đốc BRG Retail cho hay.

Thực tế, dịp mua sắm, buôn bán vào cuối năm không chỉ giúp các doanh nghiệp địa phương kết nối sản phẩm tiêu thụ, mà còn thúc đẩy tiêu thụ nội địa. Hơn cả,

đây còn là cơ hội thu hút nguồn đầu tư, mở rộng sản xuất với các chuỗi ngành hàng thương hiệu quốc tế.

Hồng Nhung (t/h)