

Vì sao nhóm dịch vụ và ăn uống nhanh chóng thiết lập mặt bằng giá mới?

16:45 18/03/2026

Chỉ trong thời gian ngắn sau Tết, nhiều quán ăn tại Hà Nội đã đồng loạt điều chỉnh giá bán, hình thành mặt bằng giá mới. Diễn biến này không chỉ xuất phát từ áp lực chi phí đầu vào, mà còn cho thấy sự nhạy cảm của nhóm dịch vụ này trước những biến động của thị trường.



Ảnh minh họa

Giá món ăn bình dân đồng loạt tăng nhẹ

Thời gian gần đây, nhiều quán ăn bình dân tại Hà Nội bắt đầu tăng giá các món quen thuộc như phở, bún, miến,... với mức phổ biến khoảng 3.000 - 5.000 đồng mỗi suất. Nếu trước đây giá một bát phở dao động 35.000 - 40.000 đồng thì nay nhiều nơi đã tăng lên 40.000 - 45.000 đồng, thậm chí 50.000 - 55.000 đồng.

Ghi nhận tại một quán phở trên đường Láng (đoạn gần Ngã Tư Sở, Hà Nội), giá mỗi bát đã được điều chỉnh từ 40.000 đồng lên khoảng 45.000 - 50.000 đồng từ

đầu năm. Chủ quán cho biết, việc tăng giá được cân nhắc kỹ do quán chủ yếu phục vụ khách quen, tuy nhiên chi phí nấu mỗi nồi nước dùng hiện cao hơn trước do nhiều nguyên liệu tăng giá.

“Không chỉ thịt bò, xương hầm, các loại gia vị như gừng, quế, hồi, cùng rau ăn kèm cũng đồng loạt tăng. Bên cạnh đó, chi phí điện, gas và nhân công tăng khiến việc giữ nguyên giá cũ trở nên khó khăn đối với các quán ăn nhỏ”, chủ quán này chia sẻ.



TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU
& CÔNG LUẬN

Một bát bún bò Huế có giá 80.000 đồng ở khu vực Nghĩa Tân, Hà Nội.
(Ảnh: NVCC)

Tương tự, nhiều quán bún riêu tại khu vực Nghĩa Tân (Cầu Giấy, Hà Nội) cũng đã tăng giá lên khoảng 45.000 - 55.000 đồng/bát. Theo các chủ quán, giá của đồng, cà chua, đậu phụ và rau sống đều tăng, trong khi để giữ chất lượng và khẩu phần, họ buộc phải điều chỉnh giá bán thay vì cắt giảm nguyên liệu.

Không chỉ bún, phở, các món ăn sáng như bánh mì, xôi cũng tăng thêm từ 2.000 - 5.000 đồng mỗi phần, cho thấy xu hướng tăng giá đang diễn ra trên diện rộng trong lĩnh vực ăn uống.

Áp lực chi phí và hiệu ứng “tăng giá dây chuyền”

Nguyên nhân lớn nhất được các chủ quán nhắc đến là giá xăng dầu liên tục lập đỉnh trong thời gian gần đây. Với ngành ăn uống, xăng dầu không chỉ là chi phí đi lại mà còn là chi phí vận chuyển nguyên liệu từ chợ đầu mối về cửa hàng.

Khi giá xăng dầu tăng mạnh, có lúc vượt mốc 27.000 đồng/lít, cước vận chuyển ngay lập tức bị đẩy lên. Các chủ quán ăn nhỏ lẻ - vốn không có hợp đồng cung ứng dài hạn như siêu thị phải tự gánh chịu mức chênh lệch này, dẫn đến việc buộc phải tăng giá bán lẻ để bảo vệ lợi nhuận.

Một chủ cửa hàng phở ở phố Tây Sơn (Hà Nội) cho biết: “Giá rau củ, chanh, hành... đều tăng đáng kể, chủ yếu do chi phí vận chuyển tăng. Tương tự, nhiều cửa hàng tạp hóa cũng ghi nhận giá hàng nhập về tăng theo xăng dầu, khiến sức mua giảm, hàng hóa tiêu thụ chậm hơn”.

Không chỉ chi phí vận chuyển, tháng 3 thường là thời điểm các hợp đồng thuê mặt bằng bắt đầu chu kỳ thanh toán mới hoặc điều chỉnh theo năm. Sau một năm đầy biến động, nhiều chủ nhà đã bắt đầu tăng giá thuê. Bên cạnh đó, chi phí nhân công cũng là một gánh nặng.

Đáng chú ý, một yếu tố tâm lý quan trọng là “lạm phát kỳ vọng”. Khi giá xăng dầu liên tục tăng, nhiều người kinh doanh mặc định chi phí sắp tới sẽ tiếp tục leo thang và chủ động điều chỉnh giá bán. Do vậy, chỉ cần một vài quán tăng giá, các quán xung quanh cũng nhanh chóng điều chỉnh theo, tạo thành mặt bằng giá mới chỉ trong thời gian ngắn.

Người tiêu dùng thay đổi thói quen

Mức tăng giá tuy không lớn nhưng đã bắt đầu ảnh hưởng đến thói quen chi tiêu của người dân, đặc biệt là dân văn phòng. Nhiều người cho biết, với mức giá

45.000 - 60.000 đồng cho một bữa ăn ngoài, chi phí sinh hoạt hàng tháng tăng lên đáng kể nếu duy trì thường xuyên.

Vì vậy, xu hướng mang cơm từ nhà đi làm hoặc lựa chọn các bữa ăn tiết kiệm hơn đang dần phổ biến. Một số người vẫn chấp nhận mức giá mới nếu quán giữ được chất lượng, nhưng tần suất ăn ngoài đã giảm so với trước.

Chị Vui (30 tuổi), làm việc tại một công ty ở khu vực phường Cầu Giấy (Hà Nội) cho biết: Thời gian gần đây chị thường xuyên mang cơm trưa từ nhà đi làm thay vì ăn ngoài như trước. Theo chị, nếu như trước đây việc ăn bún hay cơm hàng chủ yếu để tiện lợi thì nay chi phí mỗi bữa đã tăng lên khoảng 50.000 - 60.000 đồng, khiến chị phải cân nhắc kỹ hơn.

“Giờ ăn ngoài thấy tốn kém hơn nên tôi chuyển sang mang cơm nhà, vừa tiết kiệm lại yên tâm hơn về chất lượng”, chị nói.



Suất nem nướng Nha Trang vốn có giá 65.000 đồng hiện đã tăng lên 70.000 đồng. (Ảnh: NVCC)

Chị Vui cũng cho rằng, ngoài việc giá thực phẩm và chi phí vận chuyển tăng, người tiêu dùng còn phải trả thêm thuế giá trị gia tăng khi ăn uống tại quán. “Có lần tôi và đồng nghiệp ăn trưa hết hơn 100.000 đồng, nhưng khi thanh toán phải trả thêm gần 8.000 đồng tiền thuế, tính ra chi phí cũng đội lên đáng kể”, chị Vui chia sẻ.

Theo các chuyên gia kinh tế, khi sức cầu tiêu dùng suy giảm sẽ kéo theo tác động đến tăng trưởng, bởi tiêu dùng là một trong những động lực quan trọng của nền kinh tế. Việc nhóm dịch vụ và ăn uống tăng giá sớm hơn các mặt hàng khác phản ánh sự nhạy bén nhưng cũng đầy rủi ro của thị trường này. Nếu đà

tăng không đi kèm với chất lượng dịch vụ, người tiêu dùng sẽ nhanh chóng chuyển sang xu hướng cơm hộp văn phòng hoặc tự nấu ăn tại nhà để tiết kiệm.

“Nếu giá xăng dầu không có dấu hiệu hạ nhiệt trong kỳ điều hành tới, nhóm dịch vụ này sẽ khó có thể quay lại mức giá cũ, tác động đến yếu tố lạm phát cục bộ trong lĩnh vực tiêu dùng dân sinh”, các chuyên gia dự báo.

Minh An