

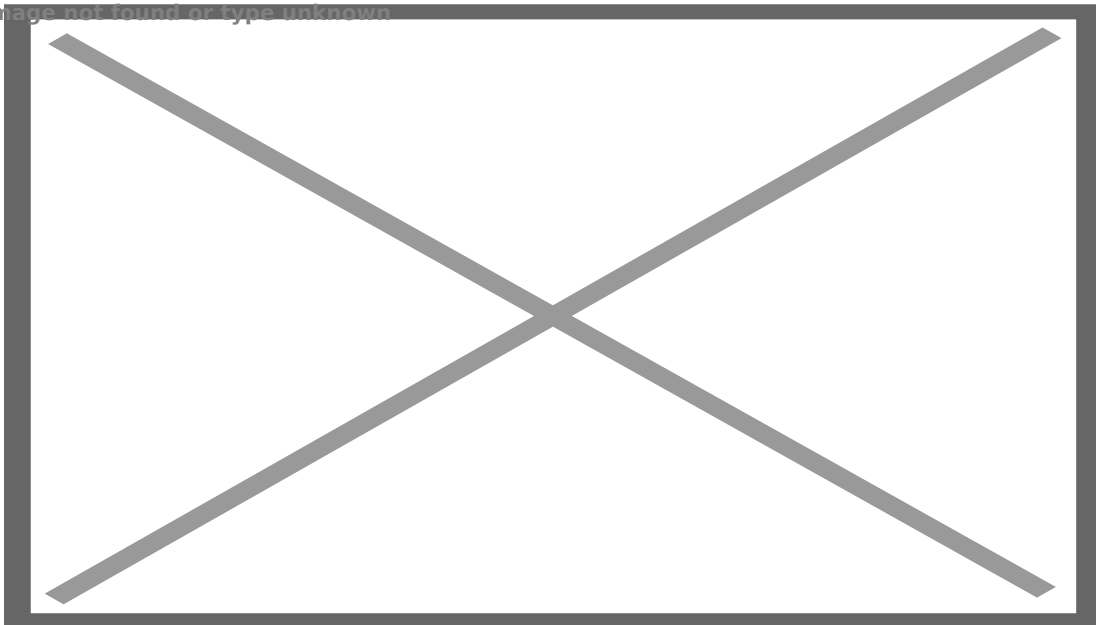
Chú trọng an toàn vệ sinh thực phẩm tại kênh bán lẻ hiện đại

17:46 06/10/2022

Tác giả: Đức Thịnh

Thị hiếu của người tiêu dùng toàn cầu nói chung và người Việt Nam nói riêng đã có nhiều thay đổi, sau dịch COVID-19 có xu hướng tìm kiếm sản phẩm an toàn, xanh - sạch... phục vụ "sống khỏe". Điều này, thúc đẩy cả nhà bán lẻ và nhiều kênh phân phối tìm kiếm sản phẩm mới tạo sự phong phú cho những nhóm hàng hóa tiêu dùng dùng thiết yếu đáp ứng thị hiếu tiêu dùng của khách hàng trong tình hình mới.

Image not found or type unknown



Kiểm tra an toàn vệ sinh thực phẩm Ảnh: VGP

Theo báo cáo Sở Công Thương TP.Hồ Chí Minh công bố, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tháng 9/2022 trên địa bàn thành phố đạt 94.216 tỷ đồng, tăng 1,2% so với tháng trước và tăng 146,3% so với cùng kỳ. Tính 9 tháng năm 2022, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trên địa bàn thành phố đạt 804.728 tỷ đồng, tăng 25,9% so với cùng kỳ. Một số nhà cung cấp hàng hóa nhập khẩu cho biết, người tiêu dùng Việt Nam ngày càng chú trọng đến lối sống lành mạnh và học hỏi, tiếp thu nhiều nền văn hóa ẩm thực khác nhau nên trở thành thị trường tiềm năng về xuất khẩu nông sản, thực phẩm của nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ. Bên cạnh đó, nhóm ngành hàng nông sản, thực phẩm nhập khẩu ngày càng trở nên phổ biến với người Việt Nam nhờ vào chất lượng cao, độ an toàn, tính tiện lợi và sự đa dạng chủng loại trên thị trường.

Những tuần gần đây, Công ty MM Mega Market Việt Nam (MM) đã luân phiên tổ chức chuỗi hoạt động giới thiệu hàng hóa nhập khẩu từ một số quốc gia tại 12 trung tâm MM trên toàn quốc. Đặc biệt, những nhóm ngành hàng mà MM tập trung trưng bày thuộc nhóm nông sản, thực phẩm, đồ uống, thủy hải sản, thịt gia súc... đến từ một số nước có chất lượng hàng hóa đạt tiêu chuẩn toàn cầu như Italy, Hoa Kỳ... Tham gia những hoạt động này, khách hàng vừa được trải nghiệm dùng thử đa dạng sản phẩm đặc trưng của nền ẩm thực, văn hóa, truy xuất nguồn gốc xuất xứ; vừa được tạo điều kiện mua sắm hàng hóa với giá khuyến mãi. Người tiêu dùng Việt đã có thể thưởng thức những mặt hàng có nguồn gốc xuất xứ từ Italy như: dầu ô liu Filippo Berio, mì Barilla Spaghetti, đậu các loại, nấm thương hiệu Annalisa, bánh quy Balocco, bia Peroni; hay từ Hoa Kỳ với hơn 140 mặt hàng thực phẩm thuộc các nhóm hàng rau củ, trái cây, thịt bò, thịt gà, hải sản, đồ hộp, các loại sốt, rượu và đồ uống không cồn...

Hiện tại, người dân có thể mua sắm, tiêu dùng hàng hóa nhập khẩu dễ dàng tại nhiều điểm bán lẻ, ít mua sắm theo phương thức "xách tay" như trước đây. Thậm chí, kênh thương mại điện tử phát triển bùng nổ còn cho phép người tiêu dùng đặt hàng xuyên biên giới và nhận hàng giao tại nhà. Khi tiếp cận với hàng hóa bảo đảm chất lượng, truy xuất nguồn gốc minh bạch... thì nhận thức mua sắm, tiêu dùng của người dân cũng tăng lên và ngày càng yêu cầu cao hơn. Đặc biệt, trong bối cảnh dịch bệnh, yêu cầu về an toàn sức khỏe, người dân Việt Nam cũng như toàn cầu ưu tiên lựa chọn hàng hóa có chứng nhận tiêu chuẩn quốc tế

Tuy nhiên, trước thông tin hàng hóa kém chất lượng, nhất là nông sản, thực phẩm kinh doanh tại kênh bán lẻ hiện đại không bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm, bị thông tin báo chí phản ánh; nhiều hàng Việt và hàng nhập khẩu đã "chạy đua" tích cực vào siêu thị. Điều này cho thấy, không ít nhà bán lẻ đã chủ động rà soát, kiểm soát chất lượng hàng hóa kinh doanh trên toàn hệ thống,

cũng như phối hợp với đơn vị xúc tiến, nhà cung cấp đưa sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng đến tay người tiêu dùng. Trong tháng 9/2022 vừa qua, Trung tâm Xúc tiến thương mại và Đầu tư TP.Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp cùng với Công ty AEON Việt Nam tổ chức hỗ trợ gần 40 doanh nghiệp Việt Nam trưng bày nông sản, thực phẩm Việt tại hệ thống này. Những doanh nghiệp tham gia sự kiện đã mang đến danh mục gần hơn 370 sản phẩm thuộc đa dạng nhóm ngành hàng, gồm: thực phẩm đóng gói, chế biến sẵn; sản phẩm có lợi cho sức khỏe; hàng nông sản gồm: gạo, rau củ, quả, trái cây và ưu tiên sản phẩm hữu cơ. Tham gia sự kiện, nhà cung cấp phải đảm bảo tiêu chí an toàn, sản phẩm mới, đặc trưng vùng miền – truyền thống...

Theo thống kê, hiện có khoảng 2.000 doanh nghiệp tại Việt Nam tham gia cung ứng hàng hóa cho AEON Việt Nam. Trong số đó, có hơn 100 doanh nghiệp được kết nối thông qua đa dạng hoạt động kết nối giữa AEON Việt Nam và Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.Hồ Chí Minh (ITPC) những năm gần đây.

PV

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/chu-trong-an-toan-ve-sinh-thuc-pham-tai-kenh-ban-le-hien-dai>