

افزایش قیمت با نستله چه کرد؟



نستله، بزرگ‌ترین شرکت مواد غذایی در جهان گزارش داد که فروش در سه ماهه اول اندکی بهتر از حد انتظار بود زیرا قیمت‌ها را برای جبران حجم ضعیف فروش افزایش داده است.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگرو فود نیوز)، به نقل از رویترز؛ این شرکت سوئیسی اعلام کرد که فروش در سه ماهه منتهی به ۳۱ مارس ۵.۶ درصد افزایش یافته و به ۲۶.۴۸ میلیارد دلار رسیده که بالاتر از میانگین تخمینی تحلیلگران است.

قیمت‌های این شرکت در سه ماهه ۹.۸ درصد افزایش داشت اما حجم فروش ۰.۵ درصد کاهش یافت.

در سال جاری مهم‌ترین نگرانی این بود که آیا قیمت‌های بالاتر اثر منفی زیادی بر فروش خواهد داشت که این طور نبوده است. البته برخی از خریداران، به ویژه در اروپا از ارائه قیمت‌های بالاتر اجتناب کرده‌اند و باعث شده تا حجم فروش کمتری داشته باشند.

فرانسوا ویلروی دی گالهاو، سیاستگذار فرانسوی بانک مرکزی اروپا گفت که تورم قیمت مواد غذایی در نیمه دوم سال جاری کاهش خواهد یافت. با این حال، اسوسیتد بریتیش فودز، تولیدکننده شکر هشدار داد که شکر می‌تواند استثنایی برای کاهش قیمت‌ها در نیمه دوم باشد.

بر اساس گزارش رویترز، معلوم نیست که شرکت‌ها با انتقال هزینه به

مصرف‌کنندگان، رشد حجم فروش را در اولویت قرار می‌دهند یا به دنبال محافظت از حاشیه سود هستند. چندین سرمایه‌گذار اظهار کردند که شرکت‌های کالاهای مصرفی باید با توجه به حفظ سهم بازار، افزایش قیمت‌ها را با کاهش هزینه‌های زنجیره تامین کاهش دهند.

سرویس خبری: بین الملل

منبع: رویترز