

Hàng Việt vào mùa Tết: Bài toán lớn nằm ở hàng tồn và dòng tiền

07:32 29/10/2026

Mùa mua sắm cuối năm đang đến gần nhưng diễn biến sức mua khiến doanh nghiệp hàng Việt khó xác định quy mô hàng hóa cần chuẩn bị. Nhập quá nhiều có thể tạo áp lực tồn kho sau Tết, trong khi chuẩn bị thiếu lại bỏ lỡ thời điểm bán hàng quan trọng. Vì vậy, cuộc chơi cuối năm đang chuyển từ chạy theo doanh số sang quản trị hàng tồn, dòng tiền và tốc độ quay vòng vốn.

Không còn dễ đoán nhu cầu mùa cao điểm

Với nhiều doanh nghiệp hàng tiêu dùng, thực phẩm, đồ uống, điện máy và bán lẻ, những tháng cuối năm thường là thời điểm tăng tốc sản xuất và đưa hàng ra thị trường. Tuy nhiên, sức mua năm nay có nhiều yếu tố khó đoán khi người tiêu dùng vẫn thận trọng với chi tiêu.

Khảo sát của Q&Me công bố tháng 10/2026 cho thấy 74% người tiêu dùng được hỏi lo ngại giá cả tăng, trong khi 50% quan tâm đến tình trạng thu nhập trì trệ và 57% lo mất việc làm. Đáng chú ý, 69% cho biết sẽ tiết kiệm tiền thưởng Tết 2027.

Những con số này không đồng nghĩa người dân sẽ cắt giảm toàn bộ mua sắm cuối năm. Vấn đề nằm ở chỗ nhu cầu có thể phân hóa mạnh giữa các nhóm sản phẩm. Hàng thiết yếu vẫn có khả năng duy trì sức mua, trong khi những mặt hàng có giá trị cao hoặc chưa thực sự cần thiết có thể được cân nhắc lâu hơn.



Doanh nghiệp phải cân đối lượng hàng đưa ra thị trường để hạn chế tồn kho sau mùa mua sắm cuối năm.

Đây là thách thức đối với doanh nghiệp trong việc lập kế hoạch sản xuất và nhập hàng. Nếu dựa vào mức tăng trưởng của những mùa Tết trước để chuẩn bị nguồn cung, doanh nghiệp có thể gặp tình trạng hàng về đúng thời điểm nhưng tốc độ bán chậm hơn dự kiến.

Ngược lại, nếu quá thận trọng, việc thiếu hàng trong những ngày cao điểm có thể khiến doanh nghiệp bỏ lỡ doanh thu và tạo cơ hội cho đối thủ.

Bài toán vì thế không đơn giản là kích cầu. Doanh nghiệp phải xác định được lượng hàng có khả năng tiêu thụ trong từng giai đoạn, từng địa bàn và từng kênh phân phối.

Giữ dòng tiền thay vì giữ hàng trong kho

Khi sức mua khó dự báo, tồn kho trở thành một trong những rủi ro đáng chú ý nhất của mùa Tết. Đặc biệt với thực phẩm, đồ uống, hàng thời vụ hoặc sản phẩm có mẫu mã thay đổi nhanh, hàng tồn sau cao điểm có thể buộc doanh nghiệp phải tăng chiết khấu để giải phóng.

Chi phí đầu vào cũng khiến bài toán này phức tạp hơn. KBSV dự báo lạm phát có thể tăng vào cuối năm khi giá nhiên liệu bình quân cao hơn cùng kỳ, trong khi chi phí nguyên liệu, nhân công và vận chuyển tiếp tục tạo áp lực lên doanh

nghiệp.

Điều đó đặt doanh nghiệp trước bài toán cân đối giữa giá nhập, giá bán và thời gian thu hồi vốn. Một đơn hàng lớn có thể giúp giảm giá vốn nhưng đồng thời khiến dòng tiền bị giữ trong kho lâu hơn nếu tốc độ tiêu thụ không đạt kỳ vọng.

Trong bối cảnh này, dữ liệu bán hàng trở thành công cụ quan trọng. Thay vì đưa toàn bộ hàng hóa ra thị trường cùng lúc, doanh nghiệp có thể chia nhỏ kế hoạch cung ứng, theo dõi tốc độ bán thực tế và điều chỉnh lượng hàng theo từng giai đoạn.

Việc phân bổ hàng giữa các kênh cũng cần linh hoạt. Cửa hàng truyền thống, hệ thống bán lẻ hiện đại và thương mại điện tử có đặc điểm tiêu dùng khác nhau. Một sản phẩm bán tốt tại siêu thị chưa chắc đạt tốc độ tương tự trên nền tảng trực tuyến.

Do đó, doanh nghiệp cần theo dõi không chỉ doanh thu mà cả tốc độ quay vòng hàng hóa, mức tồn kho, chi phí phân phối và lợi nhuận thực nhận của từng kênh.

Ở chiều ngược lại, người tiêu dùng thận trọng cũng tạo cơ hội cho doanh nghiệp điều chỉnh danh mục theo hướng thực dụng hơn. Các sản phẩm có quy cách nhỏ, mức giá dễ tiếp cận hoặc đáp ứng nhu cầu thiết yếu có thể phù hợp với nhóm khách hàng đang kiểm soát ngân sách.

Theo SSI, sức mua năm 2026 vẫn tương đối trầm lắng dù có sự hỗ trợ từ một số chính sách tài khóa. Triển vọng tiêu dùng năm 2027 cũng còn phụ thuộc vào thu nhập, việc làm và diễn biến chi phí sinh hoạt.

Vì vậy, mùa Tết năm nay không nhất thiết là cuộc đua xem doanh nghiệp nào đưa ra nhiều hàng hơn hay giảm giá mạnh hơn. Lợi thế có thể thuộc về doanh nghiệp kiểm soát tốt hơn lượng hàng đưa ra thị trường và tốc độ thu hồi vốn.

Khi sức mua không còn dễ dự báo, hàng tồn kho chính là phần doanh thu chưa chắc chắn, còn dòng tiền mới là yếu tố quyết định khả năng doanh nghiệp đi qua mùa cao điểm một cách an toàn.

Minh Thành (t/h)