TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Làm thế nào để doanh nghiệp và người tiêu dùng cùng thích ứng với xu hướng tiêu dùng mùa Tết 2024?

06:47 09/10/2023

Hiện nay, kinh tế có tăng trưởng nhưng người tiêu dùng vẫn đang bị ảnh hưởng về việc làm, thu nhập, đời sống nhiều gia đình vẫn đang rất khó khăn. Điều này ảnh hưởng lớn đến xu hướng, thói quen mua sắm, tiêu dùng mà trước mắt là trong mùa kinh doanh cuối năm nay.



Làm thế nào để doanh nghiệp và người tiêu dùng cùng thích ứng với xu hướng tiêu dùng mùa Tết 2024? Ảnh internet.

Theo kết quả khảo sát của Công ty Kantar Việt Nam - DN chuyên nghiên cứu thị trường thì, rất nhiều người tiêu dùng vẫn đang bị ảnh hưởng về việc làm, thu nhập và có đến 28% hộ gia đình đang gặp khó khăn về tài chính (trong khi giai đoạn bình thường mới sau dịch chỉ trên dưới 21%). Gần một nửa số gia đình

được khảo sát đã thắt chặt chi tiêu bằng cách giảm đi ăn uống ở bên ngoài và giảm sử dụng dịch vụ giải trí.

Bà Nguyễn Phương Nga, Giám đốc phát triển kinh doanh cấp cao Kantar Việt Nam cho biết, dù người tiêu dùng đang lạc quan hơn về tình hình kinh tế trong những tháng tới, cho dịp Tết 2024, nhưng dấu hiệu của việc nới lỏng chi tiêu chưa thực sự rõ rệt.

“Theo dự báo của Kantar, thị trường Tết này có sự khó khăn khiến người tiêu dùng sẽ không chi tiêu ào ạt. Như những mùa Tết khác, khoảng 3-4 tuần trước Tết, người tiêu dùng mua sắm ồ ạt. Mùa tiêu dùng Tết Nguyên đán năm nay, dự báo, người tiêu dùng sẽ chi tiêu cầm chừng, mua từ từ sau đó thiếu thì mua thêm”, bà Nga thông tin.



Làm thế nào để doanh nghiệp và người tiêu dùng cùng thích ứng với xu hướng tiêu dùng mùa Tết 2024? Ảnh internet.

Nhiều chuyên gia thị trường cho rằng, nhà sản xuất cần nắm rõ sự thay đổi của thị hiếu, thói quen và khả năng chi tiêu của người tiêu dùng để xoay chuyển sản xuất và cách thức kinh doanh ngay trong mùa cuối năm này.

Các doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng cần suy nghĩ tới việc cân đối danh mục sản phẩm và gia tăng kênh phân phối, đem đến sự cần thiết và tiện lợi cho người mua.

Theo khảo sát thị trường của Kantar, có đến hơn 40% số ngành hàng tiêu dùng đang bị giảm sức mua. Xu hướng mua quà tặng, trong đó có quà tặng dịp tết

sắp tới là tính đến tính ứng dụng cao và sự đa dạng trong một món quà, thay vì ưu tiên chọn theo thương hiệu, hình thức như trước.

Ông Nguyễn Lê Quốc Tuấn, Tổng Giám đốc Công ty Sông Hương Foods - chuyên về thực phẩm đặc sản chế biến cho biết, doanh nghiệp đang đẩy mạnh hơn việc bán hàng trên các nền tảng thương mại điện tử, cụ thể đẩy mạnh nhất là Tiktok. Bản thân ông Tuấn khi bán trên kênh Tiktok của mình mang lại doanh số 1 tỷ đồng/tháng.

Ông Lương Vạn Vinh, Tổng giám đốc Công ty CP Hóa mỹ phẩm Mỹ Hảo cho hay, thị trường tiêu thụ chậm, sản phẩm của công ty bán ở kênh truyền thống nhiều hơn bán trong hệ thống bán lẻ hiện đại. “Bây giờ người tiêu dùng mong muốn hàng giá tốt, chất lượng tốt nên mùa cuối năm công ty làm các chương trình khuyến mãi tốt hơn. Đồng thời, nhân viên sẽ tăng chăm sóc thị trường cho tốt, tăng độ bao phủ”, ông Vinh nêu kế hoạch.



Làm thế nào để doanh nghiệp và người tiêu dùng cùng thích ứng với xu hướng tiêu dùng mùa Tết 2024? Ảnh internet.

Biến động kinh tế đã và đang tác động tới túi tiền và thói quen mua sắm của đa số người tiêu dùng Việt Nam. Vì vậy khi đưa ra nhận định về xu hướng mua sắm Tết 2024, các chuyên gia cho rằng, sản phẩm thiết thực, tiết kiệm sẽ chiếm lĩnh thị trường.

Người tiêu dùng sẽ xem xét, cân nhắc lại mức độ quan trọng của hàng hóa và dịch vụ đối với gia đình, có xu hướng ưu tiên những sản phẩm mang lại giá trị trong cuộc sống hàng ngày.

Chính vì vậy, việc doanh nghiệp giữ được mối liên kết và giá trị sản phẩm là rất quan trọng để thu hút người mua trong dịp Tết 2024. Dự đoán, những sản phẩm có tính ứng dụng cao như thực phẩm, hàng tiêu dùng nhanh có thể sẽ tiếp tục tăng trưởng trong thời gian tới.

Bà Vũ Kim Hạnh, Chủ tịch Hội Doanh nghiệp Hàng Việt Nam chất lượng cao nhận định, thị trường có nhiều yếu tố bất định, nhiều sự thay đổi. Điều quan trọng nhất hiện nay là các doanh nghiệp phải nắm chắc những thông tin, dự báo và lựa chọn giải pháp của mình từ ngắn hạn, trung hạn, dài hạn để có thể đáp ứng được những yêu cầu mới của người tiêu dùng. “Để đối phó với những thay đổi, doanh nghiệp phải rất chú ý tới chất lượng hàng hóa, phải xây dựng hệ thống dịch vụ để được người tiêu dùng chấp nhận. Doanh nghiệp phải có sự thích ứng với những thay đổi, đó là điều quan trọng nhất hiện nay”, bà Hạnh khuyến cáo.

Xuân Hải *(t/h)*