

Người tiêu dùng cần thận trọng với các chương trình khuyến mại, giảm giá dịp cuối năm

09:31 26/10/2026

Để kích cầu tiêu dùng dịp cuối năm, nhiều doanh nghiệp, hệ thống bán lẻ và sàn thương mại điện tử đang ồ ạt triển khai các chương trình khuyến mại, giảm giá. Tuy nhiên, bên cạnh các chương trình kích cầu tiêu dùng, bài toán về chất lượng hàng hoá cũng được đặt ra, đòi hỏi lực lượng chức năng phải tăng cường công tác kiểm tra, giám sát, để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Ồ ạt khuyến mại, giảm giá

Theo ghi nhận của phóng viên, những ngày qua các hệ thống các siêu thị, trung tâm thương mại lớn trên địa bàn TP. Hà Nội, như: Go!, Tops Market, MM Mega Market... đã và đang đẩy mạnh các chương trình giảm giá, khuyến mại nhằm kích cầu tiêu dùng dịp cuối năm.

Cụ thể, tại MM Mega Market đang duy trì chương trình giảm giá thực phẩm tươi sống 37%, đồ uống, bánh kẹo và thực phẩm thiết yếu giảm 41%, đồ dùng nhà bếp giảm đến 46%. Hệ thống siêu thị Lotte Mart cũng đang triển khai chương trình ưu đãi “Giờ vàng giá sốc”. Theo đó, chương trình ưu đãi áp dụng cho các mặt hàng: Thực phẩm tươi sống và khu ẩm thực Yorihada Kitchen...

Còn tại hệ thống Tops Market đang duy trì chương trình giảm giá 10% cho bà nội trợ mua thực phẩm tươi sống trước 10h các ngày trong tuần, Saigon Co.op với chuỗi Co.opmart giảm giá luân phiên các mặt hàng thực phẩm theo ngày...



Người tiêu dùng mua sắm tại hệ thống siêu thị Lotte Mart. Ảnh: TN

Tương tự, hệ thống siêu thị Co.op Mart tổ chức chương trình khuyến mãi với mức giảm 15 - 20% đối với nhiều mặt hàng tươi sống như rau củ quả, trái cây, thịt, cá và thủy hải sản... Đáng chú ý, từ nay đến 31/12, khách hàng sử dụng túi thân thiện với môi trường mua sắm với hóa đơn trên 300.000 đồng và không nhận túi nilon tại quầy thu ngân được cộng 30 điểm vào tài khoản thành viên.

Theo đại diện siêu thị Co.opmart Hà Đông, các chương trình khuyến mại giúp người tiêu dùng tiết kiệm chi phí, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa, duy trì sản xuất, kinh doanh và kích cầu thị trường.

Với ngành hàng điện máy, FPT Shop triển khai chương trình "Yêu thương to, giá khỏi lo" với ưu đãi đến 50% trên toàn hệ thống và website. Nhiều sản phẩm trong chương trình được áp dụng mức ưu đãi đến hàng triệu đồng như điện thoại OPPO Find N3 5G 16GB/512GB, robot hút bụi lau nhà Ecovacs N30 Pro Omni; nồi cơm điện tử Kangaroo 1,8 lít KG18DR7, máy giặt LG AI DD Inverter 12kg... Bên cạnh đó, đồng hồ thông minh Garmin Forerunner 55 giảm đến 50%, tai nghe Bluetooth Open Ear Trusmi WS18-013 và pin sạc dự phòng Magsafe QC 3.0/PD 20.5W cùng giảm đến 50%...

Còn tại các sàn thương mại điện tử, Shopee đang triển khai nhiều ưu đãi như mã giảm giá từ 50.000-300.000 đồng, deal 0 đồng, sản phẩm từ 1.000 đồng và miễn phí vận chuyển cho đơn hàng đầu tiên. Trong khi đó, Lazada giảm giá đến 90% tại các gian hàng quốc tế và 50% đối với một số sản phẩm thời trang thương hiệu Puma, Cardina...



Người tiêu dùng mua sắm tại hệ thống siêu thị Co.op Mart. Ảnh: TN

Theo các chuyên gia kinh tế nhận định, việc mở rộng danh mục ưu đãi cho thấy doanh nghiệp đang tận dụng thời điểm này để kích thích những khoản chi tiêu thường xuyên. Trong bối cảnh sức mua nội địa vẫn còn dư địa, cách làm này có ý nghĩa đáng kể.

Theo ông Nguyễn Văn Phụng, Trưởng ban Điều tra người tiêu dùng (Hiệp hội doanh nghiệp Hàng Việt Nam chất lượng cao), mùa mua sắm cuối năm luôn là cơ hội để thị trường bán lẻ tăng tốc...

Bà Trần Thị Phương Lan, Chủ tịch Hiệp hội Các nhà bán lẻ Việt Nam cũng cho biết, việc các siêu thị, trung tâm thương mại phối hợp với doanh nghiệp tổ chức chương trình khuyến mại, giảm giá là giải pháp hiệu quả để khơi thông thị trường trong những tháng cuối năm khi sức mua dự báo sẽ tăng cao. Thực tế, từ các dịp lễ như 20/10, Halloween đến Noel và năm mới, các hệ thống siêu thị lớn đang bước vào giai đoạn mua sắm cuối năm sôi động.

Cùng với đó, cuối năm cũng là dịp các doanh nghiệp tìm đến hệ thống bán lẻ để mua quà tặng tổng kết năm. Trước sự thay đổi trong hành vi mua sắm, các doanh nghiệp bán lẻ thay vì tập trung toàn bộ chương trình giảm giá vào những ngày lễ, Tết, đã chuyển sang tổ chức ưu đãi theo từng giai đoạn, giúp khách hàng mua sắm sớm và phân bổ chi tiêu hợp lý hơn.

Cẩn trọng với “khuyến mại ảo”

Theo các chuyên gia nhận định, lợi dụng kích cầu tiêu dùng dịp cuối năm, một số đơn vị, đối tượng đăng giảm giá sản phẩm, nhưng chất lượng không tương xứng với quảng cáo, như: Không giống hình ảnh, màu sắc khác biệt, kích thước sai lệch, hoặc chất liệu kém hơn đáng kể so với mô tả trên website, sàn thương mại điện tử hoặc trang mạng xã hội. Đặc biệt, một số mặt hàng thậm chí không đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật, không có thông tin về nguồn gốc, không có nhãn mác, tiềm ẩn rủi ro về an toàn, đặc biệt với sản phẩm điện tử, mỹ phẩm hoặc đồ dùng cho trẻ em.

Theo bà Trần Thị Phương Lan, Chủ tịch Hiệp hội Các nhà bán lẻ Việt Nam, tình trạng khuyến mại ảo còn thể hiện ở việc lấy giá bán khi sản phẩm mới ra mắt làm giá gốc. Trong khi, giá khuyến mại thực chất chỉ là giá thị trường hiện tại của hàng mẫu cũ, đặc biệt với mặt hàng điện tử.

Liên quan đến nguy cơ hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ lợi dụng dịp mua sắm cuối năm để thâm nhập thị trường, ông Vũ Văn Trung, Phó Chủ tịch Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam, cho rằng lực lượng Quản lý thị trường và Sở Công Thương cần tăng cường kiểm tra hoạt động khuyến mại, việc đăng ký khuyến mại theo quy định và nguồn gốc hàng hóa. Qua đó, kịp thời phát hiện, ngăn chặn và xử lý các hành vi vi phạm, góp phần bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh cho doanh nghiệp.



Người tiêu dùng cần cảnh giác với những chiêu trò nâng giá rồi giảm giá, tạo khan hiếm giả và bán hàng kém chất lượng dịp cuối năm.

Ảnh: KT

Theo ông Dương Mạnh Hùng, Phó Chi cục trưởng Chi cục Quản lý thị trường TP. Hà Nội, qua công tác kiểm tra, lực lượng chức năng đã phát hiện một số cơ sở tự ý tổ chức khuyến mại. Từ nay đến hết năm 2026, đơn vị sẽ phối hợp với Sở Công Thương và chính quyền địa phương tăng cường kiểm tra, xử lý các hành vi gian lận trong hoạt động khuyến mại, giảm giá không đúng thực tế, kinh doanh hàng giả, hàng hết hạn sử dụng dưới hình thức quà tặng hoặc khuyến mại trái quy định.

Trước thực trạng này, Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia (Bộ Công Thương) đã khuyến cáo người tiêu dùng nâng cao cảnh giác trước các chiêu thức khuyến mại thiếu minh bạch, như nâng giá trước khi giảm giá, tạo khan hiếm giả nhằm thúc đẩy mua hàng hoặc tiêu thụ sản phẩm kém chất lượng trong dịp cao điểm mua sắm cuối năm.

Để bảo vệ quyền lợi của mình, Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia khuyến nghị người tiêu dùng ưu tiên mua sắm tại các cửa hàng chính hãng, sàn thương mại điện tử uy tín và những nhà bán hàng đã được xác thực. Trước khi quyết định mua hàng, cần tìm hiểu kỹ thông tin sản phẩm, điều kiện đổi trả, chính sách bảo hành, các khoản phụ phí và thời gian áp dụng chương trình khuyến mại, đặc biệt đối với những mặt hàng giảm giá sâu hoặc có điều kiện hạn chế đổi trả.

Bên cạnh đó, người tiêu dùng nên thận trọng khi giao dịch với các cá nhân bán hàng không chuyên, nhà bán hàng không công khai đầy đủ thông tin hoặc có nhiều phản ánh tiêu cực. Việc kiểm tra kỹ thông tin người bán và nguồn gốc sản phẩm sẽ góp phần hạn chế nguy cơ mua phải hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, không rõ xuất xứ, đồng thời bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng và thúc đẩy môi trường kinh doanh minh bạch, lành mạnh.

Bên cạnh đó, cần lưu giữ đầy đủ hóa đơn và chứng cứ giao dịch để bảo vệ quyền lợi. Đây là cơ sở pháp lý quan trọng khi phát sinh tranh chấp, khiếu nại hoặc yêu cầu bồi thường. Người tiêu dùng cần giữ lại hóa đơn, chứng từ thanh toán, ảnh chụp lại màn hình giá, chương trình khuyến mại tại thời điểm mua, video ghi lại quá trình mở hàng để làm bằng chứng khi có phát sinh tranh chấp.

Cần cảnh giác với các ưu đãi “quá hấp dẫn” với các sản phẩm giảm giá quá sâu, vượt xa mặt bằng thị trường; điều kiện bất thường; không rõ thông tin nhà cung cấp, chất lượng, chứng nhận an toàn. Những dấu hiệu này thường tiềm ẩn hành vi lừa dối về giá, cung cấp sản phẩm không bảo đảm chất lượng gây thiệt hại đến người tiêu dùng. Vì vậy người tiêu dùng cần sáng suốt đưa ra quyết định khi lựa chọn sản phẩm.

Liên quan tới việc chuẩn bị hàng hóa phục vụ nhu cầu mua sắm dịp cuối năm, mới đây UBND TP. Hà Nội đã ban hành Công văn số 5205/UBND-KT ngày 13/10/2026 về việc giải pháp đẩy mạnh phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng để góp phần đạt mục tiêu tăng trưởng năm 2026.

Theo đó, TP. Hà Nội yêu cầu Sở Công Thương chủ động triển khai hoặc phối hợp với các địa phương khác tổ chức các hoạt động kết nối doanh nghiệp phân phối với doanh nghiệp sản xuất hàng hóa nhằm hỗ trợ tiêu thụ các mặt hàng sản xuất trên địa bàn hoặc đa dạng hóa nguồn hàng để kích cầu mua sắm trên quy mô lớn. Đồng thời, tổ chức các đợt khuyến mãi tập trung trên quy mô toàn thành phố và triển khai các chương trình khuyến mãi tập trung do Bộ Công Thương phát động. Đẩy mạnh các hoạt động kết nối cung - cầu, nhất là tại các khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa; tổ chức đưa hàng Việt về khu vực nông thôn.

Tăng cường hoạt động kiểm tra, giám sát thị trường, chú trọng kiểm tra về giá, chất lượng sản phẩm, việc chấp hành các quy định về an toàn thực phẩm trong quá trình triển khai các chương trình kích cầu tiêu dùng để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và hỗ trợ xây dựng thương hiệu sản phẩm có chất lượng tốt.

Tuấn Ngọc