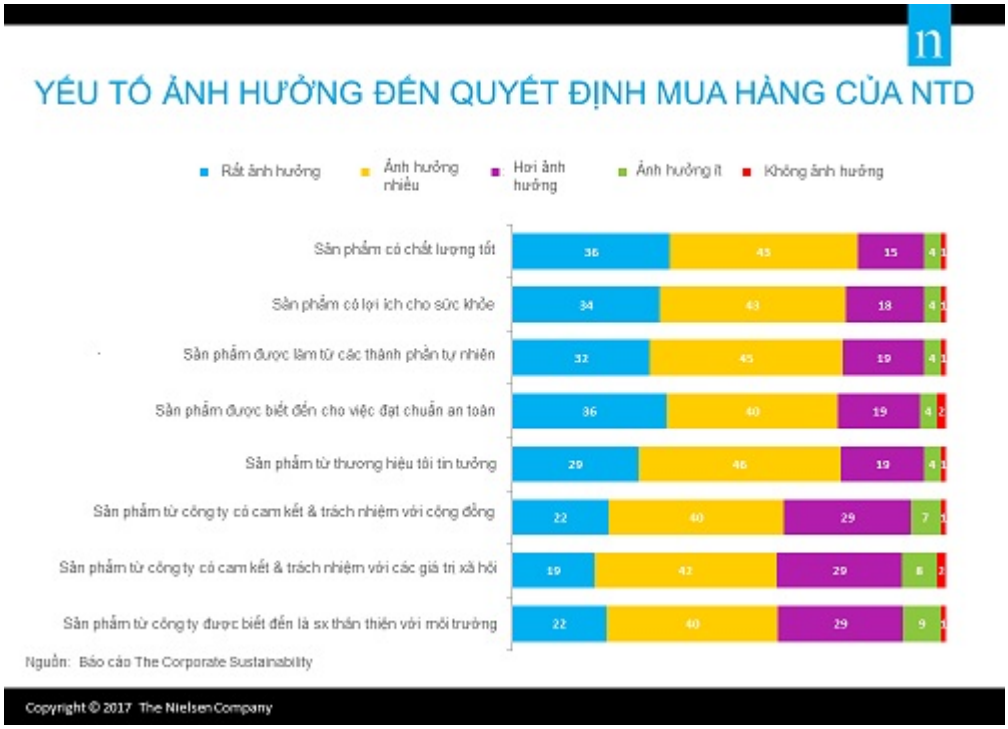
TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Người tiêu dùng Việt Nam hướng đến những giá trị bền vững

20:19 28/04/2017

Theo một báo cáo mới đây của Nielsen toàn cầu cho thấy, người tiêu dùng (NTD) Việt Nam đã và đang hình thành thói quen mua sắm theo xu hướng những cam kết từ giá trị bền vững của sản phẩm.

Nielsen chỉ ra rằng, NTD Việt có tinh thần hướng đến xã hội và sự phát triển bền vững cao nhất trong khu vực Đông Nam Á. Có đến 86% người tiêu dùng Việt sẵn sàng chi trả cao hơn để mua sản phẩm/dịch vụ từ các công ty có ảnh hưởng tích cực đến xã hội & môi trường, so với 76% người tiêu dùng khu vực Đông Nam Á.



Báo cáo của Nielsen cho thấy, NTD Việt đang hình thành xu hướng mua sắm theo xu hướng những giá trị bền vững

Trong đó, NTD Philippines, Indonesia và Trung Quốc cũng nằm trong danh sách người tiêu dùng có tinh thần hướng đến xã hội cao nhất, với các chỉ số lần lượt

là 85%, 83% và 80%.

Báo cáo về Cam kết phát triển bền vững của Nielsen toàn cầu được thực hiện dựa trên kết quả khảo sát trực tuyến trên 60 quốc gia với hơn 30.000 đáp ứng tham gia trả lời. Các câu hỏi được đưa ra xoay quanh các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của NTD như môi trường, bao bì, giá sản phẩm, tiếp thị và các yếu tố liên quan đến hữu cơ, sức khỏe mà các nhà sản xuất cam kết khi tung sản phẩm của họ ra thị trường.

Ngoài ra, báo cáo của Nielsen cũng cho thấy, một trong những yếu tố liên quan đến cam kết bền vững hàng đầu mà ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của NTD ở Việt Nam là các sản phẩm chất lượng cao (79%), sản phẩm được biết như các sản phẩm tốt cho sức khỏe và lợi ích cho cơ thể (77%) và sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên, tươi sống và/hoặc các thành phần hữu cơ (77%). Hơn nữa, các sản phẩm với tiêu chuẩn an toàn cao cũng chiếm 76%.

Trong những năm gần đây, một số tác động tiêu cực từ thời tiết bất lợi và sự ô nhiễm nên thật khó lòng khi NTD không phải lo lắng về các vấn nạn môi trường và xã hội ngày nay.



Những sản phẩm có chất lượng tốt và mang tính bền vững luôn được NTD chọn lựa

Theo phân tích của Dayal, sự kết hợp các yếu tố mang tính chất bền vững vào các sản phẩm/dịch vụ cung cấp cho khách hàng, cùng với các mục tiêu nhằm thể hiện trách nhiệm với cộng đồng, xã hội sẽ là một phương thức tốt nhất để

tăng sự tín nhiệm của khách hàng đối với các sản phẩm mà nhà sản xuất cung cấp đến NTD.

“Những công ty nổi tiếng về cam kết bền vững sẽ có một lợi thế vượt bậc so với các công ty khác, xét về mặt thu hút nhân tài, đầu tư, các đối tác cộng đồng và trên hết là NTD”, Dayal nhấn mạnh.

Bảo Lan