**Bài thu hoạch tham quan thực tế siêu thị Emart**

**1. Giới thiệu**

Địa điểm của buổi tham quan thực tế là siêu thị Emart - một trong những vụ chủ siêu thị rất được nhiều người quan tâm và yêu thích. Mục đích của chuyến đi này là để phục vụ cho quá trình nghiên cứu của môn học tâm lý học đại cương, đó chính là chủ đề tìm hiểu hành vi và nhu cầu của khách hàng trong thời kỳ dịch covid

**2. Tổng quan về địa điểm tham quan**

Thời gian mở cửa từ 9:00 đến 11:00 ( chủ nhật, ngày 20 tháng 12 năm 2022)

Tổng quan về Emart: Emart đang trở thành công ty bán lẻ dẫn đầu thế giới, bằng cách xây dựng phong cách sống vui sống khỏe cho khách hàng, và tạo ra lợi ích cho sự tăng trưởng cộng đồng địa phương căn cứ theo tôn chỉ hoạt động của công ty.

Hiện tại, Emart đang mở rộng kinh doanh tại thị trường Việt Nam vì đây được xem là khu vực kinh tế tăng trưởng nhanh chóng và nhiều tiềm năng. Sau khi được cấp giấy chứng nhận đầu tư vào tháng 10 năm 2014 và và giấy phép xây dựng vào tháng 2015, Emart Xây dựng và khai trương đại siêu thị đầu tiên tại số 366 đường Phan Văn Trị, phường 5, quận Gò Vấp, thành phố Hồ Chí Minh. Song song đó, Emart cũng đang đẩy mạnh kế hoạch xây dựng chuỗi siêu thị lớn tại thành phố Hồ Chí Minh.

Emart mang đến một môi trường mua sắm hiện đại cho người dùng với các khu trưng bày sản phẩm sạch sẽ và sang trọng, cũng như cung cấp những mặt hàng chất lượng nhất với giá tốt nhất. Các mặt hàng trong Emart rất đa dạng cung cấp đến người tiêu dùng nhiều mặt hàng tươi sống như: rau củ, quả, thịt, cá và những loại thực phẩm đã chế biến sẵn. Bên cạnh đó còn nhiều mặt hàng gia dụng, đồ dùng trong bếp,... giúp cho người tiêu dùng tiện trong việc lựa chọn.

Cách làm việc của nhân viên cũng rất tốt, Họ bán hàng rất có tâm, họ am hiểu tất cả các mặt hàng và rất khéo léo khi tiếp xúc với khách hàng. Đặc biệt họ rất thân thiện và luôn mỉm cười khi cúi đầu với khách.

**3. Việc ý thức phòng chống dịch covid của người dân khi tới mua tại siêu thị Emart**

Việc vòng chống covid tại Emart đối với nhân viên bán hàng là rất quan trọng, họ đều mang khẩu trang trong suốt quá trình hoạt động của mình. Phía bên ngoài luôn có người túc trực với việc liên tục đo nhiệt độ của khách.

Tuy nhiên về phía người tiêu dùng khi đã đến Emart họ đều chấp hành các quy định ở cửa hàng và luôn mang khẩu trang trong suốt quá trình đi mua sắm. Trước khi vào Họ luôn để người trực đo nhiệt độ cơ thể và rửa tay với dung dịch rửa tay khô.

**4. Nhu cầu mua sắm của người dân trong mùa dịch covid**

Trước diễn biến của dịch covid, tâm lý chung của người dân thường là lo ngại về vấn đề lương thực và những đồ dùng thiết yếu sẽ hết, vì thế đa số người dân đã đổ xô ra mua thực phẩm tích trữ cùng nhiều mặt hàng phục vụ cho đời sống của họ. Điều này làm cho thị trường có nhận biến động lớn.

Trong những mặt hàng có bán ở chợ, các mặt Hàng được người dân mua nhiều nhất gồm mì tôm, xúc xích, trứng, sữa, gạo, mì ăn liền và thực phẩm chế biến sẵn, cùng các như giấy vệ sinh, túi giấy, các loại gia vị,... Theo như quan sát của tôi về mùa dịch này, thì trong khoảng thời gian tham quan, số người mua sắm trong khung giờ tham quan rất là đông. các gian hàng thiết yếu chật kín người, nơi đâu cũng tấp nập người qua lại mua hàng. Qua sự tìm hiểu của tôi tại siêu thị thì họ đã chủ động tích trữ lượng hàng hóa dự trữ sẵn cho Tết Nguyên Đán. Lượng Hàng hóa này Đủ để phục vụ lượng lớn nhu cầu của người tiêu dùng nên số tiền lương hàng hóa được nhập về khá là nhiều trong tình trạng khan hiếm nhưng giá cả vẫn ổn định, không tăng bất hợp lý.

**5. Cảm nhận của bản thân sau chuyến đi**

Sau chuyến đi trải nghiệm thực tế ở hệ thống siêu thị Emart,Tôi đã được học rất nhiều kiến thức thực hành. Từ được Tìm hiểu về hành vi và nhu cầu của khách hàng trong tình hình covid khó khăn, kinh tế suy thoái đến ý thức mua hàng mùa cô Bích của họ, tất cả đã giúp ích cho tôi rất nhiều để làm bài báo cáo về môn học này.

Các thông tin về hành vi và nhu cầu mua sắm của khách hàng đã cung cấp cho tôi những dữ liệu thiết thực nhất để nắm bắt được tâm lý mua hàng của khách hàng trong giai đoạn khó khăn này. Và cho so sánh được tâm lý mua hàng giữa thời kỳ này và thời kỳ trước. đồng thời giúp tôi đưa ra những giải pháp để khắc phục các hạn chế hiện tại.