

Thứ Sáu, 14/07/2017 02:02

[Sức ép cạnh tranh lớn trên thị trường bán lẻ \[1\]](#)



Được đánh giá là một trong 30 thị trường bán lẻ (TTBL) có sức hấp dẫn nhất thế giới, thời gian qua TTBL Việt Nam liên tục thu hút các nhà đầu tư nước ngoài. Bên cạnh sự áp đảo về tài chính, nguồn hàng cung ứng, các nhà bán lẻ nước ngoài còn có chiến lược kinh doanh đa dạng, phương pháp quản trị hiện đại, chuyên nghiệp,... Nếu các doanh nghiệp (DN) Việt Nam không có giải pháp, chiến lược phát triển hợp lý, chắc chắn sẽ bị thua ngay trên “sân nhà”.

Áp lực từ đối thủ ngoại

Sự kiện cửa hàng đầu tiên của 7-Eleven (chuỗi cửa hàng tiện ích hàng đầu thế giới có trụ sở chính tại Hoa Kỳ) được mở tại TP Hồ Chí Minh thời gian qua đã gây sự chú ý của không ít người tiêu dùng (NTD). Bên cạnh những sản phẩm thiết yếu, 7-Eleven Việt Nam cũng giới thiệu những sản phẩm mang thương hiệu riêng đến NTD Việt Nam. Cửa hàng này còn cung cấp bữa trưa công sở với hơn 20 món ăn linh hoạt, thay đổi mỗi ngày, phù hợp văn hóa ẩm thực bản địa. Đặc biệt, 7-Eleven còn có đầy đủ các tiện ích cần thiết cho khách hàng như khu vực ăn uống sạch sẽ, phủ sóng in-tơ-nét wi-fi toàn cửa hàng, dịch vụ ATM, thanh toán bằng thẻ và ứng dụng di động 7 Rewards để tìm kiếm và mua sắm online,... Thời gian tới, 7-Eleven tiếp tục mở thêm bốn cửa hàng, đặt mục tiêu đạt 100 cửa hàng trong ba năm và 1.000 cửa hàng sau 10 năm hoạt động tại thị trường Việt Nam.

Sự xuất hiện của chuỗi cửa hàng tiện ích 7-Eleven tại Việt Nam báo hiệu một cuộc cạnh tranh mới, khốc liệt và nóng bỏng hơn trong việc giành giật thị phần trên TTBL. Theo thống kê, hiện nay chuỗi cửa hàng tiện ích Vinmart+ (Vingroup) đang chiếm ưu thế với khoảng 900 cửa hàng trên cả nước; kế tiếp là Circle K, vào Việt Nam năm 2008 hiện có 242 cửa hàng; B's Mart 166 cửa hàng; Family Mart gần 150 cửa hàng,... Mặc dù TTBL là một “miếng ngon béo bở”, nhiều tiềm năng nhưng hiện tại các DN Việt Nam gặp nhiều khó khăn bởi hạn chế về nguồn lực, kỹ năng kinh doanh, hệ thống quản trị.

- [Trang Chủ](#)
- [Tin Tức](#)
- [Danh Bạ](#)
- [Thương Mại](#)

Trong khi đó, những nhà đầu tư nước ngoài, với kế hoạch bài bản, đầu tư nhanh chóng, quyết liệt dưới nhiều hình thức đã nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường này với 53% thị phần.

Chuyên gia trong lĩnh vực bán lẻ Vũ Vinh Phú cho rằng, các tập đoàn bán lẻ nước ngoài có thế mạnh về vốn, công nghệ kinh doanh, quản trị DN và chuỗi thu mua phân phối toàn cầu. Do đó, họ có thể áp đảo DN trong nước. Trong khi đó, DN Việt Nam lại hết sức khó khăn về vốn, điều kiện sản xuất, hệ thống phân phối nhỏ lẻ... 7-Eleven không chỉ là đối thủ đáng gờm của DN bán lẻ trong nước mà còn là nhân tố tạo nên một cuộc cạnh tranh khốc liệt hơn tại TTBL Việt Nam. Họ đang đi vào một thị trường ngách nhiều tiềm năng khi cung cấp đồ ăn nhanh, hàng hóa tiện dụng hằng ngày với thời gian phục vụ 24/24 giờ. Chưa biết hệ thống sẽ vận hành thế nào, chiếm được cảm tình NTD ra sao, nhưng bữa ăn nhanh mang thương hiệu lớn của thế giới, giá cả phù hợp với mức thu nhập dân văn phòng, lại không bao giờ ngừng phục vụ là điểm lợi thế của 7-Eleven.

Liên kết phát triển hình thức bán lẻ mới

Phó Tổng giám đốc Tổng công ty Thương mại Hà Nội (Hapro) Nguyễn Tiến Vượng khẳng định, muốn cạnh tranh với hàng ngoại nhập và có chỗ đứng bền vững, các DN trong nước cần phải nâng cao chất lượng hàng hóa, hạ giá thành sản phẩm cũng như xây dựng được sản phẩm bán lẻ với dịch vụ cung ứng chất lượng cao, tận dụng tốt các cơ hội để nắm bắt thị trường. Trong đó, các DN tập trung vào những vấn đề cốt lõi như: Vượt qua các thách thức từ mô hình mua sắm truyền thống chuyển sang hình thức mua sắm hiện đại và đầu tư vào chuỗi các cửa hàng, siêu thị bán lẻ, liên kết để phát triển các hình thức bán lẻ mới; xây dựng thương hiệu và tham gia mạnh mẽ vào các mô hình bán hàng thông qua thương mại điện tử, bán hàng trực tuyến trên truyền hình, điện thoại,... nhanh chóng tạo lập, phát triển hệ thống chuỗi, đại lý ở các địa phương; kết nối với các nhà cung cấp và trở thành nhà phân phối cho nhiều nhà sản xuất nhằm tạo kênh hàng hóa phục vụ cao nhất cho nhu cầu xuất khẩu và thị trường trong nước.

Hiện nay, Hapro chủ trương phát triển hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện ích bám theo khu vực dân cư và tiếp tục phát triển thương hiệu Hapro ra các khu vực dân cư mới, khu vực ngoại thành; tập trung phát triển thị trường nông thôn, coi đây là khu vực thị trường chiến lược trong thời gian tới.

Tương tự, đại diện Liên hiệp Hợp tác xã Thương mại TP Hồ Chí Minh (Saigon Co.op) cho biết, trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt, điều tất yếu các DN phải chọn cách đi riêng để tồn tại. Saigon Co.op xác định tiếp tục mở rộng hệ thống Co.opmart, Co.opFood - là những hệ thống có quy mô vừa và phục vụ khách hàng số đông; tiếp tục liên doanh với các đối tác để triển khai những mô hình lớn như: đại siêu thị Co.op Xtra, khu phức hợp Vivo City. Trong liên doanh này, Saigon Co.op xác định nguyên tắc xuyên suốt với đối tác là phần bán lẻ siêu thị, đại siêu thị phải là độc quyền Saigon Co.op,...

Việc xây dựng chiến lược và quy hoạch mạng lưới bán lẻ, siêu thị ở Việt Nam thời gian qua chủ yếu mang tính tự phát, tạo sự mất cân đối giữa cung, cầu trên địa bàn cả nước và các địa bàn trọng điểm. Vì vậy, Nhà nước và các cơ quan chức năng cần hoạch định chính sách cụ thể để xây dựng mạng lưới bán lẻ phù hợp với tình hình thực tế. Đồng thời, có các chính sách về hỗ trợ mặt bằng kinh doanh siêu thị; chính sách tài chính, tín dụng; chính sách khuyến khích đầu tư trong nước và nước ngoài,... để giúp DN Việt Nam phát triển hệ thống quy mô lớn, chuỗi siêu thị Việt Nam.

Sức ép cạnh tranh lớn trên thị trường bán lẻ

Published on Tin Tục Thương Mại Xuất Nhập Khẩu (<http://thuongmai.vn>)

Việt Nam là TTBL đầy tiềm năng nhưng chúng ta chưa khai thác được hết. Cả một vùng nông thôn rộng lớn nhưng hoàn toàn thiếu vắng bóng dáng của các hệ thống bán lẻ, nhất là ở các xã và thị trấn. Nếu khai thác được thị trường này, chắc chắn sẽ tạo bước đột phá cho các DN bán lẻ Việt Nam. PHAN THẾ RUỆ - Nguyên Thứ trưởng Thương mại

HOÀNG ANH và PHẠM DŨNG

Nguồn: Báo Nhân Dân

Thị Trường: [Thị Trường Cạnh Tranh](#) [2]

Source URL: <http://thuongmai.vn/suc-ep-canhh-tranh-lon-tren-thi-truong-ban-le.html>

Links:

[1] <http://thuongmai.vn/suc-ep-canhh-tranh-lon-tren-thi-truong-ban-le.html>

[2] <http://thuongmai.vn/thi-truong/thi-truong-canhh-tranh.html>