TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Chuyển đổi số, Cạnh tranh và thích nghi với sự thay đổi

05:08 14/05/2020

Mỗi doanh nghiệp đều có những ưu và nhược điểm, để bắt đầu bước vào cuộc chiến 4.0 bạn buộc phải hiểu rõ “năng lực doanh nghiệp” của mình, để biết mình đang ở đâu trong cuộc hành trình 4.0. Chuyển đổi số có thể tạo ra đột phá cho cả những đối thủ không ngờ nhất.



Cạnh tranh và thích nghi với sự thay đổi là diều vô cùng cần thiết đối với mỗi doanh nghiệp (Ảnh: internet)

Có thể nhận thấy những doanh nghiệp cuối cùng buộc phải đóng cửa hầu như là những doanh nghiệp đã bỏ qua việc theo kịp nhu cầu của thị trường. Trong thời đại IOT (internet of things) - mạng lưới vạn vật kết nối Internet, thì sự hụt hơi của những ngành kinh doanh, hay kinh doanh những lĩnh vực không hợp thời, không theo kịp xu thế và đặc biệt là không thể ứng dụng trên internet là điều khó tránh khỏi.

Việc những doanh nghiệp đó phải đóng cửa là một triệu chứng lớn nhất của sự thay đổi phương thức và sở thích mua hàng trong thập niên qua. Cán cân dường như quá chênh lệch, khi kinh doanh truyền thống cần nhiều chi phí cho mặt bằng, nhân viên, và rất nhiều chi phí quảng bá mới có thể khiến người tiêu dùng đến với cửa hàng của mình, đặc biệt là với thương mại điện tử chỉ cần một cú nhấp chuột và liên tục có vô số những khuyến mãi cực kỳ hấp dẫn.

Không thể thờ ơ với Chuyển đổi số

Gọi đó là những "thảm họa doanh nghiệp" bởi vì sự sụp đổ của các doanh nghiệp này là điều không thể ngờ tới với nhiều người. Khó có thể biết trước các doanh nghiệp lớn và truyền thống, đã từng sừng sững ở đó có khi đến hàng trăm năm, từng nắm thị phần lớn nhất trong ngành của mình lại biến mất trong một khoảng thời gian vô cùng ngắn ngủi. Điểm yếu của họ chính là bị giới hạn bởi sức ì của hệ thống cơ chế, quy trình, vì thế mất đi khả năng linh hoạt và sáng tạo. Và điểm chung của những đế chế này là đều bị thất bại trước những startup công nghệ - nói cách khác, họ đã bị công nghệ đánh bại.

Những doanh nghiệp muốn tồn tại trong nhiều thập kỷ tới sẽ luôn phải thức thời, đi theo xu hướng của thị trường - và tất nhiên rồi - không thể rời xa sự phát triển song hành của công nghệ.

Tuy nhiên, không chỉ là lời cảnh tỉnh cho những doanh nghiệp lớn, những startup hay doanh nghiệp quy mô nhỏ cũng cần thức thời để không đi theo vết xe đổ. Chuyển đổi số là sân chơi công bằng cho tất cả mọi doanh nghiệp, ở đó bất kì ai đủ nhanh nhạy cũng có thể tìm được miếng bánh cho riêng mình. Việc bị đào thải sẽ không kiêng dè bất kỳ ai nếu không bắt kịp thời đại.

Đơn cử như Henri Bendel thất bại sau hơn 100 năm kinh doanh; Payless đóng hàng trăm cửa hàng ở Mỹ và Canada; một doanh nghiệp từng có giá trị 6 908 tỷ USD phá sản trong 2 năm,... Thập kỷ qua đã chứng kiến sự ra đi của nhiều gã khổng lồ một cách đáng tiếc.

Sự phát triển của công nghệ kéo theo sự thay đổi căn bản cách người tiêu dùng và doanh nghiệp tương tác. Bên cạnh sự vùng lên chiếm lĩnh một vị trí vững chãi trong ngành của những ông lớn như Amazon, Netflix, Facebook, Apple,... thì lại là sự đánh dấu chấm hết cho một số không ít doanh nghiệp không theo kịp sự thay đổi của thế giới.

Dưới đây là một số "thảm họa doanh nghiệp" lớn nhất của kinh tế thế giới trong thập niên - theo danh sách của Business Insider

Payless (1956)đã từng là chuỗi giày dép thuộc sở hữu gia đình lớn nhất ở Hoa Kỳ. Đạt đỉnh cao kinh doanh vào những năm 1990, Payless từng bán được 250 triệu đôi giày mỗi năm. Điểm đặc biệt nằm ở chiến lược tự phục vụ, khi cho phép khách hàng tự do mua giày, công ty này cắt giảm được một lượng lớn nhân sự và tiết kiệm đáng kể chi phí vận hành. Thêm vào đó, một điểm mạnh của Payless so với các đối thủ trên thị trường là những đôi giày giá rẻ: chỉ từ 3 USD (tương đương với 25 USD ngày nay).

Nhưng Payless đã không tính đến sự cạnh tranh từ các nhà bán lẻ giảm giá như Target và Walmart, vốn nhanh chóng trở nên nổi tiếng trong suốt những năm 2000. Và thời điểm quyết định là khi các nhà bán lẻ trực tuyến như Zappos bắt đầu thống trị, doanh số của Payless đã chật vật. Việc bán lẻ trực tuyến ngày càng phát triển đã khiến Payless - một gã khổng lồ vốn mạnh về chuỗi cửa hàng bán lẻ - đã trở nên đuối sức khi không theo kịp sự chuyển dịch của thời đại số.

Lần đầu tiên Payless nộp đơn xin phá sản là vào tháng 4/2017 với 4.000 cửa hàng ở 30 quốc gia. Thời điểm tái cấu trúc năm 2012, công ty vẫn phải vật lộn với khoản nợ 847 triệu USD. Sau khi lần đầu xin phá sản, Payless đã đóng cửa 700 cửa hàng và giảm bớt 435 triệu USD tiền nợ. Công ty quay trở lại hoạt động vào tháng 8/2017. Tháng 2/2019, Payless đã phải lần thứ 2 xin phá sản và đóng cửa toàn bộ 2.500 cửa hàng tại Mỹ. Hồ sơ ghi nhận công ty có khoản nợ 470 triệu USD.

Vào thời kỳ đỉnh cao năm 2004, Blockbuster đã tuyển dụng 60.000 người. Với hơn 9.000 địa điểm kinh doanh trên toàn cầu, gã khổng lồ cho thuê phim được định giá khoảng 5 tỷ đô la.

Năm 2000, nhà sáng lập Reed Hastings của công ty còn non trẻ Netflix đã đề xuất hợp tác với gã khổng lồ Blockbuster sử dụng kho video của Blockbuster online và quảng cáo thương hiệu cho hãng. Đổi lại, Blockbuster sẽ cung cấp dịch vụ Netflix trong các cửa hàng của mình. Sau đó 10 năm, Blockbuster phá sản còn Netflix hiện là công ty có tổng giá trị khoảng 28 tỷ USD (ước tính vào năm 2014), cao gấp 10 lần so với tổng giá trị của Blockbuster vào thời đỉnh cao.

Sự phát triển không ngừng của Internet đã tạo nên một cuộc cách mạng. Nhiều người đã chuyển từ xem phim DVD sang xem phim trực tuyến cùng truy cập các nội dung khác qua mạng Internet, trong khi đó Blockbuster lại không chịu thay đổi nhanh chóng để bắt kịp xu thế này.

Từ một công ty hầu như nắm phần lớn thị phần cho thuê DVD trở thành một công ty lạc hậu, Blockbuster buộc phải đệ đơn xin phá sản vào năm 2010, kéo

theo sự đóng cửa của hàng loạt cửa hàng và khiến hàng ngàn người mất việc. Tháng 11/2013, Blockbuster đã tuyên bố đóng cửa 300 cửa hàng còn lại thuộc công ty. Tuy nhiên các cửa hàng nhượng quyền thương mại tại 50 quốc gia khác vẫn sẽ mở cửa.

Borders Group từng là hãng bán lẻ sách lớn thứ 2 tại Mỹ sau Barnes & Noble và là cơn ác mộng của các cửa hàng bán sách nhỏ khi mở rộng hoạt động mạnh mẽ tại Mỹ giữa những năm 1990. Borders có hơn 600 địa điểm tại các sân bay, trung tâm mua sắm và trung tâm mua sắm ở Mỹ và châu Á Thái Bình Dương.

Tuy nhiên, đây cũng chính là sai lầm lớn dẫn đến thất bại của gã khổng lồ sách này khi ưu tiên mở rộng các cửa hàng sách truyền thống thay vì phát triển những sản phẩm số theo xu hướng của người sử dụng. Năm 1997, Amazon được thành lập với vai trò một hiệu sách trực tuyến. Và câu chuyện trở nên căng thẳng hơn khi vào năm 2007, Amazon đã cho ra mắt Kindle - trình đọc sách điện tử đầu tiên trên thế giới và là sản phẩm đã khiến cổ phiếu của Amazon tăng mạnh, dần chiếm lĩnh thị trường của 2 ông lớn. Thời điểm đó, Barnes & Nobles đã nhận ra xu hướng của khách hàng và cũng tung ra những đầu sách điện tử của riêng mình để tồn tại trong thời đại kỹ thuật số. Tuy nhiên doanh thu hàng năm vẫn bị giảm mạnh còn Amazon không ngừng tăng trưởng thị phần.

Thất bại trong việc thích ứng với những thay đổi trong thị hiếu của khách hàng, năm 2011 Borders nộp đơn xin phá sản ở thời điểm hãng sở hữu 650 cửa hàng. Cửa hàng cuối cùng được thanh lý và đóng cửa vào tháng 9/2011.

Sports Authority từng là nhà bán lẻ lớn nhất về các mặt hàng thể thao ở Mỹ. Năm 2005, Sports Authority có doanh số 2,5 tỷ đô la trên gần 400 cửa hàng, là địa điểm đến được nghĩ đến đầu tiên về mặt hàng thể thao và dụng cụ tập luyện trong suốt những năm 1990. Trong thời đại tiền Internet, đó là một gã khổng lồ thực sự đáng gờm.

Tuy nhiên trong suốt thập kỷ tiếp theo, Sports Agency phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các doanh nghiệp tương tự như Dicks Sports Goods. Và cuối cùng sự ra đời của các giao dịch bán lẻ trực tuyến được thực hiện trên Amazon và giao dịch với các giải đấu thể thao đã đánh dấu sự lung lay chính thức từ công ty này.

Vào tháng 3/2016, Sports Authority đã nộp đơn xin phá sản với một khoản nợ khổng lồ. Nó có 7.500 nhân viên tại thời điểm đó. Cùng năm đó, chuỗi này đã đóng cửa tất cả các cửa hàng trên toàn quốc.

Sự chuyển đổi chóng mặt của doanh số từ các thương hiệu bán lẻ truyền thống sang các đại lý trực tuyến cùng sự thay đổi thị hiếu đã đẩy các công ty truyền thống không thể bắt kịp thời đại như Sports Authority đến bờ vực sụp đổ.

Charming Charlies (2004), kinh doanh thời trang và phụ phụ nữ đã phải đối mặt với chi phí hoạt động không bền vững, bao gồm cả chi phí bất động sản, mà nhiều cửa hàng truyền thống đang chiến đấu với các nhà bán lẻ trực tuyến. trong khi xu hướng tìm đến trung tâm mua sắm đã giảm đi rất nhiều. Những người trẻ - thành phần khách hàng chính mà công ty ngày càng đi theo xu hướng mua sắm trực tuyến. Charming Charlies chính thức đóng cửa trang web và toàn bộ cửa hàng vào tháng 8/2019.

Gymboree (1976), thương hiệu quần áo trẻ em cao cấp này đã bắt đầu một thập kỷ tuyệt vời. Nhưng sau đó mọi thứ trở nên tồi tệ và nộp đơn bảo hộ phá sản ngày 17/01/2019.

A & P - viết tắt của Great Atlantic & Pacific Tea (1859) - là chuỗi cửa hàng tạp hóa lớn nhất ở Mỹ từ năm 1915 đến 1975.

Tuy nhiên, đến thập niên 1970, các cửa hàng của A & P đã lỗi thời so với đối thủ cạnh tranh - chính là các siêu thị lớn hơn với các tính năng hiện đại. Nộp đơn bảo hộ phá sản vào 30/10/2015

WOW Air (2011), lĩnh vực kinh doanh hàng không, trở thành lựa chọn phổ biến khi cung cấp các chuyến bay giá rẻ từ Mỹ đến châu Âu, thường với giá dưới 200 USD. Hãng đã vận chuyển hơn 400.000 hành khách trong năm 2013 và đạt hành khách thứ một triệu vào tháng 12/2014.

Tuy nhiên, những năm gần đây, WOW Air đã gặp rắc rối về tài chính do sự cạnh tranh ngày càng tăng trên các chuyến bay giá rẻ xuyên Đại Tây Dương đồng thời giá nhiên liệu tăng mà chưa thể tìm kiếm một nhà đầu tư trong nhiều tháng.

Vào ngày 28/3/2019, Wow Air bất ngờ tuyên bố ngừng mọi hoạt động, khiến hàng trăm hành khách mắc kẹt. Iceland đã chứng kiến sự sụt giảm đáng chú ý trong ngành du lịch và tỷ lệ thất nghiệp gia tăng.

Henri Bendel (1895) trở thành người tiên phong trong thế giới thời trang xa xỉ, kinh doanh phụ kiện dành cho phụ nữ.

Tuy nhiên, Henri Bendel tuyên bố vào tháng 9 năm 2018 rằng họ sẽ đóng cửa tất cả 23 cửa hàng và kết thúc kinh doanh vì thương hiệu 124 tuổi này đã không còn phù hợp với người tiêu dùng. Họ đã nộp đơn bảo hộ phá sản vào 28/ 1/

2019.

Toys “R" Us (1948), là thương hiệu bán lẻ các sản phẩm trẻ em của Mỹ từ một cửa hàng đã phát triển thành một chuỗi thương hiệu chuyên cung cấp đồ chơi, thời trang, video game và đồ dùng cho trẻ em. Nhờ có Toys “R” Us, giá trị của ngành công nghiệp đồ chơi đã tăng từ 500 triệu đô la năm 1950 lên 12 tỷ đô la vào năm 1990. Nhưng trước cuộc tấn công ồ ạt của thương mại điện tử đã và đang diễn ra, đặt dấu chấm hết cho đế chế đồ chơi nổi tiếng này. Toys “R" Us nộp đơn phá sản vào 29/6/2018.

Những câu chuyện buồn về các công ty không đủ sức mạnh vượt lên, cạnh tranh và thích nghi với sự thay đổi của thị trường. Sự thất bại của họ là bài học đắt giá về nền kinh tế thay đổi với tốc độ lớn cho những DN không theo kịp cuộc đua.

Linh Tuệ (T.H)