

"Cú hích" cho thị trường bán lẻ Việt Nam

09:56 14/03/2018

Cuộc CMCN 4.0 đang trong giai đoạn khởi sắc và sẽ tác động đến mọi lĩnh vực kinh tế - xã hội. Và cuộc cách mạng này trong lĩnh vực bán lẻ đang âm thầm diễn ra, mở ra nhiều cơ hội phát triển cho Việt Nam.

Đối với người tiêu dùng Việt, tại các cửa hàng bán lẻ truyền thống, có một sự bất tiện mà ai cũng biết đó là việc khi đi mua sắm thì luôn phải tự vận chuyển hàng hóa về nhà dù chúng nặng hay nhẹ, dù trời mưa hay trời nắng...

Nhưng hiện nay, với sự phát triển mạnh mẽ và năng động của các ngành dịch vụ bán lẻ hiện đại, thì các loại hình mua sắm trực tuyến chỉ với một cú click và món hàng bạn đã chọn, sẽ được giao hàng tận nơi đã trở nên phổ biến.

Có thể nói - đó là một bước chuyển mình mạnh mẽ của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam, những điều đó đã mang lại một lợi ích không hề nhỏ cho chính doanh nghiệp và người tiêu dùng.



Vì vậy, người tiêu dùng Việt Nam đã chẳng còn xa lạ gì với các mô hình kinh doanh kiểu mới như Uber, Grab (trong lĩnh vực giao thông, đi lại), Traveloka, Trivago, Airbnb (lĩnh vực du lịch, đặt phòng khách sạn), Tiki, Lazada, Sendo, A đây rồi!, Foody, (lĩnh vực thương mại điện tử)... Và còn rất nhiều mô hình thành công khác từ việc ứng dụng các công nghệ của cuộc CMCN 4.0 vào trong hoạt động kinh doanh, cũng như đời sống kinh tế, xã hội...

Theo thống kê “Báo cáo tổng quan thị trường di động Việt Nam đầu năm 2017” do Công ty Appota công bố, Việt Nam đang nằm trong top 20 nước có số người sử dụng internet cao nhất thế giới, với 49 triệu người kết nối với internet. Số người chỉ sử dụng điện thoại để truy cập Internet ở Việt Nam, đặc biệt là ở độ tuổi từ 18-34 tuổi, chiếm tỷ lệ rất cao, so với tỷ lệ người chỉ sử dụng máy vi tính hoặc sử dụng nhiều thiết bị khác nhau.

Hơn nữa, Việt Nam là nước được biết có kết nối di động cao: 55% người Việt sở hữu điện thoại thông minh, theo dự báo, đến năm 2020, cứ 10 người Việt sẽ có 8 người dùng điện thoại di động (Google APAC) và 46% người sở hữu máy tính cá nhân. Đây cũng chính là một lợi thế của ngành bán lẻ di động, máy tính nói riêng và kéo theo đó là xu hướng mua bán online tại Việt Nam nói chung sẽ ngày một gia tăng.

Theo nghiên cứu của Nielsen, Việt Nam đang có khoảng 23 triệu người thường xuyên mua sắm trực tuyến, chi tiêu của nhóm này đang chiếm một phần ba chi tiêu trên thương mại điện tử của người tiêu dùng tại Việt Nam. Cụ thể, tại các đô thị lớn, tỷ lệ dân số có sử dụng điện thoại lên đến 95%. Trong đó, 78% là sử dụng smartphone, với những tiện ích từ smartphone mang lại, người sử dụng có thể truy cập mạng xã hội, đọc tin tức, chat và chơi game.

Ngoài ra, người Việt Nam còn dùng smartphone để tìm mua sắm mọi sản phẩm cần thiết, từ việc tìm thông tin sản phẩm, xem đánh giá bình luận và so sánh về giá cả mỗi khi dự định mua một món hàng nào đó. Smartphone cũng tạo ra sự cạnh tranh khốc liệt hơn trong mọi lĩnh vực kinh tế - xã hội. Rõ ràng, dịch vụ bán lẻ trong cách mạng công nghiệp 4.0 cũng cần được phát triển một cách thông minh, với hỗ trợ của công nghệ số.

Ngoài việc mua sắm trực tuyến trên các website thì việc mua đồ qua facebook, zalo hiện nay cũng đã phổ biến với khá nhiều độ tuổi trong xã hội. Dù không có thống kê đầy đủ về tác động của mạng xã hội đối với ngành bán lẻ, nhưng ta không thể phủ nhận được mức lan tỏa, độ ảnh hưởng của chúng trong tăng trưởng của ngành ngay từ bây giờ và trong tương lai.

Đối với các doanh nghiệp bán lẻ, đây cũng là một cơ hội để chúng ta có thể tuyên truyền, quảng bá những thông tin lên mạng, lên website. Đưa những sản phẩm, dịch vụ chuẩn từ chất lượng đến giá cả tới khách hàng, đồng thời cũng có thể nhận lại những báo xấu, bình luận những điều mà khách hàng chưa hài lòng ở mỗi khâu, mỗi dịch vụ khác nhau. Đây cũng là một cách để các doanh nghiệp có thể tự nhìn ra những chỗ còn khuyết thiếu để bổ sung thêm hay để phát triển những điểm mạnh hơn.

Tại Hội thảo SMART INDUSTRY WORLD 2017, Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc đã khẳng định: "CMCN 4.0 là cơ hội để thực hiện khát vọng phồn vinh của dân tộc. Tận dụng cơ hội từ cuộc cách mạng này - là yếu tố then chốt, quyết định thành công của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước".

Thanh Bình