

Doanh nghiệp bán lẻ bắt nhịp xu hướng mới, vững vàng trên đường phát triển

11:27 09/04/2022

Năm 2021 là một quãng thời gian đầy khó khăn với thị trường bán lẻ Việt Nam. Những tháng cuối năm ghi nhận những tín hiệu khởi sắc sẽ thúc đẩy đà phục hồi của thị trường. Hệ thống phân phối bán lẻ vừa thúc đẩy tiêu thụ, xuất khẩu hàng hóa, vừa tạo điều kiện, tiền đề để các doanh nghiệp chủ động nâng cao chất lượng sản phẩm, nỗ lực nâng sức cạnh tranh.

Nhìn vào bức tranh ngành bán lẻ những năm gần đây có thể thấy, ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch Covid-19 đã khiến doanh thu và lợi nhuận doanh nghiệp ngành bán lẻ bị sụt giảm mạnh. Tuy nhiên, các doanh nghiệp bán lẻ đã có nhiều động lực hồi phục khi hoạt động sản xuất, kinh doanh, mua sắm và chi tiêu được đẩy mạnh phù hợp hơn với xu hướng tiêu dùng mới.



Người tiêu dùng Việt Nam hào hứng với kênh bán lẻ hiện đại.

Hiện nay, nhu cầu của người tiêu dùng cũng đã khác nên bên cạnh chuyển đổi số, ngành bán lẻ cũng bắt kịp sự thay đổi của thị trường. Căn cứ vào từng thời điểm cũng như giai đoạn “bùng nổ” nhu cầu mua sắm với đa dạng các mặt hàng, từ thời trang, hóa mỹ phẩm đến trang trí nội thất, điện máy,...các nhà bán lẻ đã có chiến lược cung ứng cũng như phương thức phục vụ người tiêu dùng trong tình hình mới.

Mặc dù các cơ sở kinh doanh dịch vụ đã được phục vụ khách hàng tại chỗ, cùng nhiều hoạt động thương mại đã từng bước mở cửa trở lại, song khách hàng gần như đã quen dần với việc mua sắm hàng hóa trên các sàn thương mại điện tử. Kênh mua sắm trực tuyến ngày càng tiện lợi mỗi khi khách hàng có nhu cầu là có thể đặt hàng bất kể lúc nào, thanh toán qua chuyển khoản rất thuận tiện, hàng được giao tận nhà...

Thực tế thời gian qua, dịch bệnh đã khiến hầu hết người dân đã chuyển dần thói quen mua sắm, từ trực tiếp sang trực tuyến. Giới chuyên gia trong ngành bán lẻ cũng khẳng định, trước sự thay đổi cách mua sắm của người tiêu dùng, các nhà bán lẻ cần nắm bắt xu hướng để có thể chuyển mình nhanh chóng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng, đặc biệt trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 ngày càng phát triển mạnh mẽ.

Đưa ra những chiến lược dài hơi để có thể đảm bảo sự phát triển ổn định trong ngành bán lẻ trong bối cảnh mới, bà Võ Thị Khánh Trang, Phó giám đốc bộ phận nghiên cứu của Savills Việt Nam cho rằng, các thương hiệu cần phải chú ý đến những kế hoạch bền vững để giữ được lượng khách trung thành của mình, song song với đó là những chiến lược về dịch vụ chăm sóc khách hàng, hậu mãi ngay trong thời gian tới.

Thời gian qua, các doanh nghiệp bán lẻ đã nỗ lực để thích ứng, như củng cố hoạt động sản xuất, kinh doanh; nâng cao chất lượng đội ngũ nhân sự; đổi mới phương thức kinh doanh phù hợp với tình hình. Đáng chú ý, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân trong bối cảnh dịch bệnh, ngành bán lẻ đã đẩy mạnh hơn phương thức bán hàng đa kênh, trong đó kênh bán hàng trực tuyến tăng trưởng nhanh chóng.

Trên thực tế, các doanh nghiệp cung ứng hàng hóa đều nắm rõ vấn đề này, song không phải doanh nghiệp nào cũng đáp ứng được những điều kiện, quy định. Khó khăn chủ yếu vẫn là do quy mô doanh nghiệp chi phối nguồn vốn và nguồn lực khiến mẫu mã cũng như chất lượng sản phẩm còn nhiều hạn chế, dẫn tới khó có thể cạnh tranh sòng phẳng trong bối cảnh hiện nay.

Lê Pháp (T/h)