

Mở rộng chuỗi bán lẻ: Nhiều cửa hàng chưa chắc nhiều lợi nhuận

06:26 26/10/2026

Thị trường bán lẻ tiếp tục mở rộng khi sức mua và nhu cầu tiêu dùng phục hồi, nhưng bài toán của các chuỗi hiện nay không còn đơn thuần là mở thêm điểm bán. Khi quy mô tăng nhanh, kiểm soát doanh thu, tồn kho, nhân sự và hiệu quả từng cửa hàng trở thành yếu tố quyết định khả năng tăng trưởng bền vững.

Tăng điểm bán, áp lực quản trị cũng tăng

Theo khảo sát, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tiếp tục duy trì đà tăng, tạo dư địa cho các mô hình bán lẻ hiện đại mở rộng mạng lưới. Tuy nhiên, phía sau tốc độ tăng số lượng cửa hàng là bài toán ngày càng phức tạp về vận hành.

Khi mạng lưới được mở rộng, mỗi điểm bán có đặc điểm khác nhau về vị trí, nhóm khách hàng, sức mua và cơ cấu sản phẩm. Nếu áp dụng một mô hình quản lý giống nhau cho toàn bộ hệ thống, doanh nghiệp có thể gặp tình trạng cửa hàng bán tốt phải gánh chi phí cho những điểm bán hoạt động kém hiệu quả.

Theo chuyên gia, điều quan trọng không phải có bao nhiêu cửa hàng mà là từng cửa hàng tạo ra bao nhiêu doanh thu và lợi nhuận, tốc độ quay vòng hàng hóa ra sao và chi phí vận hành được kiểm soát như thế nào.



Mở rộng chuỗi bán lẻ cần đi cùng khả năng kiểm soát doanh thu, tồn kho và hiệu quả từng điểm bán.

Đáng chú ý, tồn kho đang trở thành một trong những điểm dễ phát sinh chi phí khi chuỗi bán lẻ mở rộng. Một mặt hàng có thể bán nhanh tại khu vực này nhưng chậm tại khu vực khác. Nếu dữ liệu bán hàng không được cập nhật kịp thời, việc phân bổ hàng hóa dễ dẫn đến thiếu hàng ở điểm bán có nhu cầu cao, trong khi hàng tồn lại tập trung tại những cửa hàng có sức mua thấp.

Dữ liệu trở thành công cụ giữ hiệu quả

Theo khảo sát, khi quy mô chuỗi ngày càng lớn, quản lý bằng phương thức thủ công hoặc chỉ dựa vào báo cáo định kỳ khó đáp ứng yêu cầu vận hành. Doanh nghiệp cần theo dõi sát doanh thu, tồn kho, chi phí nhân sự, tỷ lệ hàng bán ra và lợi nhuận của từng điểm bán.

Đây cũng là lý do dữ liệu ngày càng giữ vai trò quan trọng trong ngành bán lẻ. Việc kết nối dữ liệu từ cửa hàng, kho hàng, kênh trực tuyến và hệ thống phân phối có thể giúp doanh nghiệp nhận diện nhanh những điểm bất thường, từ đó điều chỉnh lượng hàng, nhân sự và chương trình bán hàng.

Theo chuyên gia, mô hình bán lẻ hiện nay cũng đang chuyển từ tư duy “mở càng nhiều càng tốt” sang tối ưu hiệu quả trên từng mét vuông và từng điểm bán. Một cửa hàng có doanh thu cao nhưng chi phí thuê mặt bằng, nhân sự và

tồn kho lớn chưa chắc mang lại lợi nhuận tương xứng.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng cao, mở rộng chuỗi vẫn là hướng đi quan trọng để gia tăng độ phủ và tiếp cận khách hàng. Tuy nhiên, tốc độ mở rộng cần đi cùng năng lực quản trị. Nếu không kiểm soát được hiệu quả từng cửa hàng, quy mô càng lớn có thể đồng nghĩa với chi phí càng cao và rủi ro càng lớn.

Nam Sơn (t/h)