TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Năm 2024, Việt Nam trở thành mảnh đất “tiềm năng” cho các nhà bán lẻ?

06:30 08/01/2024

Hiện, quy mô thị trường bán lẻ Việt Nam đã vượt con số 180 tỷ USD và dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng trong những năm tiếp theo.

Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2023 tăng 9,6% so với năm 2022.



Năm 2024, Việt Nam trở thành mảnh đất “tiềm năng” cho các nhà bán lẻ? Ảnh internet.

Số liệu từ Ngân hàng thế giới cho thấy, tăng trưởng thu nhập bình quân đầu người Việt Nam giai đoạn 2017-2022 đạt 8,5%, cao nhất trong khu vực Đông Nam Á và cao gần gấp đôi mức bình quân tăng trưởng của thế giới. Số lượng người dân thuộc tầng lớp trung lưu và tỷ lệ dân cư thành thị cũng gia tăng nhanh chóng trong những năm vừa qua. Thu nhập tăng trưởng nhanh khiến cho giá trị giỏ hàng tiêu dùng của người Việt nâng lên nhanh chóng.

Năm 2023, quy mô thị trường bán lẻ Việt Nam đã vượt con số 180 tỷ USD và dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng trong những năm tiếp theo. Đồng thời, báo cáo 09 tháng năm 2023 của Tổ chức Nghiên cứu thị trường Euromonitor đã chỉ ra thương hiệu và chất lượng sản phẩm vẫn là một trong những yếu tố then chốt trong quyết định mua hàng của người Việt, khi hơn 26% người tiêu dùng Việt thường xuyên mua hàng từ các thương hiệu nổi tiếng; hơn 35% sẵn sàng mua ít hơn nhưng sẽ lựa chọn các sản phẩm chất lượng cao hơn.

Những yếu tố trên đã khiến Việt Nam trở thành mảnh đất "tiềm năng" cho các nhà bán lẻ. Đồng thời, đây cũng là cơ hội để doanh nghiệp xây dựng thương hiệu, mở rộng kênh phân phối trong nước cho hàng Việt Nam chất lượng toàn cầu, hàng Việt Nam có chất lượng quốc gia và thương hiệu quốc gia, các sản phẩm chủ lực của các địa phương.

Ông Nguyễn Anh Đức, Chủ tịch Hiệp hội các nhà bán lẻ Việt Nam cho rằng, những chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp cần căn cơ hơn để tạo hiệu ứng kích cầu ổn định và lâu dài, trong đó, cần chú trọng đẩy mạnh những chính sách hỗ trợ trực tiếp cho doanh nghiệp.



Năm 2024, Việt Nam trở thành mảnh đất "tiềm năng" cho các nhà bán lẻ? Ảnh internet.

"Phải thúc đẩy những nền tảng để chuẩn bị cho những điều kiện, thông qua những lĩnh vực khác, thông qua kết nối khác, ví dụ như phương tiện thanh toán.

Chúng tôi nghĩ rằng, những thanh toán không tiếp xúc, thanh toán không tiền mặt, phải đảm bảo hiệu quả của quá trình lưu chuyển tiền tệ thì phải chuẩn bị cho những nền tảng đó. Tiếp theo là những kết nối, liên quan lĩnh vực logistics thì bản thân lĩnh vực logistics phân phối cũng phải có một mức độ phát triển nhất định. Một ngành dịch vụ thứ ba cung ứng cho bán lẻ cũng cực kỳ quan trọng đó là ngành điện toán, sự hỗ trợ của điện toán sẽ giúp cho người tiêu dùng mua sắm thuận tiện", ông Nguyễn Anh Đức nói.

"Các doanh nghiệp cần nắm vững và chiếm lĩnh thị trường tiêu dùng trong nước vì với 100 triệu dân, với thu nhập tăng thêm rất nhanh, nhu cầu hàng hóa đang tăng rất cao, nếu chúng ta đáp ứng được thì thực tế là sản xuất kinh doanh của chúng ta sẽ quay trở lại rất tốt. Đây là động lực rất quan trọng để có thể phát triển bền vững trong tương lai", chuyên gia kinh tế Đinh Trọng Thịnh đánh giá.

Bà Mai Thị Thùy, Chủ tịch Hội Nữ doanh nghiệp nhỏ và vừa thành phố Hà Nội cho rằng: "Bản thân doanh nghiệp phải đổi mới mình, không thể theo cách truyền thống mà cũ kỹ ngày xưa. Thứ hai là phải đưa những kiến thức mới nhất vào để quản trị doanh nghiệp, các doanh nghiệp trao dồi kiến thức mà bản thân doanh nghiệp phải đầu tư, phải nhanh chóng tiếp cận với công nghệ. Thứ ba là phải nắm bắt nhanh thông tin thị trường hàng hóa, các chính sách của Nhà nước hỗ trợ doanh nghiệp, đấy là những vấn đề mà chúng tôi nghĩ rằng các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển là phải phối hợp hài hòa".

Theo các chuyên gia, cần nâng cao hiệu quả của các chính sách về kích cầu tiêu dùng và đa dạng hóa các kênh bán hàng - chú trọng nhiều hơn nữa kênh mua sắm trực tuyến. Xu hướng này sẽ giúp các doanh nghiệp tiết kiệm chi phí kinh doanh, giữ vững thị phần và từng bước tăng doanh thu.

Hải Dương *(t/h)*