

Tái định hình ngành bán lẻ từ thị trường tiêu dùng đến hệ sinh thái số thông minh

14:59 27/12/2025

Khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo đang tạo ra bước ngoặt căn bản, tái định hình sâu sắc cấu trúc ngành bán lẻ Việt Nam. Không dừng lại ở vai trò công cụ hỗ trợ, chuyển đổi số đã trở thành động lực cốt lõi đưa quy mô thị trường dự kiến chạm mốc 350 tỷ USD trong năm 2025. Tuy nhiên, để sự phát triển này thực sự bền vững và bao trùm, ngành bán lẻ cần giải quyết triệt để các điểm nghẽn về hạ tầng, dữ liệu và khoảng cách số giữa các thành phần kinh tế.



Chuyển đổi số tái cấu trúc ngành bán lẻ Việt Nam

Bước chuyển dịch về chất và sự trỗi dậy của mô hình bán lẻ đa kênh

Việt Nam hiện được đánh giá là một trong những thị trường bán lẻ năng động nhất khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Số liệu thống kê cho thấy, quy mô thị trường năm 2024 ước đạt khoảng 276 tỷ USD, tăng gấp đôi so với năm 2015. Đà tăng trưởng này tiếp tục được duy trì với tốc độ trung bình 9 - 10%/năm, dự

báo sẽ cán mốc 350 tỷ USD khi kết thúc năm 2025. Đằng sau những con số ấn tượng này là sự đóng góp mang tính quyết định của khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Theo các chuyên gia từ Viện Nghiên cứu Chiến lược chính sách Công Thương, bán lẻ Việt Nam đang bước vào giai đoạn “chuyển dịch về chất”. Công nghệ giờ đây không chỉ đơn thuần hỗ trợ vận hành mà trực tiếp quyết định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Điểm đáng chú ý là các tập đoàn bán lẻ lớn đã xác định chuyển đổi số là chiến lược dài hạn, thay vì chỉ là giải pháp tình thế. Thực tế ghi nhận hơn 90% doanh nghiệp bán lẻ quy mô lớn đã hoàn thành giai đoạn số hóa cơ bản, với mức đầu tư trung bình từ 5 - 10% ngân sách cho hạ tầng công nghệ.

Các công nghệ cốt lõi như Trí tuệ nhân tạo (AI), Dữ liệu lớn (Big Data), Điện toán đám mây (Cloud) và Internet vạn vật (IoT) đang được triển khai rộng rãi. Những ứng dụng này giúp tối ưu hóa chuỗi cung ứng, giảm thiểu lượng hàng tồn kho, cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng và gia tăng hiệu quả kinh doanh. Ước tính trong năm 2025, nhóm doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số hiệu quả có thể đạt mức tăng trưởng doanh thu cao hơn từ 15 - 20% so với nhóm còn lại.

Xu hướng nổi bật nhất hiện nay là mô hình bán lẻ đa kênh và "Phygital" (kết hợp giữa trải nghiệm vật lý và kỹ thuật số). Các doanh nghiệp hàng đầu trong nước cùng các nền tảng thương mại điện tử lớn đã xây dựng thành công hệ sinh thái bán lẻ số phục vụ hàng chục triệu người tiêu dùng. Đặc biệt, thương mại điện tử tiếp tục đóng vai trò động lực tăng trưởng quan trọng, trong đó phương thức bán hàng qua mạng xã hội (Social Commerce) đã chiếm khoảng 20% tổng doanh thu thương mại điện tử.

Song song đó, hạ tầng thanh toán số và logistics cũng ghi nhận những bước tiến vượt bậc. Hơn 80% giao dịch bán lẻ tại các đô thị hiện nay được thực hiện qua mã QR, ví điện tử và ngân hàng số. Sự phát triển này đã góp phần hình thành một hệ sinh thái bán lẻ thông minh, kết nối chặt chẽ giữa tiêu dùng, vận tải, tài chính và dữ liệu.

Tháo gỡ điểm nghẽn để phát triển bền vững và bao trùm

Mặc dù đạt được nhiều thành tựu, bức tranh bán lẻ số của Việt Nam vẫn tồn tại những "khoảng hở" cần được lấp đầy. Điểm nghẽn lớn nhất nằm ở sự chênh lệch trình độ công nghệ giữa các nhóm doanh nghiệp và khu vực thị trường. Kênh bán lẻ truyền thống, vốn chiếm khoảng 60% thị phần và phục vụ phần lớn người tiêu dùng khu vực nông thôn, ngoại ô, vẫn đang gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận công nghệ.

Quá trình chuyển đổi số hiện nay vẫn mang tính phân mảnh, tập trung chủ yếu ở khối doanh nghiệp lớn. Trong khi đó, các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hộ kinh doanh cá thể vẫn đối mặt với bài toán thiếu vốn, thiếu nhân lực số và thiếu định hướng chiến lược. Hoạt động đầu tư công nghệ ở nhóm này thường mang tính manh mún, chạy theo xu hướng mà chưa gắn liền với việc cải tổ mô hình kinh doanh cốt lõi.

Một thách thức khác là chất lượng và khả năng khai thác dữ liệu. Dù lượng dữ liệu phát sinh hàng ngày là rất lớn, nhưng nhiều doanh nghiệp chưa xây dựng được hệ thống quản trị thống nhất, dẫn đến lãng phí nguồn "tài nguyên số" quý giá. Việc ứng dụng AI hay Big Data ở nhiều nơi mới chỉ dừng lại ở mức thử nghiệm, chưa tạo ra giá trị gia tăng thực tế. Ngoài ra, hạ tầng logistics và kết nối vùng miền vẫn còn hạn chế, khiến chi phí giao hàng tại khu vực nông thôn duy trì ở mức cao, làm gia tăng khoảng cách số trong tiêu dùng.

Bên cạnh đó, khung pháp lý cho các mô hình kinh doanh mới như bán hàng qua phát sóng trực tiếp (live commerce), bảo mật dữ liệu người tiêu dùng hay ứng dụng blockchain trong truy xuất nguồn gốc vẫn đang trong quá trình hoàn thiện. Sự thiếu đồng bộ về chính sách đôi khi tạo ra tâm lý e ngại, khiến doanh nghiệp thận trọng trong việc đầu tư cho đổi mới sáng tạo.

Để khoa học, công nghệ và chuyển đổi số thực sự trở thành động lực bền vững, cần một cách tiếp cận căn cơ và đồng bộ hơn. Trước hết, chính sách hỗ trợ cần hướng mạnh vào khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa, hộ kinh doanh thông qua các chương trình nền tảng dùng chung và đào tạo kỹ năng số thực chất. Thứ hai, quá trình chuyển đổi số phải gắn liền với tái cấu trúc mô hình kinh doanh và thay đổi tư duy quản trị; nếu không, công nghệ sẽ trở thành gánh nặng chi phí thay vì động lực phát triển.

Cuối cùng, việc hoàn thiện khung pháp lý và hạ tầng số, đặc biệt trong các lĩnh vực dữ liệu, thanh toán và logistics là yêu cầu cấp thiết. Khi các điểm nghẽn này được tháo gỡ, ngành bán lẻ Việt Nam sẽ không chỉ tăng trưởng về quy mô mà còn bứt phá về chất lượng, đóng góp xứng đáng vào mục tiêu đưa kinh tế số chiếm 30% GDP vào năm 2030.

Nguyễn Thanh (t/h)