TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Thị trường bán lẻ lợi thế sân nhà: Biến cơ hội thành hiện thực

06:28 01/03/2019

DN bán lẻ Việt Nam đang bước vào cuộc cạnh tranh khốc liệt khi làn sóng bán lẻ ngoại ồ ạt tràn vào. Tuy nhiên, năm 2019, một trong những cơ hội để các DN bán lẻ giành lại thị phần và bứt phá mạnh mẽ chính là tận dụng những cơ hội từ các mô hình bán lẻ, nhưng hiện đại.

Theo Vụ Thị trường trong nước (Bộ Công thương), thị trường bán lẻ Việt Nam năm 2018 có sự gia tăng mạnh cả về quy mô và tốc độ khi tăng trưởng 11,6% so 2017.

Tuy nhiên, thực tế thời gian qua, hàng loạt thương vụ mua bán, sáp nhập được thực hiện bởi các đại gia bán lẻ ngoại, khiến DN bán lẻ nội nhiều phen dậy sóng và nỗi lo thua trên "sân nhà" đã trở nên rõ ràng hơn bao giờ hết.



Năm 2019, một trong những cơ hội để các DN bán lẻ giành lại thị phần và bứt phá mạnh mẽ

Với những diễn biến trên thị trường bán lẻ hiện nay, nhiều chuyên gia nhận định, các DN bán lẻ nội đang có nhiều lợi thế, cơ hội để bứt phá, giành lại thị phần ngay trong năm 2019.

Thống kê của Bộ Công thương, riêng nhóm hàng tiêu dùng nhanh (FMCG), thị phần của các nhà bán lẻ nội (tính đến quý III/2018) chiếm tới 73% (chuỗi bán hàng ngoại chỉ 27%). Xét 4 thị trường chính mà các nhà bán lẻ ngoại chọn kinh doanh (TP. HCM, Hà Nội, Đà Nẵng và Cần Thơ), thị phần chỉ tăng khoảng 32%, trong khi chuỗi bán lẻ nội đạt 68%.

Đối với hệ thống chuỗi bán lẻ hiện đại, theo các nhà đầu tư nước ngoài, chỉ chiếm 16%, trong khi các nhà bán lẻ hiện đại trong nước chiếm 84% (tương đương 3/4 thị phần bán lẻ hiện nay). Mặc dù chiếm tỷ lệ không nhỏ, nhưng DN nội chủ yếu theo mô hình siêu thị và siêu thị mini, còn với mô hình đại siêu thị, nhà bán lẻ ngoại chiếm tới 92%. Phân khúc cửa hàng tiện lợi cũng đang thuộc về các nhà đầu tư nước ngoài với 80% thị phần.

Tuy nhiên, các mô hình bán lẻ siêu thị mini, cửa hàng tiện lợi… đang có xu hướng phát triển mạnh ở Việt Nam và đây cũng được coi là cơ hội để các DN ngành bán lẻ nội giành lại thị phần, bứt phá trong thời gian tới.

Nhận định của Vụ Thị trường trong nước (Bộ Công thương), các DN nội đang đẩy mạnh đầu tư vào siêu thị mini, cửa hàng tiện lợi, điển hình như sự bùng nổ tốc độ mở mới của hệ thống cửa hàng tiện lợi Vinmart+ hoặc hệ thống siêu thị mini của Saigon Coop. Việc phát triển mạnh mảng bán lẻ này, đã giúp DN bán lẻ Việt dần giành lại thị phần trên thị trường.

TS. Lê Huy Khôi, Trưởng ban Nghiên cứu dự báo thị trường, Viện Nghiên cứu thương mại (Bộ Công thương) nhìn nhận: “Các DN bán lẻ có thể không bằng được DN ngoại về vốn, về quy mô. Nhưng điểm mạnh của các DN trong nước là nắm bắt được thị hiếu tiêu dùng, cũng như thói quen mua sắm của người dân. Phần lớn NTD vẫn ưa cách mua sắm nhanh, tiện lợi, do đó, tại các điểm đông dân cư, phát triển thị trường ngách là một cách lựa chọn khôn khéo đối với các DN bán lẻ nội”.

Cũng theo TS. Lê Huy Khôi, trong chiến lược phát triển hệ thống phân phối hiện đại của Bộ Công thương thời gian tới, chợ truyền thống vẫn có vai trò quan trọng, góp phần không nhỏ vào mức tăng bán lẻ nhờ thói quen tiêu dùng của người Việt. Do đó, các DN nội cần nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ

khách hàng, đa dạng hóa sản phẩm kinh doanh tại cửa hàng... để có thể giành lại thị phần trong nước.

Long Giang