TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Thị trường bán lẻ Việt: Cú bứt phá của doanh nghiệp nội

07:50 05/12/2019

Cú bắt tay giữa hai “đại gia” ngành bán lẻ Tập đoàn Vingroup và Tập đoàn Masan cho thấy, các doanh nghiệp bán lẻ trong nước đang khẳng định vị thế, kết nối để vươn lên cạnh tranh một cách lành mạnh với các “ông lớn” bán lẻ n



Các doanh nghiệp bán lẻ nội đã và đang vươn lên giành thế chủ động

Thời gian qua, chứng kiến sự xâm nhập của các doanh nghiệp bán lẻ ngoại vào thị trường trong nước, sự sáp nhập, mua bán, nắm giữ thị phần của các “ông lớn” đến từ Thái Lan, Hàn Quốc, Nhật Bản… người ta không khỏi lo ngại cho tương lai của các doanh nghiệp bán lẻ nội. Đáng chú ý, không ít lần, các doanh nghiệp Việt phải chứng kiến sản phẩm của mình bị các nhà phân phối ngoại không tiếp nhận, đơn cử sự vụ hàng may mặc của Việt Nam bị đẩy ra khỏi hệ thống BigC khi chuỗi siêu thị này về tay người Thái hoặc tình trạng hàng hóa

“made in Korea” tràn ngập Lotte…

Tất cả những sự việc đó cho thấy, hàng Việt có nguy cơ bị loại khỏi các hệ thống siêu thị ngoại nếu như các doanh nghiệp bán lẻ nội không giữ được thị phần. Giới chuyên gia kinh tế cũng không ít lần bày tỏ sự lo lắng về việc thị trường bán lẻ ở Việt Nam có thể rơi vào tay các “đại gia” bán lẻ ngoại. Từ đó sẽ có những tác động không tốt đến sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam cũng như tác động đến người tiêu dùng trong nước. Và những sự vụ nói trên là minh chứng cho mối quan ngại đó.

Tuy nhiên, sự kiện Vinmart về “chung nhà” với Masan đang minh chứng một thực tế rằng, các doanh nghiệp bán lẻ nội đã và đang vươn lên giành thế chủ động, làm chủ cuộc chơi, không ngại bất cứ đối thủ “đáng gờm” nào. Cú bắt tay ấn tượng này hứa hẹn một sự thay đổi lớn trên thị trường bán lẻ, tạo một luồng sinh khí mới để các DN bán lẻ nội vươn lên làm chủ “sân nhà”.

Trước cuộc đua khốc liệt của ngành bán lẻ thời gian qua, việc giữ vững thị trường nội địa, thúc đẩy sản xuất hàng hóa trong nước phát triển là một nhiệm vụ vô cùng khó khăn đối với các doanh nghiệp bán lẻ trong nước. Bởi vậy, thị trường rất cần những tập đoàn bán lẻ Việt làm ăn có trách nhiệm với hàng hóa Việt, sản xuất Việt, người tiêu dùng Việt, đồng thời có đủ sức dẫn dắt thị trường bán lẻ và góp phần thúc đẩy sản xuất trong nước phát triển.

PV