



THƯƠNG MẠI BÁN BUÔN – BÁN LẺ CƠ HỘI – THÁCH THỨC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

Bán buôn và bán lẻ đóng vai trò lớn trong chuỗi cung ứng, hỗ trợ sự lưu thông hàng hóa từ sản xuất đến tiêu dùng, tạo công ăn việc làm và góp phần phát triển kinh tế

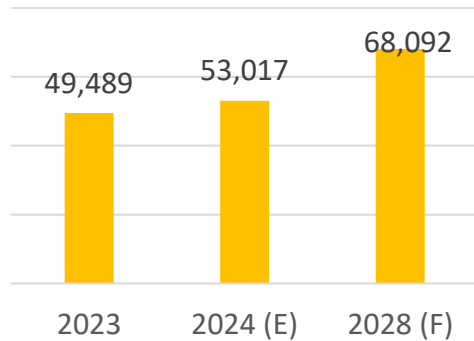




BỐI CẢNH QUỐC TẾ

BÁN BUÔN - BÁN LẺ: ĐÓNG GÓP LỚN VÀO TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ

Thị trường bán buôn toàn cầu



CAGR

2023-2024

7,1%

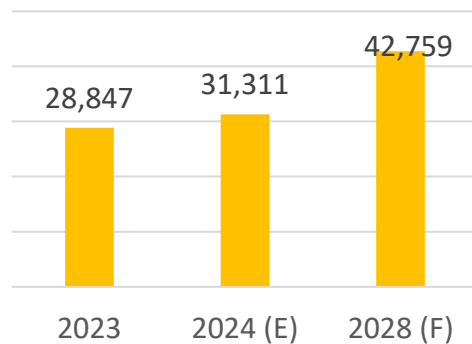
2024-2028

6,5%



Châu Á - Thái Bình Dương là khu vực có tốc độ tăng trưởng cao nhất

Thị trường bán lẻ toàn cầu



CAGR

2023-2024

8,5%

2024-2028

8,1%

Top 03 quốc gia/ khu vực dẫn đầu toàn cầu về doanh thu BB-BL



BB-BL: đóng góp 6% GDP (2023)



TMBB: đóng góp 5,9% GDP, tạo ra 3,8% việc làm
TMBL: đóng góp 6,4% GDP, tạo ra 10,2% việc làm



DNBB-BL chiếm 1/5 tổng số DN đăng ký hoạt động tại EU
Sử dụng 13% tổng số lao động tại EU

Đơn vị tính: tỷ đô

Nguồn: Research & Market Reports, 2024

BÁN BUÔN - BÁN LẺ: LỰC CẢN CỦA TĂNG TRƯỞNG

Lạm phát cao

2023: 5,9%; 2024 (E): 4,5 % (IMF)

Chi phí nguyên vật liệu đầu vào tăng

Lãi suất vay tăng

2023: \approx 5% (FED)

Đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu

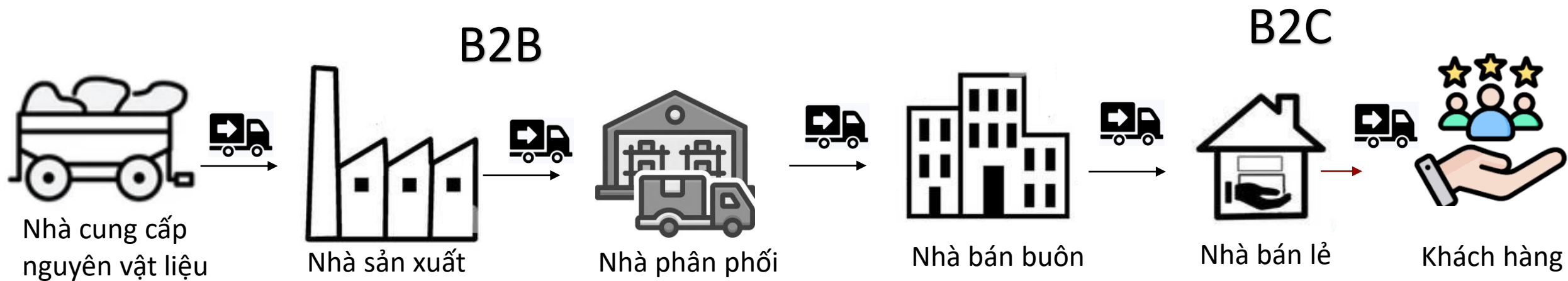
Chi phí sinh hoạt tăng

Hành vi, nhu cầu người tiêu dùng thay đổi

Nguy cơ suy thoái kinh tế

Xu hướng toàn cầu hóa được hỗ trợ bởi CN

BÁN BUÔN - BÁN LẺ: TÁI CẤU TRÚC CHUỖI GIÁ TRỊ



(B2B Marketplaces, Dropshipping B2B, Omni-channel Retailing, Shoppertainment)

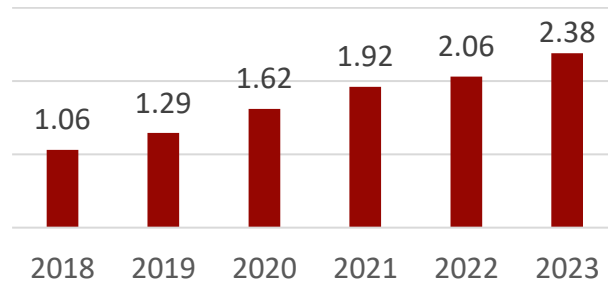
THÁCH THỨC TỪ TMĐT XUYÊN BIÊN GIỚI

Vị thế mới của Trung Quốc trong hoạt động ngoại thương

Giảm thời gian giao hàng xuyên biên giới (2024)

5-10 ngày → 1-3 ngày

Quy mô giá trị TMĐT xuyên biên giới



04 “rồng nhỏ” Trung Quốc 2024



Tăng 233%



Tăng 150%



Tăng 125%



Xếp hạng về năng lực thực hiện và quản lý các lô hàng quốc tế (2023)

14/139

CAGR

18%

Hàn Quốc:

Nhập khẩu từ TMĐT xuyên biên giới Trung Quốc tăng 121%

1.000

Khu công nghiệp TMĐT

165

Khu thí điểm toàn diện về TMĐT xuyên biên giới

120.000

Đơn vị TMĐT xuyên biên giới

2.500

Nhà kho ở nước ngoài

>30

Triệu m² diện tích nhà kho ở nước ngoài

THÁCH THỨC TỪ TMĐT XUYÊN BIÊN GIỚI



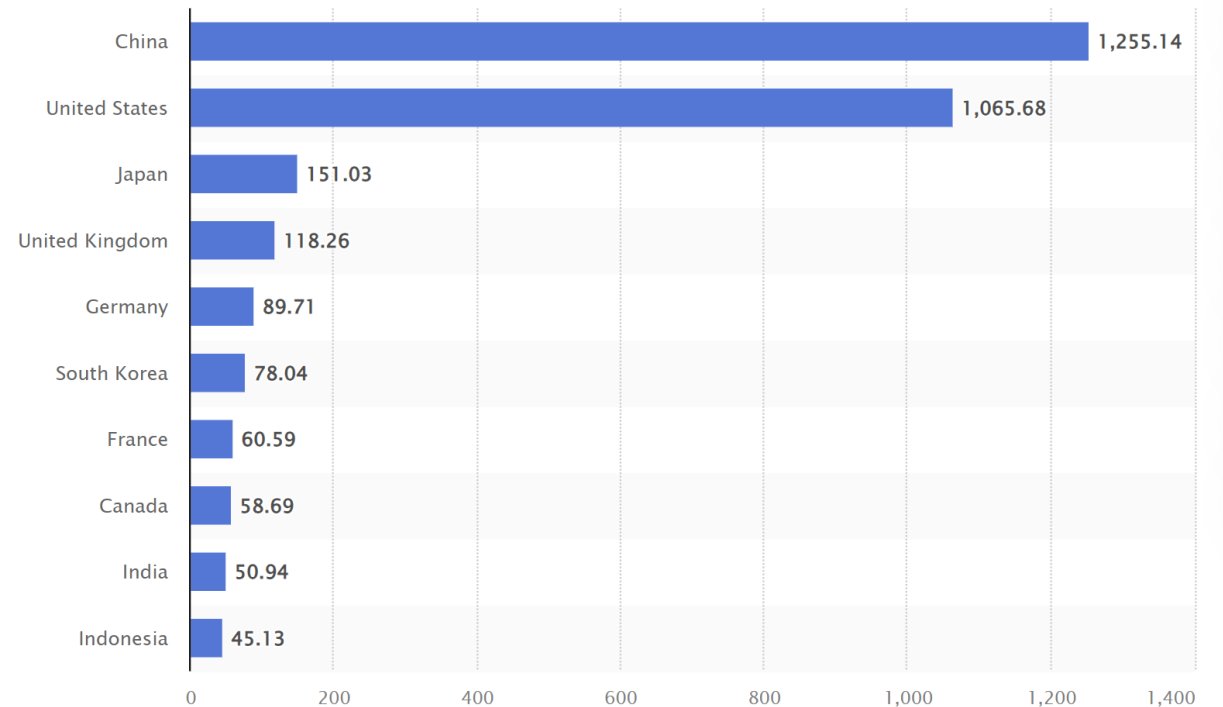
English > Industry

Chinese e-commerce giants take on S. Korea with low prices and free shipping

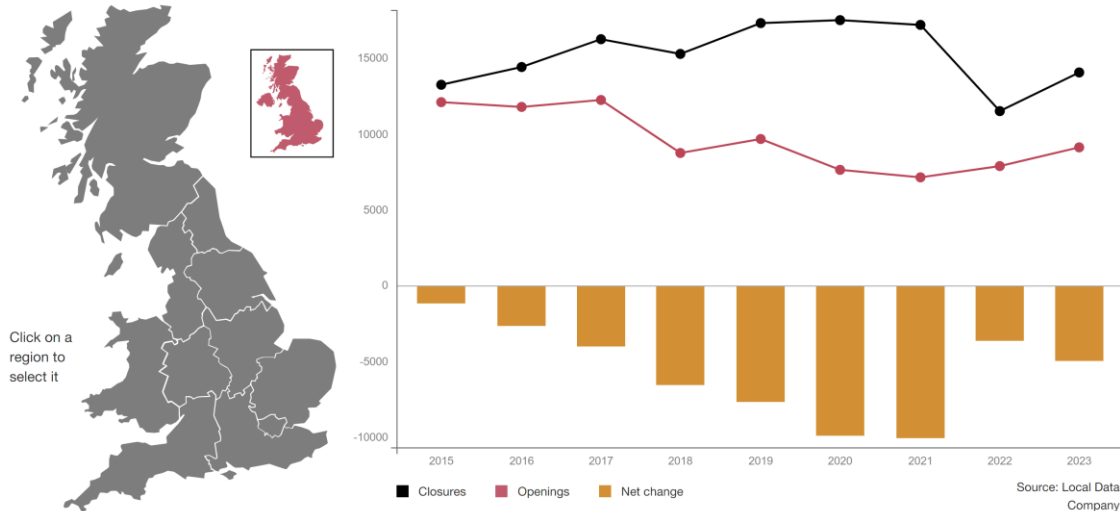
AliExpress and Temu challenge Coupang's dominance in South Korea

By Choi Hyo-jung, Lee Jae-eun

Updated 2024.03.18, 15:51



Jan-Dec openings and closures by year - Total GB



Tình trạng mở, đóng cửa các cửa hàng tại Anh

Đơn vị tính: tỷ USD
 Nguồn: Statista, 2023



BỐI CẢNH VIỆT NAM

BÁN BUÔN - BÁN LẺ: VAI TRÒ QUAN TRỌNG TRONG KINH TẾ, VIỆC LÀM



1,4

Triệu cửa hàng tạp hóa



9.000

Chợ truyền thống



54.008

Doanh nghiệp bán lẻ



208.995

Doanh nghiệp bán buôn

3,91%

Doanh thu thuần SXKD
hoạt động bán lẻ

3,19%

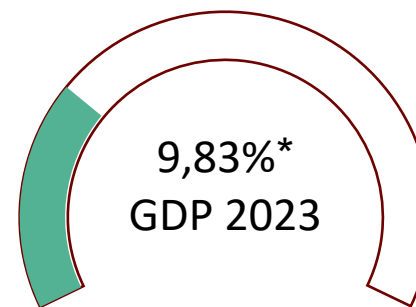
Tổng số lao động hoạt
động trong lĩnh vực bán lẻ

27,60%

Doanh thu thuần SXKD
hoạt động bán buôn

8,76%

Tổng số lao động hoạt động
trong lĩnh vực bán buôn



* Tỷ trọng bán buôn và bán lẻ trong GDP

BÁN BUÔN - BÁN LẺ TRÊN INTERNET: **GHI NHẬN ĐÀ TĂNG TRƯỞNG MẠNH**

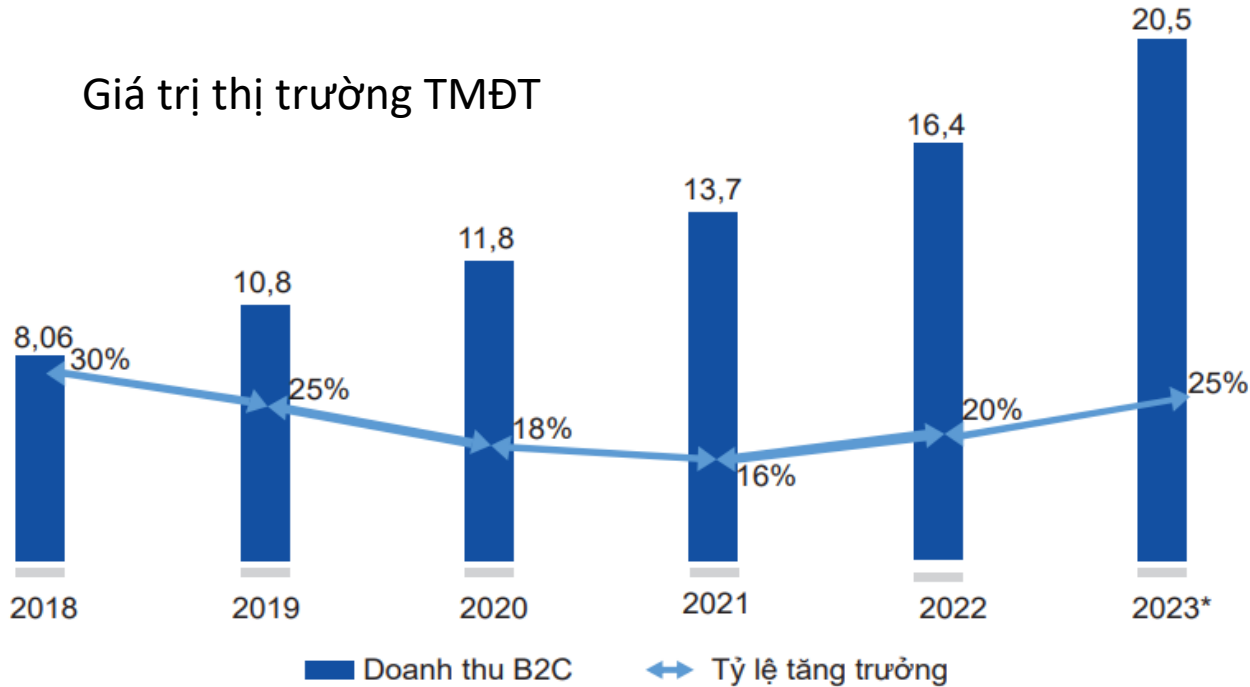


01 người tiêu dùng Việt Nam bình quân mua hàng trực tuyến **04** lần/ tháng



THỊ TRƯỜNG TIỀM NĂNG

Giá trị thị trường TMĐT



- **100 triệu dân** (chiếm **1,23%** dân số thế giới)
- Việt Nam nằm cạnh các thị trường lớn: Trung Quốc, Ấn Độ, ASEAN.
- Quy mô thị trường năm 2023 đứng thứ **3** Đông Nam Á (sau Indonesia và Thailand) <https://www.brandsvietnam.com/24166-Momentum-Works-Quy-mo-TMDT-Viet-Nam-vuot-Philippines-vuon-len-Top-3-Dong-Nam-A>

BÁN BUÔN - BÁN LẺ TRÊN INTERNET: **NGUY CƠ VÀ THÁCH THỨC**

1

NGUY CƠ

- ✓ Các cửa hàng truyền thống sẽ **không thể tồn tại** do khả năng cạnh tranh thấp, tiếp cận thị trường hạn chế
- ✓ **Không cạnh tranh** được với các địa phương khác hay các nước xung quanh
- ✓ TMĐT bị nước ngoài **xâm chiếm**, an ninh hàng hoá, an ninh tài chính gặp nhiều rủi ro

2

THÁCH THỨC



Thiếu nền tảng công nghệ, kết nối người bán & người mua B2B tại Việt Nam với đối tác trên toàn cầu



Thiếu hạ tầng logistic, nền tảng thanh toán đồng bộ, thúc đẩy hoạt động TMĐT xuyên biên giới



Nguồn hàng và thị trường tiêu thụ **vẫn phụ thuộc vào các thị trường truyền thống**

ĐỀ XUẤT THỨC ĐẨY

Các mục tiêu phối hợp giữa Bộ Công Thương và Bộ TT&TT

Mục tiêu từ góc nhìn QLNN

Đề xuất

Mục tiêu từ cửa hàng truyền thống / Hộ kinh doanh gia đình

1
Góp phần tăng GDP của địa phương và quốc gia

- A** Xây dựng triển khai các hoạt động cộng đồng/ giải pháp chuyển đổi số cho bán buôn, bán lẻ xây dựng hệ sinh thái
- B** Hệ thống đo lường, đánh giá và quản lý chuyển đổi số bán buôn, bán lẻ thuận tiện và hiệu quả
- C** Tăng cường ứng dụng công nghệ, quản lý hiệu quả

- Tăng doanh thu và lợi nhuận
- Mở rộng thị trường và thu hút thêm khách hàng
- Nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ
- Cải thiện hiệu quả quản lý và vận hành
- Tăng cường khả năng thích ứng với thị trường

2
Thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội tại địa phương

- D** Cung cấp sản phẩm và dịch vụ phù hợp theo địa phương và đặc tính cửa hàng
- E** Các chính sách cải thiện thu nhập và đời sống, chính sách hỗ trợ theo từng tập đối tượng.
- F** Thúc đẩy các chương trình phát triển cửa hàng gia đình



Dân số
>100 triệu

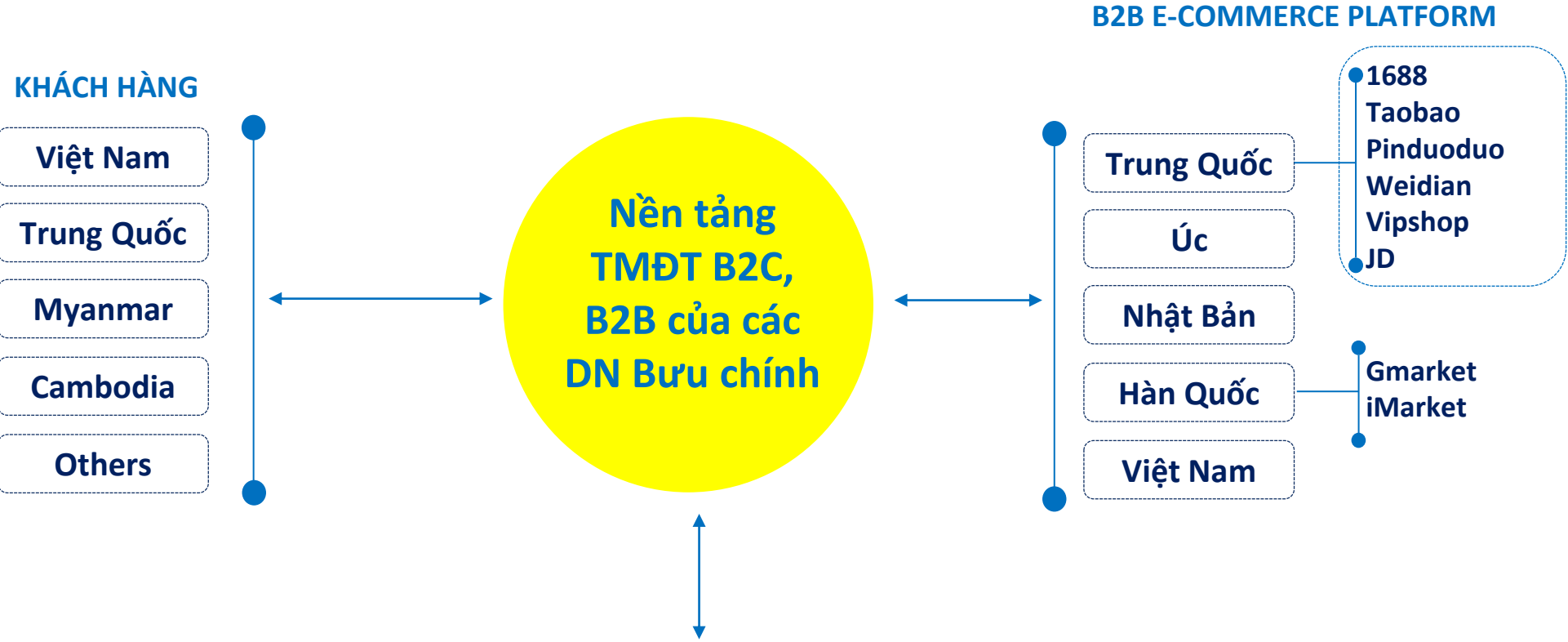
3
Tạo thêm việc làm và thu nhập cho các cửa hàng truyền thống / Doanh nghiệp gia đình

- G** Hỗ trợ mở rộng quy mô kinh doanh của các cửa hàng truyền thống
- H** Xây dựng các chương trình hỗ trợ thúc đẩy kinh doanh cho các cửa hàng truyền thống
- I** Xây dựng các chương trình hợp tác để các doanh nghiệp hỗ trợ gia tăng doanh thu và hiệu quả.

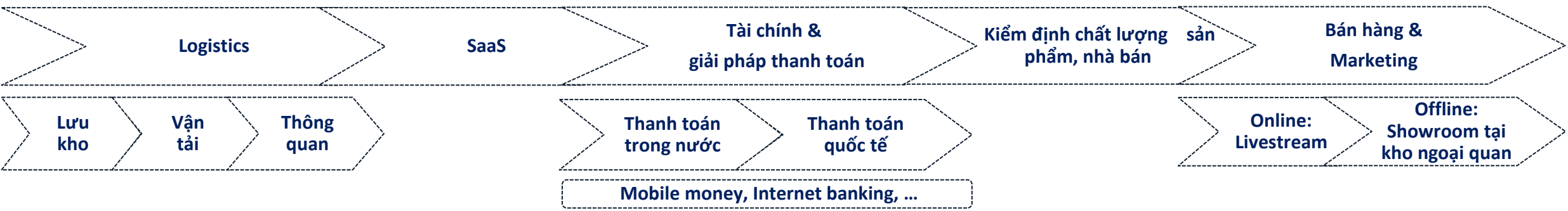
Người tiêu dùng cuối

- Mua hàng hóa
- Tìm khuyến mại
- Tìm giá tốt nhất
- Tìm cửa hàng
- Đánh giá cửa hàng
- Hưởng dịch vụ khách hàng

MÔ HÌNH NỀN TẢNG SỐ TMĐT ĐA KÊNH, KẾT NỐI LIÊN MẠCH



NỀN TẢNG HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP, KIẾN NGHỊ

Hoàn thiện Cơ sở hạ tầng kết nối logistics và thiết bị

Hoàn thiện chính sách hỗ trợ phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới liền mạch

Bồi dưỡng, hướng dẫn các kỹ năng số

Chương trình phối hợp giữa Bộ TT&TT và Bộ Công Thương về thúc đẩy chuyển đổi số hoạt động bán buôn, bán lẻ

Kiến nghị cho phép và sớm triển khai thí điểm các khu thương mại điện tử xuyên biên giới

Các bộ, ngành, địa phương phối hợp với các DN CNS xây dựng thương hiệu Việt và áp dụng công nghệ số trong bán buôn, bán lẻ

TRÂN TRỌNG CẢM ƠN!