

## THỊ TRƯỜNG BÁN LẺ VÀ MẶT BẰNG BÁN LẺ VIỆT NAM 2008

### Sức hút từ thị trường bán lẻ

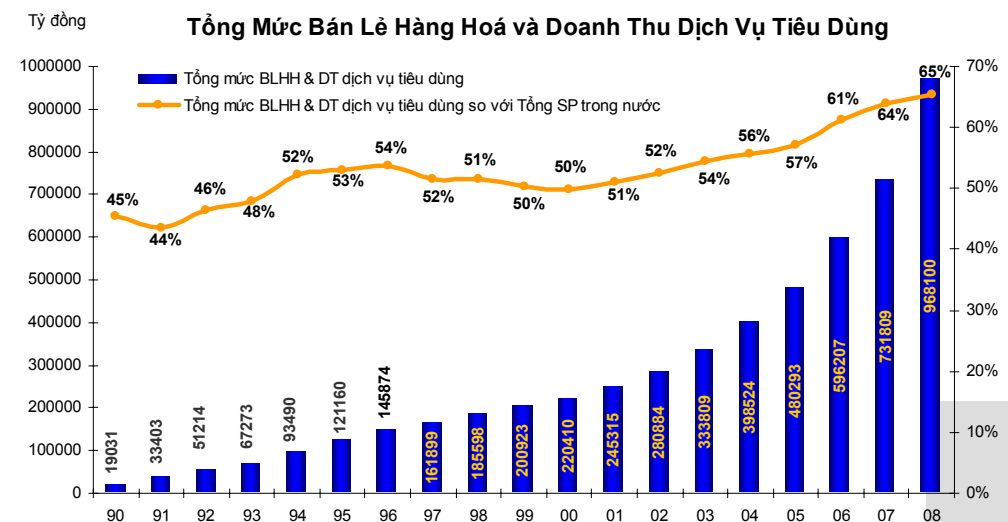
Tuy hoạt động thương mại và dịch vụ năm 2008 kém sôi động so với năm 2007 do giá cả hàng hoá và dịch vụ tăng cao, dẫn đến sức mua giảm đáng kể, sản phẩm sản xuất ra tiêu thụ chậm nhưng tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng vẫn tăng 31% so với năm 2007.

Theo kết quả khảo sát thực hiện trên 30 quốc gia vào đầu năm của A.T.Kearney, Việt Nam được đánh giá là thị trường thu hút các nhà bán lẻ nhất, tiếp đến là Ấn Độ, Nga và Trung Quốc.

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, bình quân thu nhập theo đầu người Việt Nam đã tăng gần 2,5 lần trong vòng 8 năm, từ 412 USD/người năm 2001 lên 1024 USD/người năm 2008, so với năm 2007 mức tăng thu nhập bình quân đầu người đạt 23%. Đây là tiền đề quan trọng đối với sự hấp dẫn của thị trường bán lẻ Việt Nam.

### Quy mô thị trường

Quy mô thị trường bán lẻ Việt Nam với hơn 86,16 triệu dân, tỷ lệ tiêu dùng chiếm 65% GDP, tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trong năm 2008 đạt khoảng 55 tỷ USD.



Nguồn: Tổng Cục Thống Kê

### Xu hướng tiêu dùng 2008

Do mức sống ngày càng được cải thiện cùng với quá trình đô thị hoá mạnh mẽ đã góp phần thay đổi văn hóa tiêu dùng truyền thống và có sự dịch chuyển từ kênh chợ truyền thống, cửa hàng tiện dụng, cửa hàng tạp hóa sang kênh mua sắm hiện đại như siêu thị và trung tâm thương mại (TTTM). Tính đến cuối Q2/2008, thương mại hiện đại ở Việt Nam đã chiếm 18%, cửa hàng trên phố chiếm 61%, hình thức chợ chiếm 13%, các hình thức còn lại chiếm 7%.

Xu hướng tiêu dùng rõ nét nhất trong năm 2008 là chi tiêu theo ý thích và chi tiêu tiết kiệm. Theo báo cáo mới nhất của Ngân hàng Thế giới, trong nhóm 20% người giàu nhất Việt Nam có tỷ lệ tiêu dùng cao nhất, chiếm 43,3% tổng chi tiêu của cả nước, 80% người tiêu dùng vẫn phải chi tiêu một cách hết sức tiết kiệm và chỉ mua những mặt hàng thật cần thiết.

## Năm 2008, các doanh nghiệp trong nước cố gắng phát huy nội lực

Trước làn sóng mở rộng quy mô hoạt động của các nhà bán lẻ ngoại tràn vào Việt Nam đã đặt các doanh nghiệp vào sự cạnh tranh khốc liệt. Các nhà bán lẻ trong nước đã liên kết với nhau thành lập Hiệp hội các nhà bán lẻ Việt Nam (AVR) ra đời nhằm bảo vệ quyền lợi hợp pháp cho các thành viên, các nhà bán lẻ lớn cùng nhau thành lập công ty cổ phần đầu tư và phát triển thị trường phân phối Việt Nam (VDA) chiếm những vị trí lợi thế trên thị trường để mở rộng mạng lưới hoạt động kinh doanh của mình.

Trong năm 2008, Hapro Mart khai trương thêm 20 siêu thị, 200 cửa hàng tiện ích tại các tỉnh, thành. Dự kiến, đến năm 2010, Hapro sẽ hình thành hệ thống bán lẻ gồm 5 TTTM, siêu thị, 50-70 siêu thị và 600 cửa hàng tiện ích. Sài Gòn Co.op mở thêm 6 siêu thị Co.op Mart. Dự kiến đến năm 2015 hệ thống Co.op Mart sẽ đạt quy mô 100 siêu thị bán lẻ.

## Năm 2008, rất nhiều nhà đầu tư nước ngoài thăm dò thị trường bán lẻ Việt Nam

Đối với các nhà bán lẻ đã có mặt tại Việt Nam nhiều năm trước như Metro Cash & Carry, Big C, Parkson,... đang củng cố vị thế của mình trên thị trường và đang mở rộng thêm hệ thống siêu thị của mình để cạnh tranh với các nhà bán lẻ trong nước, các nhà bán lẻ mới và sắp thâm nhập.

Các nhà bán lẻ mới và chuẩn bị thâm nhập vào Việt Nam, do gặp khó khăn trong việc tìm vị trí mặt bằng và sự cạnh tranh từ thị trường đồng thời phải tuân thủ nghiêm ngặt quy hoạch mạng lưới thương mại của Việt Nam nên đa số các nhà bán lẻ nước ngoài lựa chọn cách thâm nhập thị trường bán lẻ theo cách an toàn với hình thức nhượng quyền thương mại đối với những thương hiệu mỹ phẩm, quần áo, giày dép nổi tiếng và nhà hàng thức ăn nhanh. Cuối năm 2008, lãnh đạo của Round Table cùng với The Melting Pot và Carl's Jr đã có mặt tại Việt Nam để tìm kiếm cơ hội nhượng quyền cho doanh nghiệp trong nước.

## Thị trường mặt bằng bán lẻ Việt Nam

Năm 2008 là năm thị trường mặt bằng bán lẻ sôi động nhất từ trước đến nay mặc dù đây là năm nền kinh tế Việt Nam và thế giới xảy ra nhiều biến cố. Sự phát triển mạnh mẽ của thị trường bán lẻ Việt Nam tạo điều kiện cho phân khúc thị trường mặt bằng bán lẻ cao cấp như hệ thống siêu thị và TTTM phát triển.

Theo thống kê, toàn bộ hoạt động của thị trường bán lẻ Việt Nam diễn ra trên 280 siêu thị và 32 TTTM tập trung tại các thành phố thị xã, gần 10.000 chợ và 10.000 cửa hàng, cửa hiệu với khoảng 5 triệu người lao động tham gia buôn bán.

Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh được xem là điểm đến của các nhà bán lẻ trong và ngoài nước nhờ có nhiều ưu thế về vị trí, cơ sở hạ tầng, sự tập trung phát triển kinh tế, trình độ dân trí phát triển ở mức cao đồng thời là nơi có thu nhập bình quân đầu người cao nhất...

### Hà Nội

Số TTTM:	13
Tổng diện tích cho thuê:	100.000 m <sup>2</sup> ,
Tỷ lệ cho thuê:	> 90%,
Giá cho thuê ở khu vực trung tâm:	> 65 USD/m <sup>2</sup> /tháng (tăng ~50% so 2007)
Giá cho thuê ở khu vực khác:	25 – 60 USD/m <sup>2</sup> /tháng
Nguồn cung tương lai 2009:	41.625 m <sup>2</sup>
Nguồn cung 2009-2011:	385.000 m <sup>2</sup>

### Tp. Hồ Chí Minh

Tổng diện tích cho thuê:	~ 170.000 m <sup>2</sup> ,
Tỷ lệ cho thuê:	> 94%,
Giá cho thuê ở khu vực trung tâm:	84-85 USD/m <sup>2</sup> /tháng
Giá cho thuê ở khu vực khác:	> 25 USD/m <sup>2</sup> /tháng
Nguồn cung 2009-2011:	350.000 m <sup>2</sup>

Với tốc độ phát triển như hiện nay, nguồn cung của thị trường bán lẻ chưa thể đáp ứng đủ nhu cầu đã dẫn đến tình trạng khan hiếm mặt bằng bán lẻ trầm trọng. Nhiều nhà kinh doanh bán lẻ gặp khó khăn trong việc tìm vị trí thuê mặt bằng và phải gánh chịu chi phí thuê mặt bằng ngày càng cao, nhất là các đơn vị kinh doanh bán lẻ theo hình thức chuỗi cửa hàng.

### **Xu hướng phát triển mặt bằng bán lẻ Việt Nam**

Đối mặt với hiện trạng quỹ đất tại các khu trung tâm ngày càng eo hẹp cùng với quy hoạch của các đơn vị chức năng khuyến khích đầu tư phát triển ở những khu vực ven trung tâm thì xu hướng phát triển các dự án TTTM, mặt bằng bán lẻ ở các khu ngoài trung tâm sẽ là giải pháp tối ưu nhất. Xu hướng phát triển này sẽ tác động đẩy mạnh quá trình đô thị hóa vùng ven trung tâm thành phố trong những năm tới.

Theo nhận định của VietRees, thị trường mặt bằng bán lẻ sẽ tiếp tục phát triển trong tình trạng nóng trong năm 2009 với tình trạng thiếu nguồn cung cho mặt bằng bán lẻ và giá cho thuê được duy trì ở mức cao. Đến năm 2011 – 2012 thị trường sẽ đi vào ổn định và phát triển bền vững khi các nguồn cung dự kiến chính thức được đưa vào thị trường.

*VietRees, Tháng 01/2009*