

# Vinamilk đủ năng lực đáp ứng mọi nhu cầu thị trường

21:34 13/06/2022

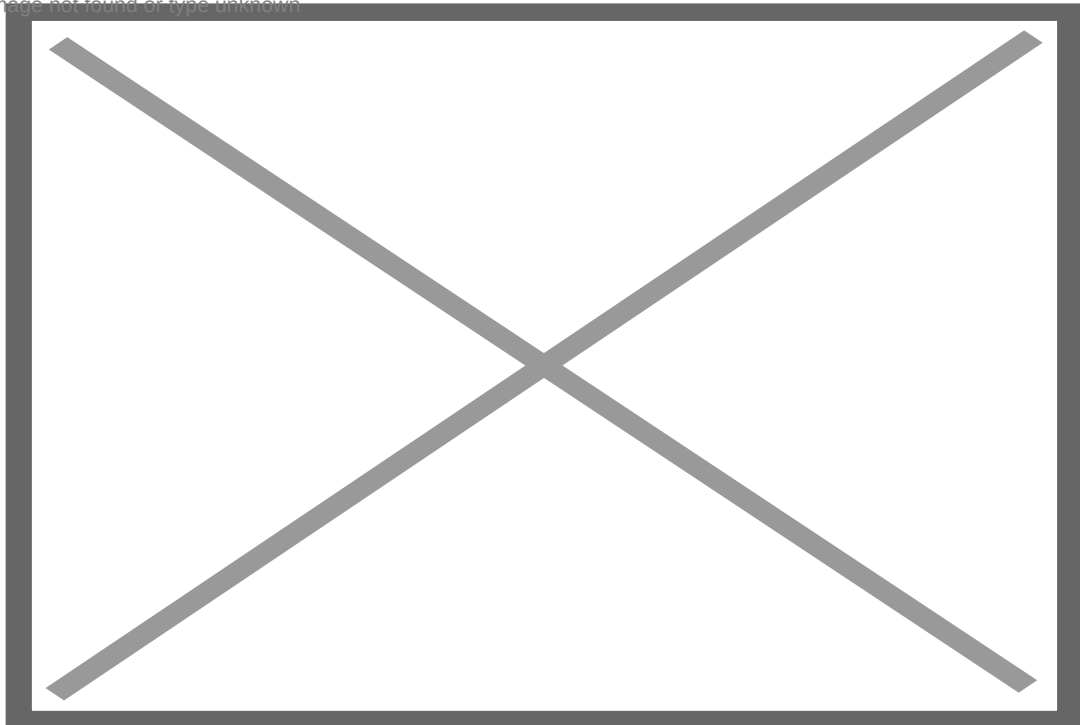
Tác giả: TTK

**Theo ông Nguyễn Quang Trí - Giám đốc Điều hành Marketing Vinamilk , doanh nghiệp dẫn đầu vị thế thị trường nhờ chiến lược linh hoạt trong đầu tư và phát triển sản phẩm.**

**- ?âu là đ?u ?n trong ho?t ??ng kinh doanh c?a Vinamilk n?m qua, th?a ông?**

- K?t thúc n?m 2021, trong b?i c?nh nhu c?u tiêu dùng và chu?i cung ?ng t?i Vi?t Nam c?ng nh? toàn c?u ?nh h??ng b?i Covid-19, Vinamilk v?n ??t m?c doanh thu h?p nh?t k? l?c là 61.012 t? ??ng. Song chúng tôi không ch? ?ánh giá thành t?u qua nh?ng con s? doanh thu, l?i nhu?n. Trong su?t 45 n?m k? t? khi thành l?p, ?i?u Vinamilk th?c s? trân tr?ng là s? tin t??ng, tình c?m c?a ng??i dùng Vi?t Nam l?n th? gi?i.

Image not found or type unknown



*Ông Nguyễn Quang Trí - Giám đốc điều hành Marketing Vinamilk (Ảnh: Tiến Quyết)*

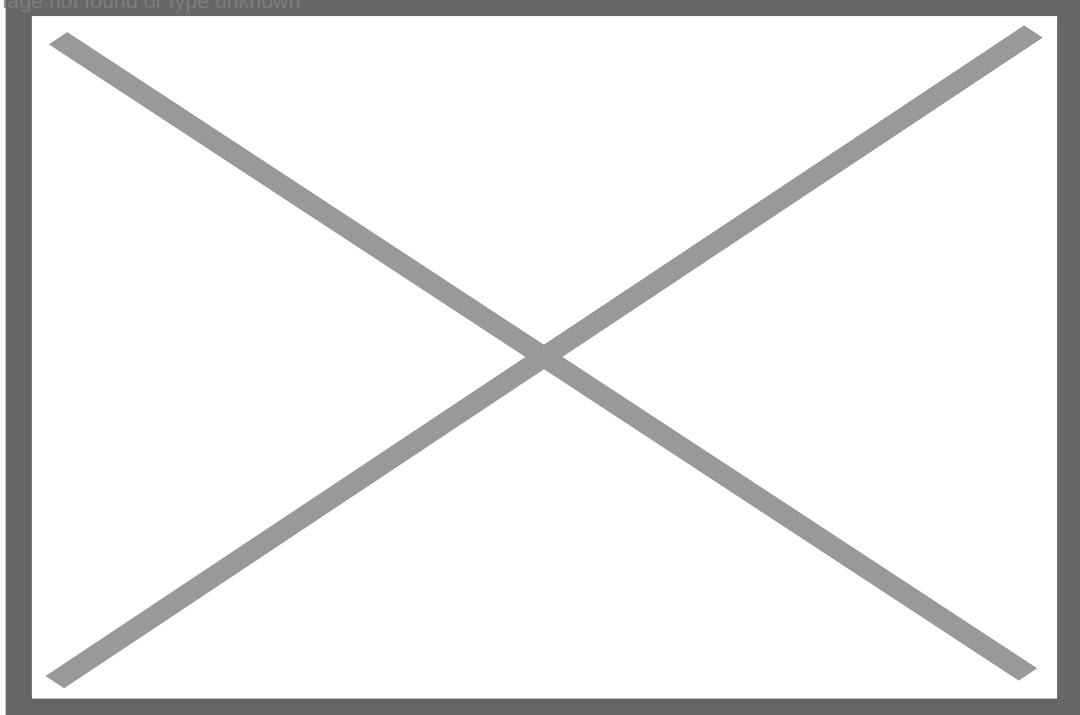
N?m 2021, Vinamilk d?n ??u b?ng x?p h?ng “Th??ng hi?u ???c ch?n mua nhi?u nh?t” c?a ngành S?a và S?n ph?m t? S?a (theo báo cáo Brand Footprint – Kantar WordPanel). ?ây c?ng là n?m th? 10 liên ti?p chúng tôi ???c vinh danh t?i v? trí này. 10 n?m v?i m?t doanh nghi?p không quá dài, nh?ng ?? gi? v?ng v? trí s? m?t trong lòng ng??i tiêu dùng su?t th?p k? không ph?i là chuy?n ??n gi?n.

Có th? nói, c? 10 gia ?ình Vi?t thì có 9 nhà s? d?ng ít nh?t m?t s?n ph?m Vinamilk. Nhi?u dòng s?n ph?m ?ã quen thu?c v?i bao nhi?u th? h? ng??i Vi?t nh? s?a ??c Ông Th?, s?a chua, s?a t??i Vinamilk. ?ó là nh?ng thành công, ni?m t? hào l?n nh?t c?a chúng tôi.

**- T?i sao doanh nghi?p có nh?ng s?n ph?m tu?i ??? hàng ch?c n?m, song c?ng có nh?ng th??ng hi?u liên t?c thay ????**

- Vì thế thay vì sản phẩm phải thu được nhiều vào nhu cầu của người tiêu dùng. Ví dụ hàng vỏ của sữa Ông Thọ khá rẻ và được yêu thích nên chúng tôi trung thành với công thức vẫn có. Quen thuộc nên người mẹ, sản phẩm ngày nay có bao bì hiện đại hơn, ra mắt thêm dòng mới đáp ứng nhu cầu pha chế, làm bánh...

Image not found or type unknown



*Trang trại Vinamilk Green Farm - mô hình trang trại công nghệ cao đi đôi với phát triển bền vững được Vinamilk giới thiệu vào năm 2021 (Hình: Duy Nhất)*

Vì vậy nên sản phẩm như sữa chua, kem, nước trái cây... được trưng là tập khách hàng trẻ hơn nên nhu cầu thay đổi luôn hiện hữu. Để thành công, nhà sản xuất buộc phải đón dòng chảy của nhu cầu, làm mới sản phẩm. Đây là lý do chúng tôi dành nhiều ngân sách cho hoạt động R&D nhằm phát triển thêm nhiều công nghệ, công nghệ tiên tiến, phát hiện nhu cầu mới của người tiêu dùng để họ có thể chọn cho ra mắt sản phẩm mới.

Có một câu chuyện tôi cũng muốn chia sẻ thêm. Cách đây hơn 10 năm, người Việt hầu như chưa sở hữu các sản phẩm sữa bột công thức nước ngoài, ngoại nhập. Lúc này, bài toán của chúng tôi là: làm ra sản phẩm phù hợp quốc tế, phù hợp thị trường trẻ em Việt, giá thành hợp lý. Hiện nay, Vinamilk đã có gần như đầy đủ các dòng sản phẩm và ứng dụng nhiều công nghệ, thành tựu khoa học tiên tiến nhất của thế giới. Nhưng nếu lúc này của chúng tôi được dùng ở nước ngoài khi nhiều năm qua, sữa bột trẻ em Vinamilk luôn dẫn đầu thị trường Việt Nam và một số nước lân cận.

**- Những hàng chúng của Vinamilk trong việc phát triển sản phẩm là gì?**

- Được trưng của ngành hàng tiêu dùng nhanh là liên tục thay đổi. Cách làm của chúng tôi cũng như vậy: sản phẩm phát triển, cần tiến liên tục để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng; còn bên sản phẩm thì hiểu gì về ngành giá trị cốt lõi xoay quanh chất lượng, uy tín.

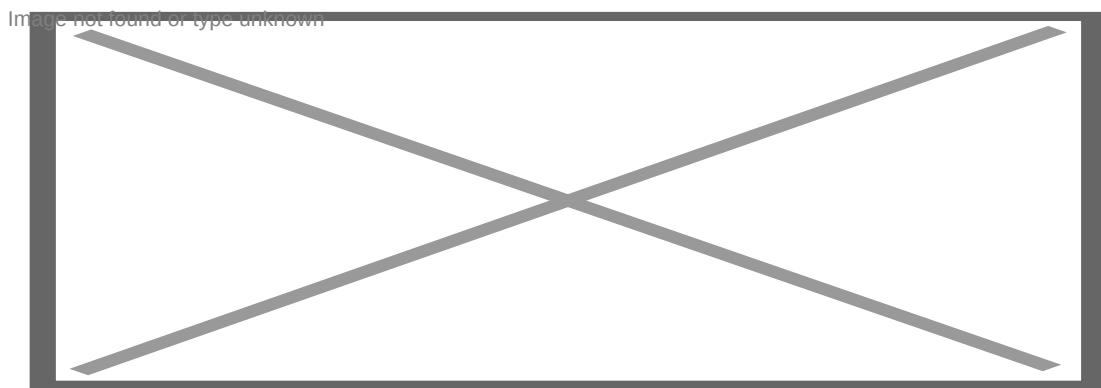
Đón đầu và tạo nên xu hướng cũng chính là tiêu chí mà chúng tôi trung thành. Vinamilk không bỏ qua bất kỳ nhu cầu nào của người tiêu dùng. Vì sao chọn một khi chúng ta có thể làm tốt tất cả? Vinamilk có những lợi thế đáp ứng cho các phân khúc, nhu cầu, xu hướng dinh dưỡng tiên tiến nhất mà mang đến sản phẩm chất lượng tốt nhất. Ví dụ.

**- T? nhóm ph? thông ti?n ??n khách hàng cao c?p, doanh nghi?p làm gì ?? hài hòa các nhu c?u khác nhau này?**

- V?i mô hình kinh t? ch? K trong và sau ??i d?ch, nhu c?u c?a ng??i tiêu dùng ngày càng phân hoá sâu s?c. Bên c?nh m?t b? ph?n ?áng k? v?i thu nh?p không ?n ??nh và s?c mua gì?m sút, thì c?ng có t?p không nh? nh?ng ng??i tiêu dùng v?i thu nh?p cao, ?òi h?i s?n ph?m và d?ch v? mang nhi?u giá tr? cao h?n, d?n t?i vi?c xu h??ng cao c?p hoá đi?n ra ngày càng m?nh m?.

Danh m?c s?n ph?m phong phú v?i 250 ch?ng lo?i là th? m?nh c?a Vinamilk. Chúng tôi v?n ?ang ti?p t?c nghiên c?u phát tri?n ?? mang l?i cho ng??i tiêu dùng nh?ng gi?i pháp dinh d??ng theo h??ng toàn đi?n, c?i thi?n s?c kho? c? th? ch?t l?n tinh th?n, ?ng d?ng các thành t?u khoa h?c th? gi?i.

Tôi c?ng nh?n m?nh thông ?i?p ?ã nêu ? trên, Vinamilk m? r?ng phân khúc cao c?p không có ngh?a là tung ra s?n ph?m ??t ?? hay h??ng ??n l?i nhu?n. Thay vào ?ó, chúng tôi mu?n ??a nhi?u “giá tr? c?ng thêm” vào m?i s?n ph?m.



*Sản phẩm sữa tươi Vinamilk Green Farm được ra mắt năm 2021 (Ảnh: Vinamilk)*

Nh?ng s?n ph?m cao c?p c?a Vinamilk ?ã có m?t trên th? tr??ng g?n ?ây ???c ng??i tiêu dùng ?ón nh?n tích c?c. Nhóm s?n ph?m này g?m s?a t??i trang tr?i Green Farm, s?a t??i và s?a b?t Organic, s?a t??i ch?a t? y?n, s?a chua ?n Love Yogurt, s?a b?t tr? em Yoko và th?c u?ng dinh d??ng dành cho tr? nh?, s?n ph?m dinh d??ng y h?c dành cho ng??i l?n tu?i và ng??i c?n ph?c h?i s?c kho? Kenko Haru...

**- Chi?m th? ph?n l?n t?i Vi?t Nam ???c Vinamilk ?ánh giá là l?i th? hay tr? ng?i?**

- Chúng tôi nh?n th?c rõ th?c t? là các doanh nghi?p cùng ngành c?nh tranh ngày càng quy?t li?t h?n. N?u ??ng yên, không chuy?n ??ng thì nguy c? t?t h?u, b? m?t th? ph?n là không tránh kh?i. ??i m?i, sáng t?o là nh?ng n? l?c không ng?ng ngh? giúp chúng tôi t?ng tr??ng v??t b?c, không nh?ng gi? v?ng v? trí d?n ??u trong ngành s?a mà còn góp ph?n phát tri?n ngành s?a Vi?t Nam theo h??ng hi?n ??i, mang l?i giá tr? ngày càng cao h?n cho ng??i tiêu dùng. Vi?c liên ti?p gi?i thi?u hàng lo?t s?n ph?m m?i là k?t qu? c?a nh?ng n? l?c ?ó.

**- Vi?c ??i m?i sáng t?o này th?c hi?n trên nh?ng n?n t?ng nào?**

- Vinamilk hi?n ?ang s? h?u n?ng l?c s?n xu?t và cung ?ng vô cùng l?n. T? nhi?u n?m tr??c Vinamilk ?ã ?i theo ??nh h??ng chu?n qu?c t?, cho trang tr?i, nhà máy và ? t?t c? các khâu liên quan ??n ch?t l?ng s?n ph?m. ??n c? n?m 2007, chúng tôi có trang tr?i ??t chu?n Global G.A.P ??u tiên, hay vào n?m 2017 Vinamilk m? trang tr?i Organic châu Âu ??u tiên c?a Vi?t Nam. Vinamilk c?ng ?ã xây d?ng h? th?ng 13 trang tr?i bò s?a, 13 nhà máy trên c? n??c ?áp ?ng các tiêu chu?n kh?t khe nh?t c?a th? gi?i... Song song, chúng tôi ??u t? cho ho?t ??ng R&D, h?n tác v?i các nhà khoa h?c, vi?n nghiên c?u dinh d??ng hàng ??u th? gi?i nh?m ??a ra nh?ng c?n

Một lối thi khác của chúng tôi là sự thu hút người tiêu dùng Việt Nam với hơn 45 năm gần đây, đây là một "tài sản vô giá" của Vinamilk.

**- D? báo của ông v? nhu cầu của thị trường? trong thời gian tới là gì?**

- Tuy nhiên thị trường của thị trường sẽ như thế nào gần đây tuy có những lối do một số yếu tố khách quan, nhưng sự phát triển bền vững thị trường. Thị trường sẽ Việt Nam vẫn còn nhiều điều gì thị trường khi tiêu thụ bình quân người vẫn còn khoảng cách khá xa với các nước lân cận (23,2 kg mỗi người hàng năm so với 31,7 kg Thái Lan và 43,7 kg Hàn Quốc).

Một năm vẫn có xu hướng một thị trường trẻ em chào đón. Thêm vào đó, nhận thức về việc chăm sóc và bảo vệ sức khỏe ngày càng cao, việc biết lựa chọn từ trung niên trở lên - việc thị trường nhận được nhận thức về kinh tế cũng là một thị trường thị trường thị trường cho ngành sữa.

Một xu hướng đang thịnh hành hiện nay là sự tiến bộ. Ngoài sự phát triển của các kênh mua sắm tiến bộ như siêu thị, trang bán hàng trực tuyến, nhận được sự tham gia của người tiêu dùng hiện tại cho người dùng. Ví dụ như việc thị trường thị trường thị trường phá của sự công nghệ pha sữa dành cho trẻ nhỏ ngày càng hiện đại sự bắt công nghệ là một ví dụ điển hình cho xu hướng tiến bộ trong ngành sữa.

Một góc nhìn khác vào thị trường (Gen Z), việc thị trường đang quy tụ nhận xu hướng tiêu dùng thị trường lại với việc việc giáo dục bài bản, cao hiện sự xanh, tích cực thị trường tác xã hội trên các nền tảng công nghệ cao... Phức tạp việc thị trường này đòi hỏi doanh nghiệp ngành sữa phải nâng cao, tinh tế và chân thành hơn khi đưa ra thị trường các giải pháp dinh dưỡng tốt nhất cho sức khỏe, nguồn gốc tự nhiên, thân thiện với môi trường và có những hoạt động truy tìm thông tin tính thị trường tác cao.

**Pv**

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/public/vinamilk-du-nang-luc-dap-ung-moi-nhu-cau-thi-truong>