



CAO ĐẲNG KT – CN VẠN XUÂN

--- o0o ---

Môn học:

Dự Báo Trong Kinh Doanh

Giảng Viên: **Ths. Trần Vĩnh Tuấn**

Tp.HCM, ngày tháng 09 năm 2011

BÀI THUYẾT TRÌNH NHÓM

5DIAMONDS



Thành viên nhóm:

1. Đặng Thị Thúy An
2. Nguyễn Thị Chi
3. Phạm Thị Bích Liên
4. Nguyễn Thị Minh
5. Đào Thị Ngân

ĐỀ TÀI:

Phân tích tình hình biến động về giá sữa trên thị trường thế giới và đặc biệt là thị trường Việt Nam.



Trong bối cảnh lạm phát, giá sữa ngoại tăng chóng mặt, trong khi thu nhập của người dân chưa được cải thiện nhiều. Thị trường phân phối sữa có nhiều bất ổn, chất lượng sữa, trong nhiều trường hợp bị mập mờ. Nguyên nhân do đâu?

Và đâu là giải pháp để lành mạnh hóa thị trường kinh doanh sữa trong nước, đáp ứng nhu cầu thiết yếu của người tiêu dùng



Nguồn:wordpress.com

Nội dung nghiên cứu

Những nét chính về ngành sữa

Nguyên nhân dẫn đến việc tăng giá sữa

Báo thị trường sữa trong tương lai

Biện pháp gia nhập thị trường



I. Những nét chính về ngành sữa

1. Tầm quan trọng của sữa trong cuộc sống
2. Đặc điểm ngành sữa VN



1. Tầm quan trọng của sữa trong cuộc sống

Cách đây khoảng chục năm trên thị trường Việt Nam, sữa còn là một loại mặt hàng xa xỉ chưa có nhiều loại sữa và thương hiệu rộng. Chỉ có những người dân nhiều tiền và có học thức mới đủ tiền và hiểu được tầm quan trọng của sữa mới mua dùng cho con, người bệnh chứ không dám xa xỉ dùng như một loại thực phẩm thiết yếu trong đời sống hằng ngày.





Thế nhưng ngày nay với nền kinh tế mở rộng, báo chí, truyền thông ngày càng hiện đại. Thì mọi người ý thức được tầm quan trọng của sữa và bên cạnh đó mức sống con người ngày càng được nâng cao, đòi hỏi những yêu cầu cao hơn để phục vụ sức khỏe.



Và sữa đã dần chiếm tỉ lệ quan trọng thành thực phẩm chính cung cấp những dinh dưỡng cần thiết cho mọi người và đặc biệt là cho trẻ nhỏ.

Chính sự đổi mới của đất nước đã thu hút rất nhiều hãng sữa ngoại nhập đầu tư vào thị trường Việt Nam và nó cũng chiếm lĩnh một lượng rất lớn thông qua báo chí, truyền hình khẳng định. Và qua đó ngày càng có nhiều người biết đến tầm quan trọng của sữa và tin dùng, lựa chọn những loại sữa phù hợp với mình với những mức giá khác nhau của từng mặt hàng.

Tuy nhiên, giá cả mọi thứ ngày càng tăng cao làm cho giá sữa liên tục biến động làm ảnh hưởng rất nhiều đến đời sống.



Nguồn: Người lao động

2. Đặc điểm ngành sữa VN

2.1. Đặc điểm khách hàng.

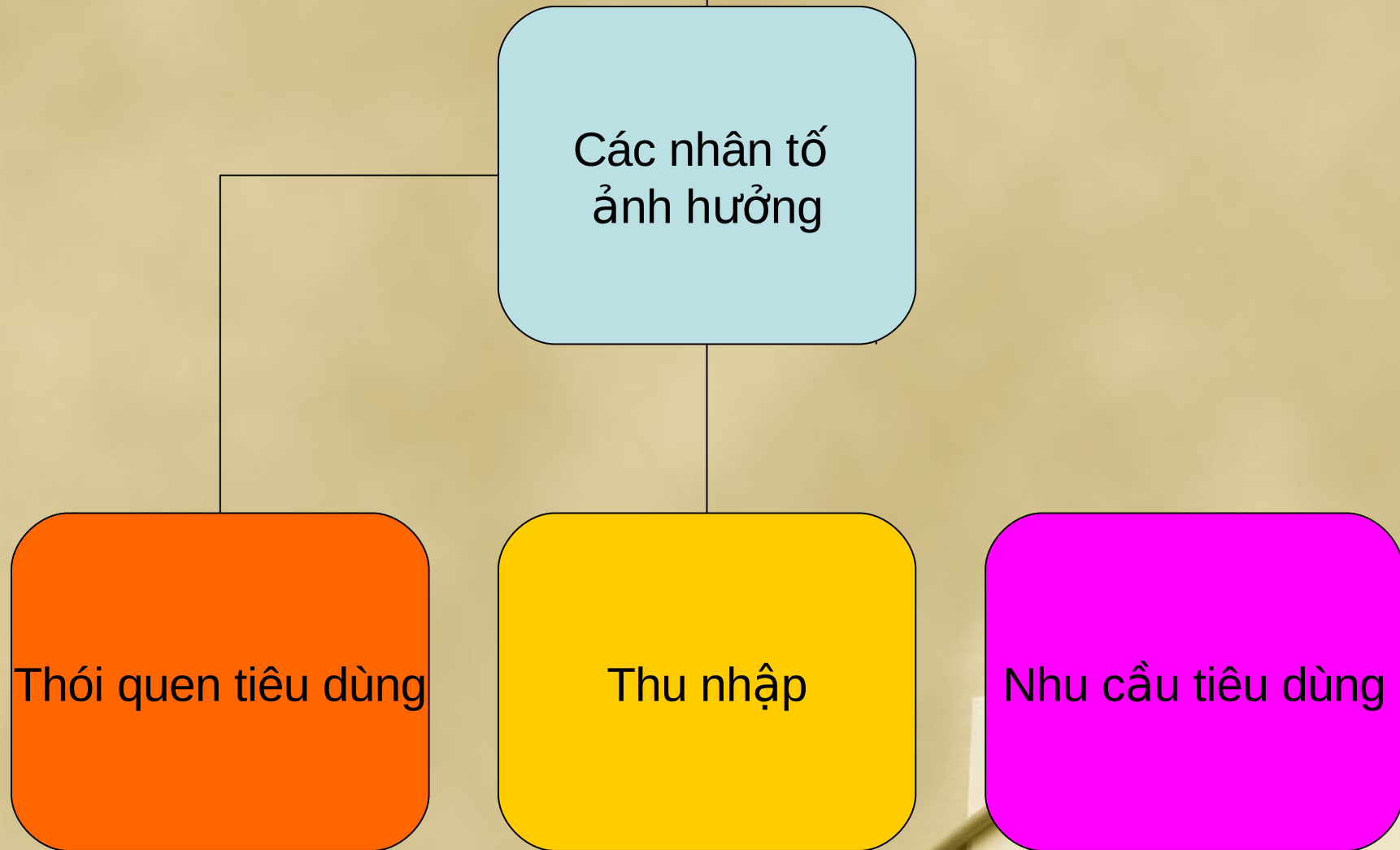
2.2. Các sản phẩm sữa ở Việt Nam.

2.3. Hệ thống phân phối.

2.4. Diễn biến giá sản phẩm.



2.1. Đặc điểm khách hàng



2.1. Đặc điểm khách hàng



2.2. Các sản phẩm sữa ở Việt Nam

Sữa bột



sữa nước



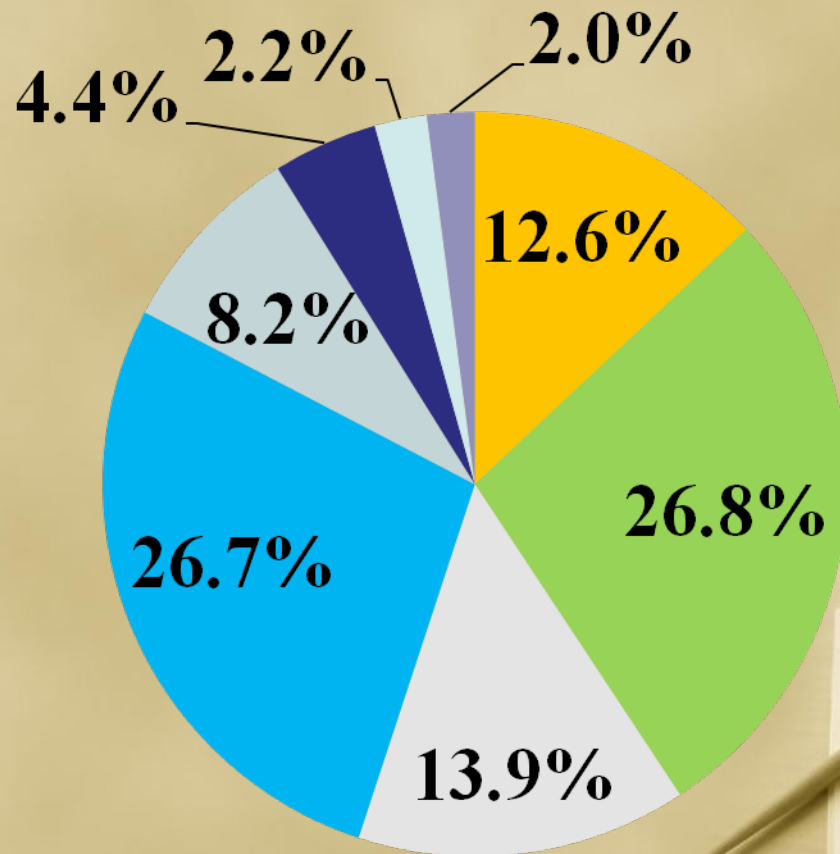
2.3. Diễn biến giá sản phẩm

Giá sữa tăng 10-15% trong năm 2009 và tăng 20-25% trong năm 2011 là động lực chính cho tăng trưởng doanh thu bán sữa.



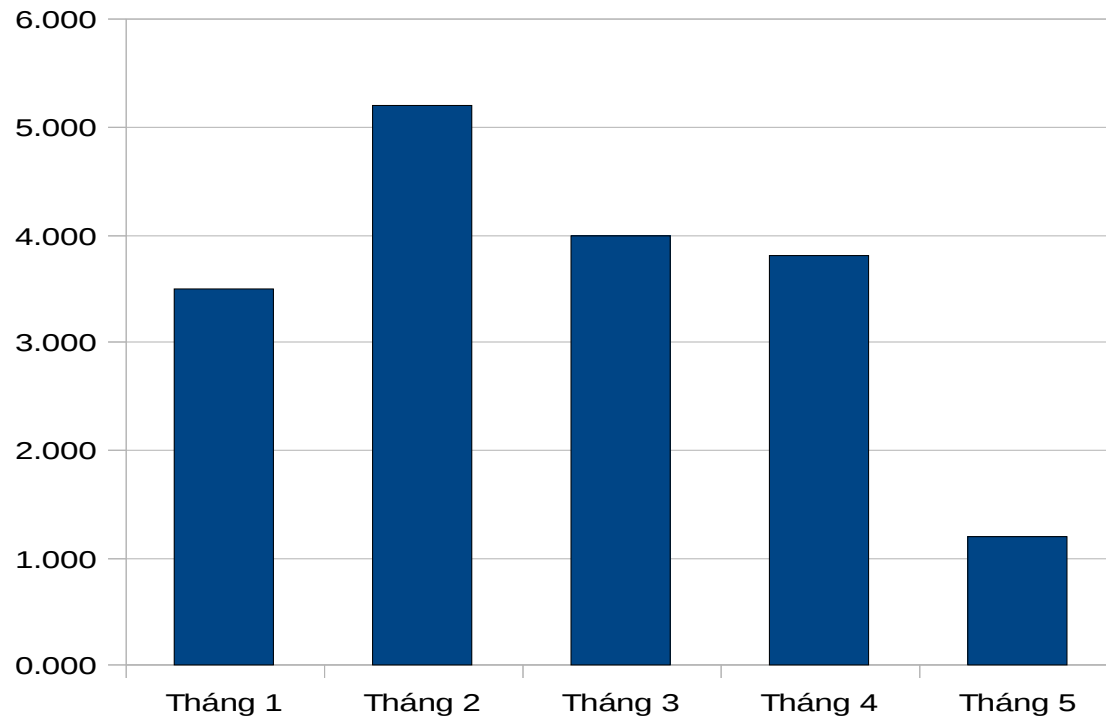
Thị phần của một số hãng sữa lớn trên thị trường sữa bột trong nước

- vinamilk
- mead johnson
- dumex
- aria
- abbott
- frleslandcampina
- nestle
- nutifood



Diễn biến ngành sữa trong nước

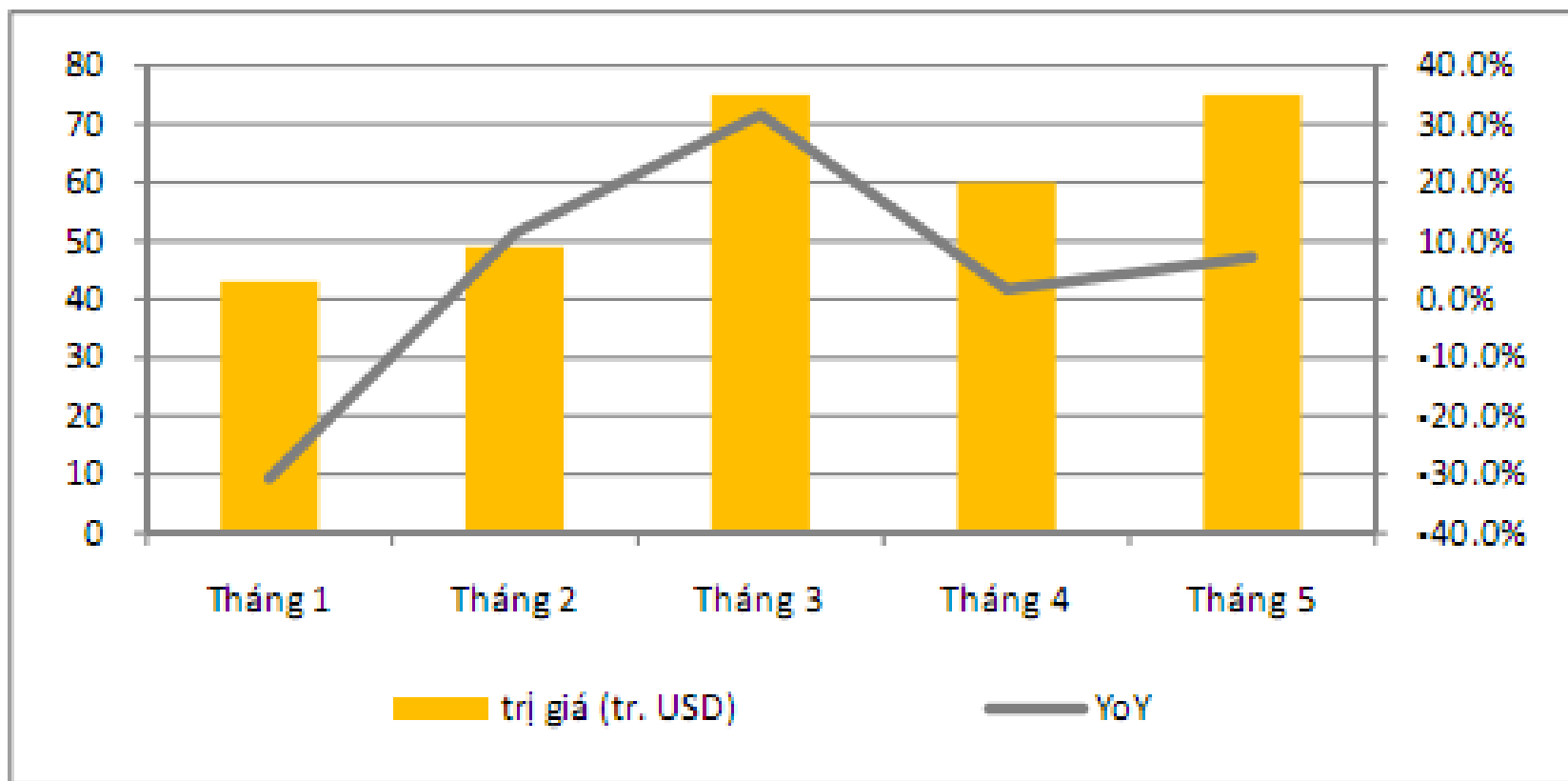
Tình hình sản xuất sữa trong nước



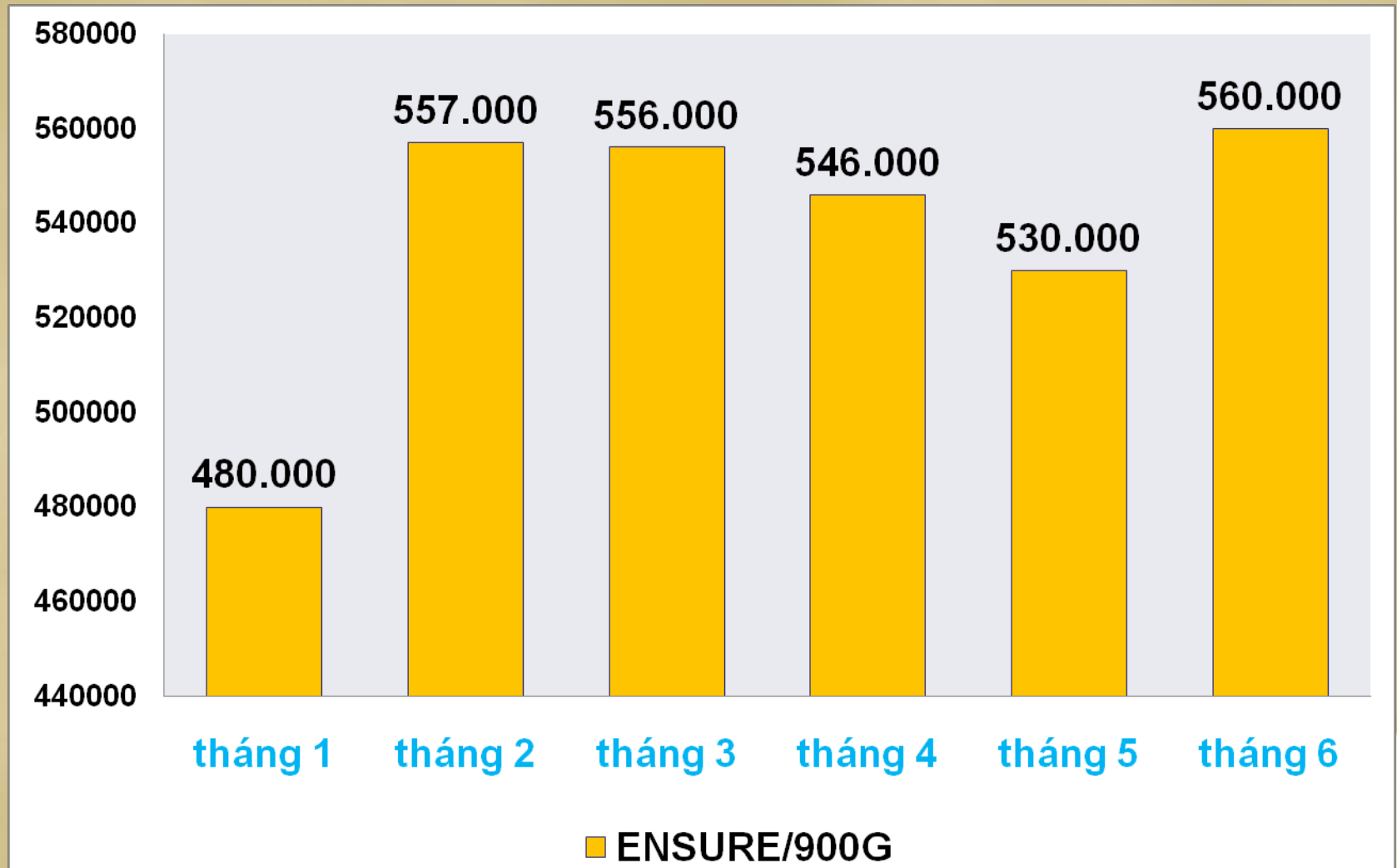
Nhập khẩu sữa

Thông thường, sản lượng sữa trong nước sản xuất ra chỉ đáp ứng khoảng 25 –30% nhu cầu, còn lại vẫn phải nhập khẩu.

Nhập khẩu sữa và sản phẩm sữa 5 tháng đầu năm 2011



Diễn biến giá sữa trong nước



II. Nguyên nhân dẫn đến việc tăng giá sữa

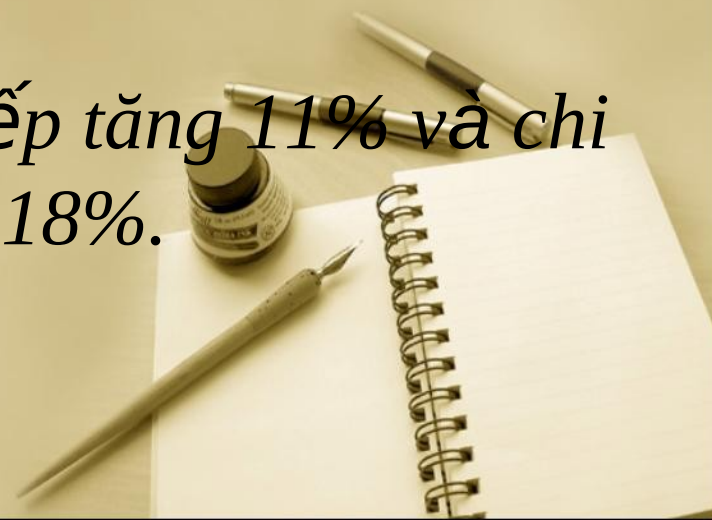
1. Nguyên nhân trực tiếp
2. Nguyên nhân gián tiếp
3. Nguyên nhân khác



1. Nguyên nhân trực tiếp

Nguyên nhân do tăng giá là vì các chi phí đầu vào tăng cao như:

- ❖ Tỷ giá ngoại tệ tăng 13%;
- ❖ Thuế nhập khẩu sữa tăng từ 5% lên 10%;
- ❖ Chi phí mua nguyên liệu (lon thiếc, thùng giấy...) tăng 10-30%;
- ❖ Chi phí lao động trực tiếp tăng 11% và chi phí lao động gián tiếp tăng 18%.



Giá sữa được quyết định bởi nhiều yếu tố:

- *Giá nguyên liệu*
- *Các loại vi chất, vi lượng, chi phí sản xuất, Chi phí đóng gói, bao bì, - Thuế, thuế nhập khẩu, lợi nhuận của các nhà sản xuất, lợi nhuận của các đại lý, hệ thống phân phối, lợi nhuận của các nhà bán lẻ*
- *Chi phí quảng cáo, tiếp thị...*



Tiến sĩ Hồ Tất Thắng



2. Nguyên nhân gián tiếp

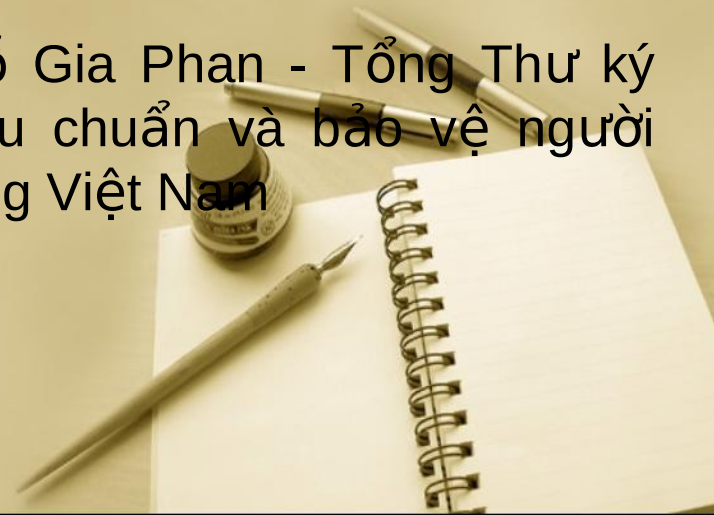
- ❖ Thị trường Việt Nam còn phụ thuộc nhiều vào thị trường nước ngoài.
- ❖ Tâm lý người tiêu dùng lựa chọn hàng ngoại.
- ❖ Một số hiện tượng sữa kém chất lượng, sữa giả, chứa melamine.



cho rằng, giá sữa bị "đội" lên một phần do doanh nghiệp **chi cho quảng cáo, tiếp thị... quá lớn**. Họ buộc phải tăng giá **để bù lại phí cho đầu ra**. Nhưng không thể vì **lợi nhuận của doanh nghiệp mà phải bắt người dân phải "gánh"**.



Ông Đỗ Gia Phan - Tổng Thư ký Hội Tiêu chuẩn và bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam



3. Nguyên nhân khác

- ❖ Mặc dù giá nguyên liệu giảm, nhưng giá sữa vẫn không chịu hạ nhiệt.
- ❖ Quy mô chăn nuôi bò sữa còn nhỏ lẻ, giá thức ăn chăn nuôi lại tăng.
- ❖ Sự quản lý lỏng lẻo của cơ quan quản lý – lách luật.



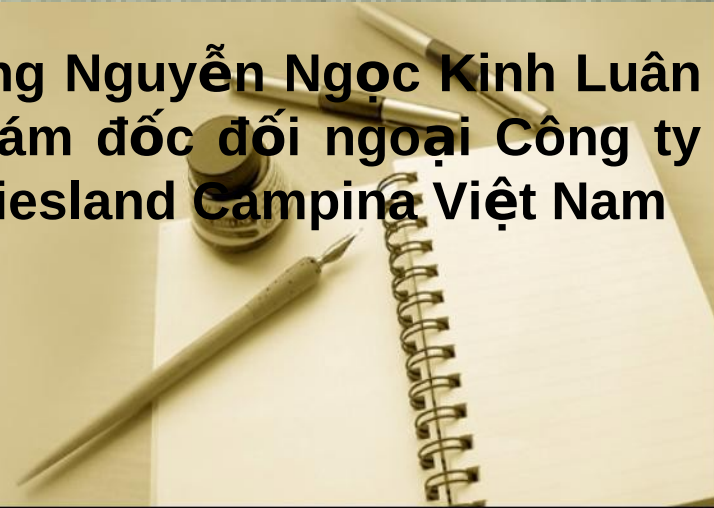
Lý giải: Giá sữa tăng đột này **không liên quan đến giá sữa nguyên liệu. Nguyên nhân chủ yếu do:**

- Giá nguyên vật liệu đóng gói tăng giá từ 5-18%
- **Lương của lao động trực tiếp sản xuất phải tăng thêm khoảng 4,5%.**
- Ngoài ra, nhiều loại nguyên vật liệu đầu vào khác cũng tăng giá từ 11-54% thời gian qua.

Cũng theo ông Luân, việc tăng giá này đã được Công ty đăng ký, giải trình theo đúng quy định với các cơ quan quản lý.



Ông Nguyễn Ngọc Kinh Luân
Giám đốc đối ngoại Công ty
Friesland Campina Việt Nam



Theo tôi, nguyên nhân là :
do giá sữa cũng tuân theo quy luật của kinh tế thị trường, khi nhu cầu lớn, giá sẽ tăng.

Tâm lý người tiêu dùng muốn dành cho con những điều kiện tốt nhất và ai cũng nghĩ mua sữa giá càng cao, chất lượng càng tốt. Giá sữa cao chủ yếu tập trung ở sữa bột nhập ngoại dành cho cả người bệnh và trẻ em.



Ông Vũ Công Chính - Phó Cục trưởng Cục Quản lý giá, Bộ Tài Chính



Vinamilk tồn tại và phát triển trên thị trường Việt Nam 33 năm qua. Chúng tôi đứng vững như ngày nay là do sản phẩm đảm bảo chất lượng và giá cả.



**Bà Bùi Thị Hương –
Giám đốc đối ngoại
Vinamilk**

Chúng tôi sản xuất các sản phẩm đảm bảo sức khỏe người tiêu dùng, đưa ra thị trường những sản phẩm tốt nhất, phù hợp nhất và giá cả hợp lý nhất.

III. Dự báo thị trường sữa trong tương lai

Bảng 3: chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng ngành sữa Việt Nam

ĐVT: Tỷ đồng

No.	Segment	2010	2011F	2012F	2013F	2014F	Cagr
1	Long-life liquid milk (unflavored)-Sữa nhân thọ	3,545	3,824	4,108	4,397	4,688	14%
2	Powdered milk (Sữa bột)	2,073	2,213	2,359	2,511	2,669	7%
3	Fresh liquid milk (flavored)-Sữa tươi	1,403	1,575	1,761	1,963	2,181	15%
4	Long-life liquid milk (flavored)-Sữa nhân thọ	427	473	521	571	624	12%
5	Concentrated milk (Sữa đặc)	299	315	331	348	365	5%
6	Fresh liquid milk (unflavored)-Sữa tươi	96	101	107	113	119	7%

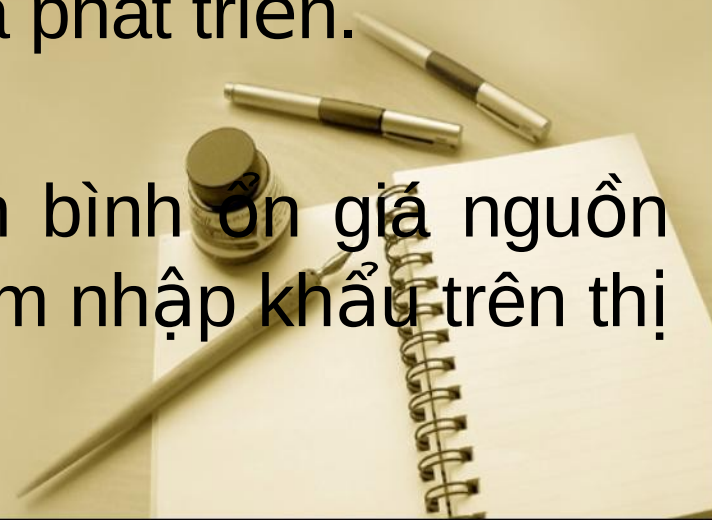
Nguồn: Datamonitor, APS tổng hợp và dự

- ❑ *Sự phát triển chiến lược của Ngành sữa Việt Nam đã đáp ứng nhu cầu trong nước: từ 10% (2001) lên 22% (2005), và dự kiến tăng lên 34% (2015) & 38 % (2020)*
- ❑ *Tuy nhiên, nhiều hạn chế về kỹ thuật trong chăn nuôi bò sữa ở VN cần được cải thiện trong những năm tới*

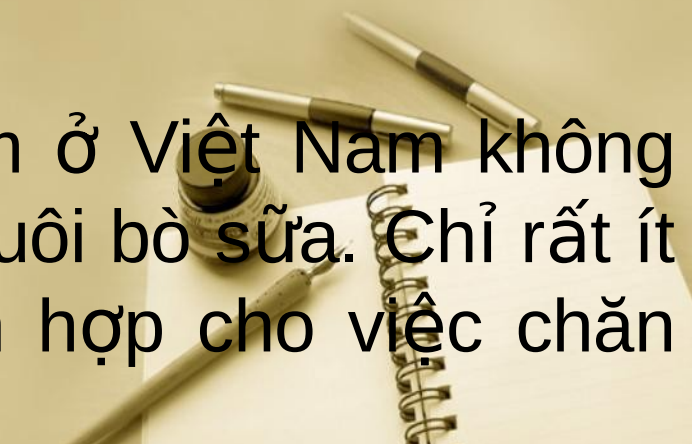


Thuận lợi


- Năng suất sữa của các hộ chăn nuôi bò sữa ở Việt Nam tương đương với nhiều nước trong khu vực Đông Nam Á.
- Tỷ suất sinh lợi trong khâu sản xuất, chế biến sữa cao
- Chính phủ đang có chính sách hỗ trợ cho người chăn nuôi bò sữa và ngành sữa phát triển.
- Thuế nhập khẩu giảm làm bình ổn giá nguồn cung nguyên liệu và thành phẩm nhập khẩu trên thị trường sữa



Khó khăn

- ❖ Ngành chăn nuôi bò sữa còn khá mới, người nông dân ít kinh nghiệm nên chất lượng sữa chưa cao.
 - ❖ Quy mô còn nhỏ lẻ nên khó áp dụng khoa học công nghệ vào việc chăn nuôi bò sữa. 80% nguồn thức ăn chăn nuôi bò sữa phải nhập khẩu nên chi phí chăn nuôi cao.
 - ❖ Điều kiện khí hậu nóng ẩm ở Việt Nam không thích hợp lắm cho việc chăn nuôi bò sữa. Chỉ rất ít vùng có khí hậu ôn hòa thích hợp cho việc chăn nuôi bò sữa.
- 

Khó khăn.....

- ❖ Năng lực sản xuất sữa của khu vực chăn nuôi chỉ đáp ứng khoảng 20% nhu cầu chế biến của các nhà máy nên ngành sữa nước ta phải nhập khẩu nguyên liệu sữa.
 - ❖ Mức tiêu thụ các sản phẩm sữa bình quân đầu người của Việt nam còn thấp
 - ❖ Vấn đề an toàn chất lượng sữa là một trong những nhân tố tác động mạnh đến ngành sữa. Thời gian qua, các scandal như sữa có melamine, sữa có chất thuốc súng đang khiến cho hoạt động tiêu thụ sữa khó khăn
- 

IV. BIỆN PHÁP GIA NHẬP THỊ TRƯỜNG

1. Lựa chọn định vị rộng cho thương hiệu sản phẩm
2. Lựa chọn định vị đặc thù cho thương hiệu sản phẩm
3. Lựa chọn định vị giá trị cho thương hiệu sản phẩm
4. Đắt tiền hơn để có chất lượng tốt hơn.
5. Giữ nguyên giá nhưng chất lượng cao hơn.



Tài liệu tham khảo:

<http://tailieu.vn>

<http://www.dairyvietnam.org.vn>

<http://vnbusiness.vn>

<http://sgtt.vn>

<http://www.vnnavi.com>

www.vinamilk.com.vn

<http://www.news.go.vn>

.....

Cùng một số hình ảnh khác trên internet.



**CẢM ƠN THẦY VÀ
CÁC BẠN ĐÃ
CHÚ Ý
LẮNG
NGHE !**



Thực hiện

1. Đặng Thị Thúy An

2. Phạm Thị Bích Liên

3. Nguyễn Thị Minh Lý

4. Đào Thị Ngân

5. Nguyễn Thị Chi

Nội dung

Giới thiệu – tầm quan trọng của sữa

Biến động của giá sữa

Nguyên nhân biến động giá sữa

Dự báo giá sữa trong tương lai

Kỹ thuật