



NỘI THẤT PHÒNG KHÁCH VÀ PHÒNG ĂN (HS 940360) THỊ TRƯỜNG HOA KỲ - NGƯỜI MUA HÀNG

A. Cấu trúc thương mại

1. Kênh phân phối thích hợp

Doanh nghiệp Việt Nam hiện nay thường thu hút sự quan tâm của các nhà gia công, là kênh phân phối chủ yếu. Hoạt động phân phối thường theo qui trình sau: Nhập khẩu gỗ từ Myanmar, Lào sản xuất tại Việt Nam theo thiết kế của bên đặt gia công hoặc tự thiết kế □ Xuất khẩu đồ nội thất đến cho nhà đặt gia công tại Hoa Kỳ □ phân phối trên thị trường theo các kênh của nhà đặt gia công.

Doanh nghiệp cũng có thể liên hệ trực tiếp với các nhà sản xuất hay phân phối đồ nội thất để chào hàng. Khi đó hoạt động phân phối có thể rút ngắn còn 2-3 cấp. Tuy nhiên hiện nay do sản phẩm Việt Nam chưa có nhiều uy tín tại Hoa Kỳ, ta vẫn còn dựa nhiều vào kênh phân phối thông qua nhận gia công.

Hai nhà nhập khẩu lớn tại Hoa Kỳ là Global Furniture USA và U.S Furniture Import. Hiện nay cũng xuất hiện ngày càng nhiều cửa hàng bán lẻ với cùng thương hiệu như Berkshire Hathaway (điều hành Nebraska Furniture Mart, Star Furniture, R.C. Willey, Jordan's và Homemakers), và American Signature (quản lí Value City Furniture và American Signature Furniture).

Doanh thu ngành bán lẻ trang trí nội thất Hoa kỳ năm 2018 đạt 53,89 tỉ USD (<https://www.statista.com/topics/1136/us-furniture-retail/>)

2. Xu hướng

Nhu cầu về đồ đạc trong nhà là theo chu kỳ, bị ảnh hưởng bởi các vấn đề liên quan nhà ở, vì mong muốn tu sửa và thiết kế lại là không cần thiết trong thời kỳ kinh tế chậm. Nhu cầu cũng được thúc đẩy bởi thu nhập của người tiêu dùng. Các công ty lớn cạnh tranh thông qua việc mua khối lượng lớn và đa dạng chủng loại sản phẩm, phương thức tiếp thị và bán hàng hiệu quả. Các công ty nhỏ tập trung vào một phân khúc thị trường riêng và cạnh tranh thông qua phân khúc chuyên sâu của sản phẩm và dịch vụ khách hàng vượt trội. Cạnh tranh cho các cửa hàng trang trí nội thất bao gồm các cửa hàng tổng hợp, bán hàng đại chúng, cửa hàng trang trí nội thất, nhà sản xuất đồ nội thất có cửa hàng riêng của họ, và các nhà bán lẻ đặt hàng trực tuyến và qua thư

Năm 2018 là một năm tăng trưởng đối với nhiều nhà bán lẻ và là thách thức đối với những nhà bán lẻ khác. Ngày 15/10/2018, Sears, tập đoàn bán lẻ lớn nhất nước Mỹ, đã nộp đơn xin phá sản và thông báo đóng cửa gần 150 cửa hàng. Công ty đã từng đổi mới mô hình danh mục hàng hoá nhưng cũng đã thất bại. Đáng chú ý nhất trong ngành công nghiệp nội thất cũng bị ảnh hưởng. Doanh thu công ty này đã liên tục sụt giảm do sức ép cạnh tranh của dịch vụ bán hàng trực tuyến. Trong những năm gần đây, công ty đã phải đóng cửa hàng trăm cửa hàng do sự trỗi dậy của Amazon và các đối thủ thương mại trực tuyến khác. Tập đoàn Sears đã ngập trong nợ nần và không thể trả được khoản nợ trị giá 134 triệu USD vào hạn chót là ngày 15/10. Chủ tịch tập đoàn cho biết, sau khi nộp đơn xin phá sản, Sears sẽ tái cơ cấu trên nền tảng các cửa hàng nhỏ hơn nhằm bảo vệ hàng chục nghìn việc làm. Sears đã nhận được cam kết hỗ trợ tài chính trị giá 300 triệu USD và đang đàm phán để có thêm 300 triệu USD.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng quyết liệt từ hoạt động thương mại điện tử, Macy's - một trong những cửa hàng bách hóa lớn nhất thế giới của Mỹ vẫn phát triển mạnh mẽ, trở thành câu chuyện thành công của mô hình kinh doanh truyền thống. RH đã chứng minh điều này một cách tuyệt vời với việc khai trương phòng trưng bày Thành phố New York của họ với một nhà hàng / quán rượu trên tầng thượng và phòng trưng bày đan xen với nghệ thuật, cảm hứng kiến trúc và thiết kế nội thất. Họ thậm chí đang mở một khách sạn sang trọng gần đó.

Các mạng lưới lấy hàng từ một nguồn như Ethan Allen và Thomasville có những cách quảng cáo và sản xuất riêng phù hợp với từng nhóm đối tượng khách hàng, không chỉ hạn chế trong catalogue tại cửa hàng.

Ngành bán lẻ đồ nội thất gia đình cho phép người tiêu dùng trang trí ngôi nhà của họ theo phong cách riêng. Cùng với các thị trường nhà ở đang gặp khó khăn, các nhà bán lẻ đồ nội thất gia đình cũng vậy. Ngoại trừ các sự kiện giảm giá lớn như back Friday thu hút lượng lớn người mua, người tiêu dùng tiếp tục ngại chi tiêu cho đồ nội thất và đồ đạc trong nhà. Tuy nhiên, với các dấu hiệu phục hồi, người tiêu dùng dự kiến sẽ bắt đầu thoải mái chi tiêu một lần nữa. Phong cách, khả năng chi trả và công năng sản phẩm là những lý do chính mà người tiêu dùng đưa ra cho các cửa hàng nội thất lối sống mua sắm, chẳng hạn như Ikea, Williams-Sonoma, Crate & Barrel và Phục hồi Phần cứng.

Xu hướng thị trường chính: Nội thất phòng khách và phòng ăn

Phân khúc bao gồm đồ nội thất được tìm thấy trong phòng khách, phòng khách, phòng chờ, hành lang và phòng ăn. Mặc dù thiết kế phòng có thể khác nhau giữa các quốc gia, nhưng danh mục này bao gồm ghế sofa, ghế, cà phê và bàn ăn, giá sách và các đồ nội thất khác để lưu trữ. Doanh thu trong phân khúc Nội thất phòng khách & phòng ăn lên tới 80,2 tỷ USD vào năm 2018



3. Vai trò thương mại điện tử

Thương mại điện tử đóng vai trò quan trọng trong kênh bán hàng nội thất.

Nếu không tính những nhà bán lẻ vừa có cửa hàng vừa có trang web như Rooms To Go, Wal-Mart và Williams-Sonoma, có khoảng 34 nhà bán lẻ thương mại điện tử hàng đầu tại Hoa Kỳ.

Theo số thống kê của <https://www.statista.com/topics/1136/us-furniture-retail/>, doanh số kinh doanh hàng nội thất online chiếm đến 12,9% doanh số ngành thương mại điện tử tại Hoa Kỳ.

4. Quy trình lựa chọn nhà cung cấp

Để lựa chọn nhà cung cấp, các nhà xuất khẩu có thể thực hiện 4 bước sau:

Bước 1: Xác định mục tiêu phân phối và qui trình phân phối phù hợp

Bước 2: Tìm kiếm nhà phân phối thông qua nhiều kênh: thông qua đọc giới thiệu tại các trang web nghiên cứu thị trường, hoặc các trang tin tức ngành hàng, có thể chọn lọc lại một số nhà phân phối khác để thêm vào danh sách tiềm năng.

Ví dụ, thông qua đọc báo cáo nghiên cứu ngành hàng của Furniture today, có thể thấy lọc được một số nhà phân phối lớn nhất tại Hoa Kỳ như liệt kê bên dưới:

- Berkshire Hathaway Furniture Division (toàn Hoa Kỳ) — bao gồm cả Jordan's Furniture, Nebraska Furniture Mart, and other brands) — trụ sở tại Omaha, Nebraska
- Pier 1 Imports (toàn Hoa Kỳ) — trụ sở tại Fort Worth, Texas
- Art Van (Trung Tây) — trụ sở tại Warren, Michigan
- Select Comfort (toàn Hoa Kỳ) — trụ sở tại Minneapolis, Minnesota
- Badcock Home Furniture & More (South) — trụ sở tại Mulberry, Florida
- Slumberland (đa khu vực) — trụ sở tại Little Canada, Minnesota
- RoomStore (đa khu vực) — trụ sở tại Richmond, Virginia
- The Sleep Train (phía Tây) — trụ sở tại Citrus Heights, California

Bước 3: Duyệt qua trang web của từng nhà bán lẻ, chọn lọc lại các nhà bán lẻ có khả năng hợp tác nhất, lập danh sách chi tiết cuối cùng gồm tên, trụ sở, địa chỉ, số điện thoại và email liên lạc. Danh sách cuối cùng thông thường gồm khoảng 10 nhà bán lẻ.

5. Khuyến nghị

- Người Mỹ hiện đại sau khủng hoảng kinh tế hiện nay đang thắt chặt hầu bao và quan tâm nhiều hơn đến những đóng góp xã hội của doanh nghiệp, do đó cách tiếp cận nhanh chóng là sản phẩm bền tốt, giá cả phù hợp với các cách thức khuyến mãi sáng tạo, và các chứng nhận trách nhiệm CSR (nếu có thể)
- Muốn xuất khẩu thành công doanh nghiệp cũng cần chú ý tới việc đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, xây dựng thương hiệu và thực hiện bảo vệ thương hiệu tại Hoa Kỳ, cũng như tìm hiểu rõ hơn về ảnh hưởng của luật sở hữu trí tuệ Hoa Kỳ tới các sản phẩm. Thiết lập mối quan hệ vững chắc với các nhà mua hàng.

B. Danh sách người mua hàng tiềm năng

1. **Danh sách người mua hàng :** thực hiện tại bước 3 mục A.4 kể trên.

2. Nguồn tư liệu:

Thông tin hay nguồn tư liệu chính là nguồn trang web thông tin về đồ nội thất và website của người mua hàng tiềm năng.

Một số trang web có thể tìm kiếm thông tin về đồ nội thất hoặc người mua hàng:

- <http://www.nahfa.org/> - Trang web Hiệp hội các nhà sản xuất đồ gỗ nội thất Bắc Mỹ
- <http://furnishingsresearchstore.com/> - Trang web nghiên cứu thị trường nội thất
- <http://furnituretodaystore.stores.yahoo.net/> - Trang web nghiên cứu thị trường
- <http://www.bifma.org/> Trang web của hiệp hội các nhà kinh doanh và sản xuất đồ gỗ Hoa Kỳ
- <https://www.statista.com/topics/1136/us-furniture-retail/> Thống kê số liệu bán lẻ hàng nội thất

Một số trang web thương mại điện tử nổi tiếng khác như trang của Alibaba hay Global sources cũng có cung cấp thông tin về người mua hàng và nhà cung ứng.

3. Tiếp cận đối tác

Cách tốt nhất để liên hệ đối tác là liên lạc trực tiếp với họ, qua email hoặc điện thoại. Các Hiệp hội, tổ chức, trung tâm xúc tiến thương mại, đơn vị hỗ trợ kinh doanh cũng có thể giúp khách hàng. Việc tham gia một hội chợ rồi mời khách hàng tiềm năng đến tham quan gian hàng tại hội chợ cũng là một cách rất tốt để tiếp cận khách hàng và tạo niềm tin bước đầu vào chất lượng sản phẩm cũng như uy tín thương hiệu.

Thông tin về các hội chợ sắp diễn ra tại Hoa Kỳ có thể được tìm thấy tại website bên dưới: www.biztradeshows.com

4. Khuyến nghị

- Tuy thương mại điện tử đã ngày càng phát triển, cách thức tiếp cận cổ điển thông qua tham dự hội chợ tại quốc gia thị trường đích chưa bao giờ mất tác dụng.
- Ngoài am hiểu về đối tác, khi tiếp cận đối tác doanh nghiệp cũng cần lưu ý đến đặc trưng vùng miền do Hoa Kỳ có lãnh thổ rất rộng lớn, với nhiều chủng tộc, ngôn ngữ, tôn giáo và đặc biệt là văn hóa kinh doanh khác nhau.