

Đề tài: phân tích môi trường kinh doanh

công ty cổ phần sữa TH True Milk

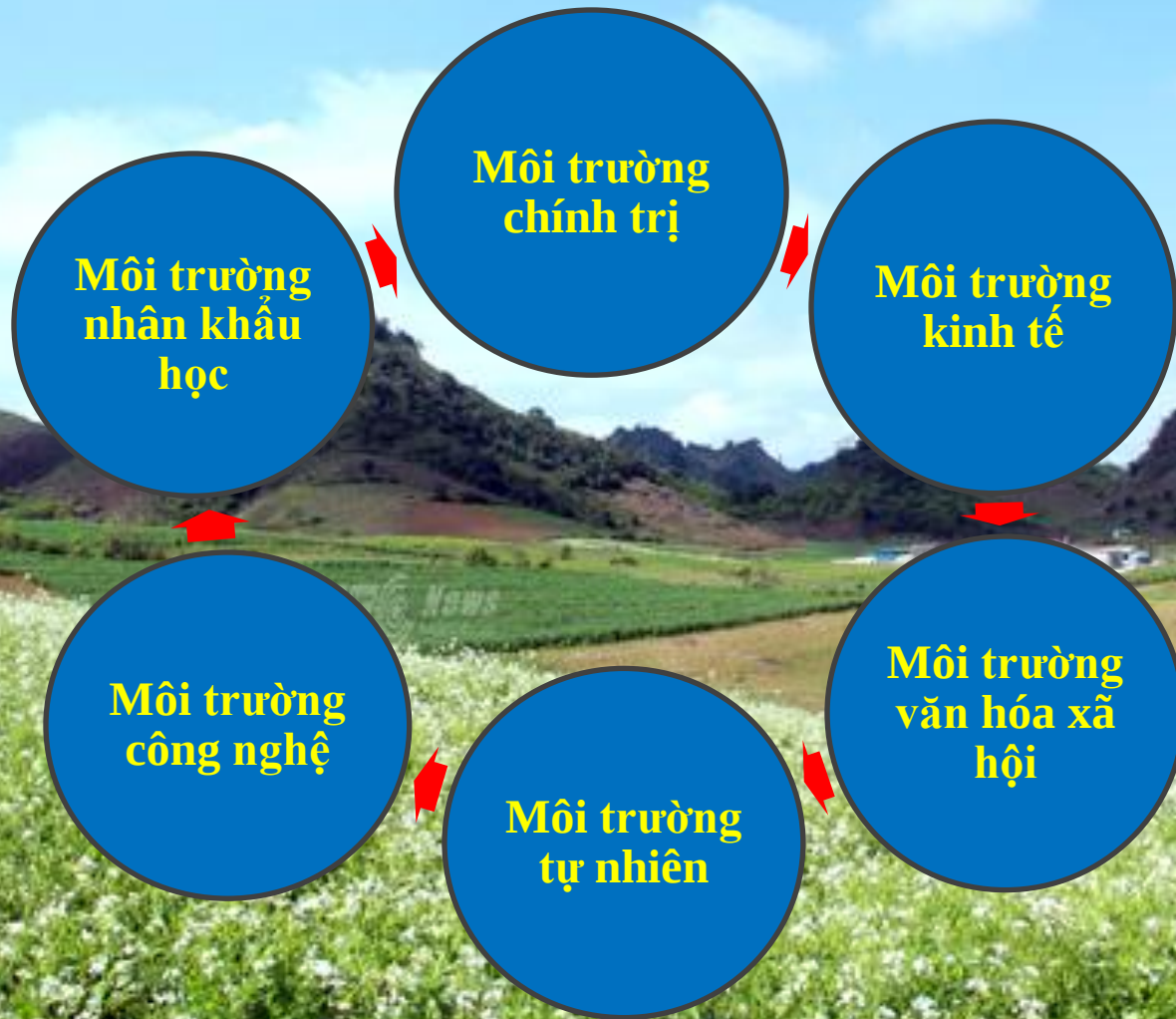
Có thể bạn chưa biết ?

Thương hiệu TH True
Milk xuất hiện trên thị
trường vào cuối năm
2010

Chủ tịch HĐQT
của tập đoàn TH
là doanh nhân
Thái Hương
(Tổng giám đốc
ngân hàng TMCP
Bắc Á)

Công ty TH True
Milk trực thuộc
tập đoàn TH, được
tư vấn và đầu tư
tài chính bởi ngân
hàng TMCP Bắc
Á

Môi trường kinh doanh ở Việt Nam tác động đến thị trường sữa như thế nào ?



Việt Nam là nước có môi trường chính trị ổn định.

Việt Nam là một trong những quốc gia có nền chính trị ổn định nhất thế giới.

Việt Nam luôn tạo môi trường kinh doanh an toàn, thân thiện, thu hút đầu tư.

Hệ thống pháp lí chưa hoàn chỉnh, chế tài lỏng lẻo, hệ thống quản lí chưa tốt nhưng đang dần cải thiện tích cực.

Nền kinh tế chưa thực sự khởi sắc

Theo xu thế hội nhập, Việt Nam chịu ảnh hưởng sâu sắc của cuộc khủng hoảng tài chính thế giới.



Năm 2007, Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại quốc tế WTO.



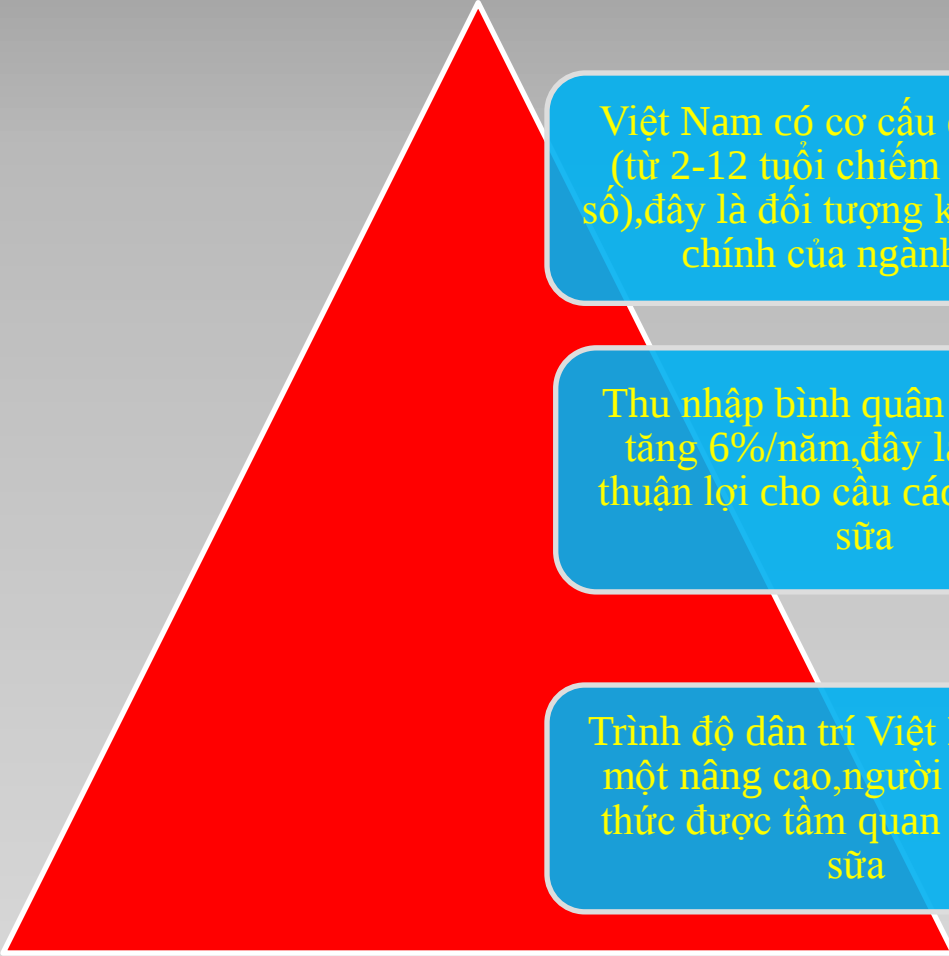
Năm 2017, Việt Nam hội nhập hoàn toàn với các nước trong khối ASEAN.

Người Việt Nam có xu hướng quan tâm sức khỏe hơn

Người Việt Nam có chiều cao thấp nhất trong khu vực Đông Nam Á (nguyên nhân do dinh dưỡng trong quá khứ)

Trong một khảo sát mới đây của TNS trên 1200 người tại Hà Nội và TP Hồ Chí Minh, 85% cho rằng họ coi trọng sức khỏe hơn sự giàu có

Về nhân khẩu học



Việt Nam có cơ cấu dân số trẻ (từ 2-12 tuổi chiếm 30% dân số), đây là đối tượng khách hàng chính của ngành sữa

Thu nhập bình quân đầu người tăng 6%/năm, đây là tín hiệu thuận lợi cho cầu các sản phẩm sữa

Trình độ dân trí Việt Nam ngày một nâng cao, người dân nhận thức được tầm quan trọng của sữa

Môi trường tự nhiên không phù hợp với công nghiệp sữa

Đặc điểm khí hậu Việt Nam là nhiệt đới ẩm gió mùa, trong khi bò sữa chủ yếu đến từ các nước ôn đới, cận nhiệt.

Nhiệt độ ảnh hưởng tới thức ăn của bò cũng như bảo quản sữa và các sản phẩm từ sữa

Thay đổi thời tiết gây bệnh cho bò sữa

Áp dụng khoa học công nghệ trong nông nghiệp ngày càng phổ biến

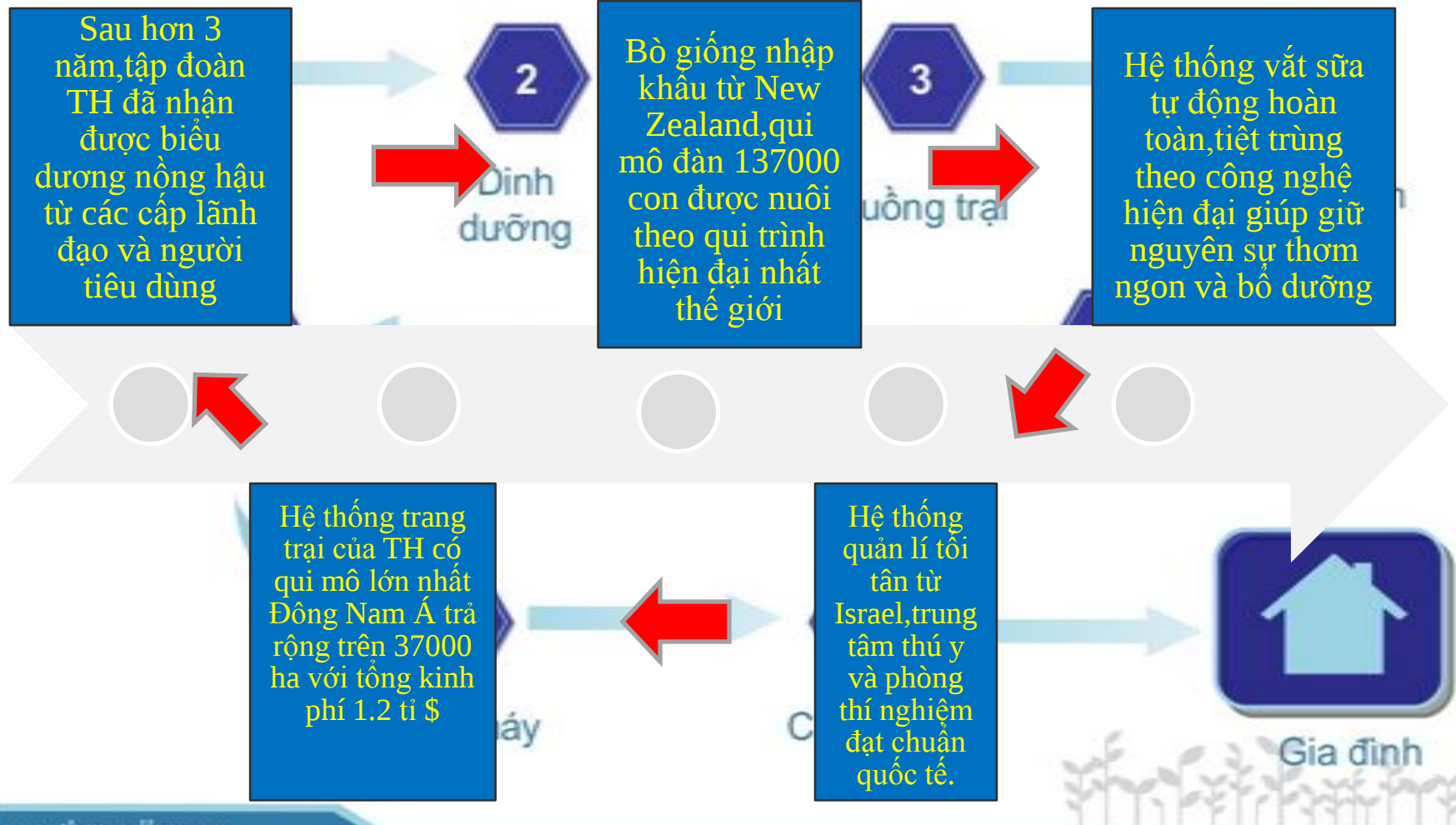
Công nghệ đã khắc phục phần nào được điều kiện tự nhiên.

Quy trình chăn nuôi bò ở các nông trang ngày càng hiện đại, quy trình khép kín trên qui mô lớn.

Thức ăn chăn nuôi bò sữa đạt chất lượng tốt

Công nghệ chế biến sữa ngày càng hiện đại hóa

Đôi nét về TH True Milk



Môi trường ngành sữa tác động như thế nào tới TH?

Đối thủ cạnh tranh

khách hàng

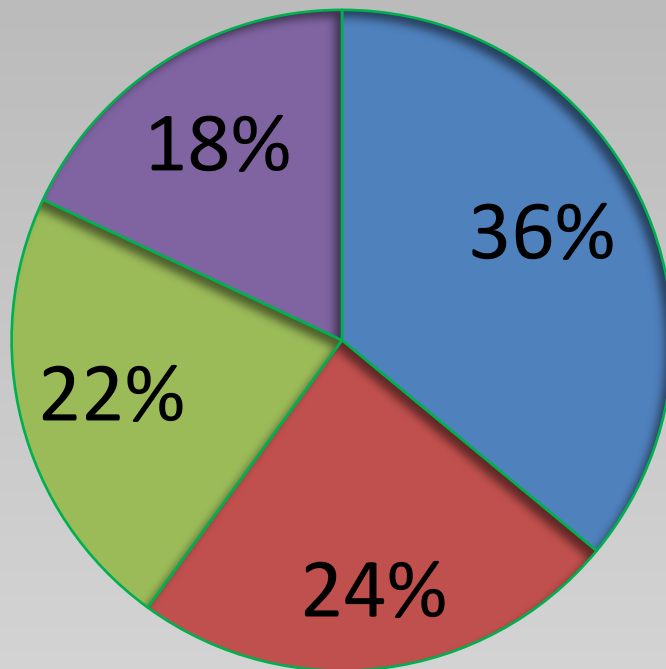
Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn

Thị phần chưa tương xứng với qui mô ?

TH gia nhập thị trường sữa trong bối cảnh thị trường quá nhiều đối thủ vừa và nhỏ.

Thị phần chủ yếu thuộc về hai ông lớn là Vinamilk và Dutch Lady, rồi đến các sản phẩm nhập khẩu và phần còn lại (bao gồm TH)

Thị phần



■ Vinamilk

■ Dutch Lady

■ các sản phẩm
nhập khẩu

■ Nestle, nuti
food, F&N, Mộc
Châu, TH

Thị trường sữa còn nhiều tiềm năng, nhưng cũng nhiều thách thức.



Sức hấp dẫn của thị trường giàu tiềm năng



Các hãng sữa chua nhập khẩu như Yogood, casei, betagen... đang lấn sang thị trường Việt Nam, tại phân khúc sữa chua và các chế phẩm từ sữa thì TH thực sự còn quá non trẻ



Một vài hãng sản xuất sữa khác như kido's, nutifood... muốn gia nhập thị trường sữa tươi tại Việt Nam tạo thách thức không nhỏ cho TH



TH trueMILK



Sức mạnh đến từ bên trong

Tình hình tài chính: TH group đã mạnh tay chi hơn 350 triệu \$ cho giai đoạn đầu, vay ngân hàng 10000 tỉ Đồng, với tư vấn và đầu tư tài chính là ngân hàng TMCP Bắc Á

Doanh thu năm 2013 đạt hơn 1 tỉ \$, dự kiến tới 2017 đạt 23000 tỉ Đồng, vượt qua doanh số của Vinamilk hiện nay.

Marketing, TH-lợi thế đến từ chất lượng

Các hãng sữa đứng đầu về đầu tư marketing như Dutch Lady, Vinamilk, Friso, Abbott... các hãng khác vẫn tỏ ra yếu thế hơn trong chiến lược Marketing

Tuy nhiên, ngay từ khi bước vào thị trường TH đã tỏ ra rất chuyên nghiệp trong khâu phân phối với chuỗi TH truemart, dự kiến đến năm 2015-2016 sẽ có 1000 truemarts trên toàn quốc.

Lợi thế về mẫu mã đẹp, chất lượng tốt khiến cho TH dễ dàng có chỗ đứng trong lòng người tiêu dùng

Nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu chung

Trong ngành sữa nói chung và TH nói riêng ngoài tập trung đầu tư cho máy móc công nghệ thì đầu tư con người là chiến lược.

Ở TH, từ lãnh đạo, kỹ sư, công nhân đều say mê tận tụy với công việc.

Tâm nhìn và sứ mệnh



Cung cấp cho người tiêu dùng Việt Nam các sản phẩm không chỉ có sữa sạch mà còn các thực phẩm sạch có nguồn gốc thiên nhiên có chất lượng, tươi ngon và bổ dưỡng nhất.

Góp phần chung vào sự phát triển vững bền của quốc gia và dân tộc.

Phân tích theo mô hình SWOT



Strenght



Weaknesses



Opportunitites



Threats



Điểm mạnh của TH

Điểm mạnh của TH

Nhanh chóng
có chỗ đứng
trong thị
trường, được
người tiêu
dùng ưa
chuộng nhờ
chất lượng và
mẫu mã đẹp.



Sử dụng sản
xuất theo công
nghệ hiện đại
với qui mô
lớn, ít phụ
thuộc nhà cung
cấp nên chi phí
sản xuất được
giảm đi.



Hệ thống bán
lẻ TH Truemart
chuyên nghiệp
giúp tiêu thụ
sản phẩm
nhANH hơn.



Nguồn lực tài
chính mạnh do
ngân hàng Bắc
Á đầu tư và tư
vấn.

nhANH chóng
có chỗ đứng
trong thị
trường, được
người tiêu
dùng ưa
chuộng nhờ
chất lượng và
mẫu mã đẹp.



Sử dụng sản
xuất theo công
nghệ hiện đại
với qui mô
lớn, ít phụ
thuộc nhà cung
cấp nên chi phí
sản xuất được
giảm đi.



Hệ thống bán
lẻ TH Truemart
chuyên nghiệp
giúp tiêu thụ
sản phẩm
nhANH hơn.



Nguồn lực tài
chính mạnh do
ngân hàng Bắc
Á đầu tư và tư
vấn.



Điểm yếu của TH

Điểm yếu của TH

Danh mục sản phẩm còn rất hạn chế so với đối thủ cùng ngành và các sản phẩm ngoại nhập.

Chưa chú trọng marketing nên độ phổ biến chưa cao, thị phần nhỏ hơn nhiều so với Vinamilk và Dutch Lady.

Chi phí quản lí, chi phí sản xuất, trả nợ cao hơn so với các hãng khác, dẫn đến cạnh tranh giá cả.



Cơ hội nào cho TH ?

Thị trường sữa ở Việt Nam còn tiềm năng rất lớn, cơ cấu dân số trẻ, chiều cao và tầm vóc của người Việt Nam còn hạn chế. Trong khi đó, mức sống và dân trí ngày càng được nâng cao hơn.

Các đối thủ chủ yếu là vừa và nhỏ, cạnh tranh mạnh mẽ và chưa có chiến lược dài hạn và bền vững như TH.

Thị trường sữa nhập khẩu nhiều rủi ro, chất lượng không đồng đều, giá thành rất cao.

Nhà Nước đã và đang khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong nước trong xu thế hội nhập.



Thách thức

TH cần phải duy trì
được chất lượng cũng
như số lượng để đáp
ứng thị phần của mình
ngày càng mở rộng

có khả năng bị cắt
viện trợ nông
nghiệp, thiếu
nguyên liệu dẫn
đến phụ thuộc nhà
cung cấp, giá cả một
lần nữa bị đẩy lên.

Năm 2017 nước ta
hội nhập sâu rộng
trong khối
ASEAN, TH phải
cạnh tranh gay gắt
hơn với các hãng
sữa nước ngoài



Có thể bạn biết rồi

Bà Thái Hương mời các chuyên gia **Israel** về giúp đỡ vì quốc gia này có điều kiện tự nhiên kém hơn **Việt Nam** nhiều nhưng vẫn xuất khẩu sữa sang Mỹ và EU

EU
khẩu sữa sang Mỹ và
nhưng vẫn xuất
hơn **Việt Nam** nhiều
kiện tự nhiên kém

Đường trong sữa TH là do công ty **Tate&lyle** cung cấp (công ty này được chính TH mua lại vào năm 2011)

vào năm 2011)
công ty này được
(công ty này được

Tập đoàn TH là viết tắt của tên bà Thái Hương (chủ tịch HĐQT tập đoàn TH) nhưng trên các phương tiện thông tin đại chúng lại được hiểu là **true happy**

truhpy
quốc tịch là **truhpy**
tên gọi công ty
bên cạnh việc (truhpy
TH) nhưng trên các

Chứng nhận

CÔNG TY CỔ PHẦN CHUỖI THỰC PHẨM TH

ĐÁP ỨNG CÁC TIÊU CHÍ VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH QUỐC TẾ
THEO HỆ THỐNG CHỈ SỐ TÊN NHÌM VÀNG TSM - GOLD TRUST SUPPLIER 2011

TOP 100

NHÀ CUNG CẤP ĐÁNG TÊN CẤP Y TẠI VIỆT NAM 2011

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG CHỦ LỰC: CUNG CẤP CÁC SẢN PHẨM SỮA TƯƠI TIẾT TRÙNG

Số chứng nhận: TS15-4079 Mã số hồ sơ: FWS034046C12AD85B
Ngày chứng nhận: 15/10/2011 - Có hiệu lực đến ngày: 15/10/2012



Đơn vị đánh giá
Trung tâm Đánh giá Chỉ số Tin nhiệm
Đoàn Nghiệp (Trust Index)

Lê Phước Kiêm
Đánh giá viên Trưởng

Đơn vị Giám sát Chất lượng
NGHỆ - Tổ chức Chứng nhận HTQL
Chất lượng Quốc tế - Vương Quốc Anh

Mr. Wiegert D. Otter
Giám sát cao cấp về chất lượng

Đơn vị chứng nhận
Hàng hóa Doanh nghiệp Trưởng
Tỷ lệ Doanh nghiệp Việt Nam

Nguyễn Đức Tuấn
Phó Chủ tịch Thường trực

Thank you for watching

- **Nhóm 1:**

- Nhóm trưởng: Nguyễn Hoàng Nam
- Trần Trung Đức
- Phí Minh Toàn
- Diêm Thị Trang
- Nguyễn Thị Bích Ngân
- Đỗ Ánh Ngọc
- Hoàng Ngọc Minh
- Phạm Tú Linh
- Thái Thị Thương

