

# WinCommerce sở hữu mô hình bán lẻ tương tự “gã khổng lồ” trăm tỷ USD của Ấn Độ

11:19 28/08/2024

Tác giả: Đang cập nhật

**Một trong những doanh nghiệp tiêu dùng bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam hội tụ đầy đủ các yếu tố để tạo ra mô hình “New Commerce” phục vụ 100 triệu người tiêu dùng là Tập đoàn Masan với trọng tâm là chuỗi hệ thống minimart và siêu thị lớn nhất cả nước, WinCommerce.**

Reliance Retail, là tập đoàn bán lẻ lớn nhất của Ấn Độ, đứng thứ 53 trong các tập đoàn bán lẻ hàng đầu thế giới với các mảng kinh doanh trong lĩnh vực nhu yếu phẩm, hàng điện tử, thời trang, và nhà thuốc. Reliance Retail đã thành công “hiện đại hóa” thị trường bán lẻ Ấn Độ. Vậy tại Việt Nam, doanh nghiệp nào đang hội tụ đầy đủ yếu tố thành công như doanh nghiệp trăm tỷ USD của Ấn Độ?

## Reliance Retail “hiện đại hóa” bán lẻ Ấn Độ

Tỷ phú Mukesh Ambani từng chia sẻ tham vọng “hiện đại hóa” mảng bán lẻ của Reliance Retail với mục tiêu thúc đẩy tiêu dùng của 1.5 tỷ người Ấn Độ, bất kể tầng lớp, mọi nơi từ online cho đến offline, được trải nghiệm mua sắm đa kênh, với đầy đủ sản phẩm, dịch vụ được cá nhân hóa.

Theo đó, Reliance Retail đã xây dựng “New Commerce”, một mô hình kinh doanh kiến tạo trên nền tảng thương mại mới để phục vụ 1.5 tỷ người Ấn Độ qua việc thiết lập hệ thống bán hàng offline & online xuyên suốt kênh bán lẻ hiện đại (MT), kênh bán lẻ truyền thống (GT) và thương mại điện tử (ecommerce).

Reliance Retail đã tích cực gia tăng mạng lưới chuỗi cửa hàng, xây dựng gần 20,000 siêu thị và minimart với các mô hình phục vụ đầy đủ các nhu cầu tiêu dùng khác nhau của người dân Ấn Độ.

Vận hành một nền tảng thương mại trải khắp Ấn Độ yêu cầu nguồn cung hàng hóa chất lượng, đa dạng, giá tốt cùng với một hệ thống logistics toàn quốc để đảm bảo hàng hóa đến tay người mua kịp thời với chi phí hiệu quả. Để giải bài toán này, Reliance Retail cũng đã “bước chân” vào lĩnh vực sản xuất hàng tiêu dùng để đưa đến người tiêu dùng và các chủ tiệm tạp hóa những sản phẩm riêng biệt mang thương hiệu của Reliance Retail. Doanh nghiệp này đã áp dụng công nghệ xuyên suốt vào các hoạt động vận hành cửa hàng và chuỗi cung ứng theo thời gian thực giúp tăng độ

chuẩn xác của việc dự báo nhu cầu mua hàng, tự động hóa và cải thiện năng suất vận hành.

Mô hình “New Commerce” tạo điều kiện cho Reliance Retail tự chủ được nguồn sản phẩm cung cấp đến 1.5 tỷ người tiêu dùng Ấn Độ tại mọi điểm chạm, dựa trên một nền tảng xuyên suốt từ offline đến online và hệ thống logistics với công nghệ tiên tiến. Điều này lý giải cho việc vì sao doanh thu của Reliance Retail lớn hơn tất cả những nhà bán lẻ khác tại Ấn Độ cộng lại đồng thời được định giá đến 100 tỷ USD

### **Doanh nghiệp Việt nào hội tụ đầy đủ yếu tố để “hiện đại hóa” bán lẻ Việt Nam?**

Tương tự Ấn Độ trước đây, theo số liệu từ Euromonitor, thị trường Việt Nam hiện vẫn còn trong giai đoạn đầu của việc phát triển MT (~12% thị phần bán lẻ) & ecommerce (<3% thị phần bán lẻ). Vì vậy, trong những năm qua thị trường Việt Nam đã nhìn thấy sự bùng nổ của các công ty bán lẻ hiện đại như WinCommerce, Thế giới di động, PNJ, FPT Shop, Long Châu..v.v..hay các nền tảng thương mại điện tử như Shopee, TikTok, Lazada vvv...

Thị trường MT của Việt Nam đang ở trong giai đoạn như Indonesia vào năm 2010 khi thị phần MT tại Indonesia thời điểm đó là 12%, và đã tăng trưởng 18% mỗi năm trong 5 năm tiếp theo để đạt 17% thị phần bán lẻ khi hai ông lớn Indomaret và Alfamart đẩy mạnh mở cửa hàng mới (trung bình 2.500-3.000 cửa hàng mỗi năm), qua đó tăng tốc hiện đại hóa bán lẻ.

Vậy doanh nghiệp nào có khả năng tài chính, tài sản hiện hữu và năng lực vận hành để xây dựng “New Commerce” ở Việt Nam sẽ nắm giữ cơ hội để phục vụ 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.



Theo đó, một trong những doanh nghiệp tiêu dùng bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam hội tụ đầy đủ các yếu tố để tạo ra mô hình “New Commerce” phục vụ 100 triệu người tiêu dùng là Tập đoàn Masan với trọng tâm là chuỗi hệ thống minimart và siêu thị lớn nhất cả nước, WinCommerce.

Báo cáo từ Statistics năm 2023 cho thấy Ấn Độ có tỷ lệ sở hữu xe hai bánh đứng thứ 6 thế giới. Đặc điểm này tương đồng với Việt Nam khi đây là thị trường sở hữu xe hai bánh lớn thứ hai thế giới, sau Thái Lan. Đây cũng là một trong những yếu tố định hình chiến lược của Reliance Retail và WinCommerce. Theo đó, cả hai “ông lớn” này đều lựa chọn trung thành với mô hình siêu thị mini “một cửa hàng cho mọi nhu cầu” dựa trên số lượng xe máy cá nhân nhiều và thói quen sử dụng đi chợ hàng ngày mua sắm sản phẩm của người tiêu dùng bản xứ.

Hệ thống cửa hàng lớn nhất Việt Nam: WinCommerce hiện đang vận hành hệ thống minimart & siêu thị với gần 3,700 cửa hàng trải khắp toàn quốc. Trong năm 2023, WinCommerce đã phát triển những mô hình cửa hàng mới phù hợp cho các phân khúc khách hàng ở từng khu vực khác nhau.

Cụ thể, mô hình cửa hàng Win hướng đến người tiêu dùng ở khu vực thành thị, cửa hàng WinMart+ Rural hướng đến khách hàng ở khu vực nông thôn. Theo đó, cửa hàng Win và WinMart+ Rural đã và đang cho thấy kết quả tích cực với tăng trưởng like-for-like (LFL) lần lượt đạt 6.3% và 10.7% trong Quý 2/2024. Kết quả này đóng góp vào tăng trưởng 9% của toàn chuỗi và giúp WCM đạt lợi

nhuận ròng dương trong tháng 6 vừa qua. Đáng chú ý, doanh nghiệp này vừa công bố tiếp tục đạt lợi nhuận ròng trong tháng 7, tháng thứ hai liên tiếp mang về lợi nhuận sau 10 năm hoạt động.

*Năng lực sản xuất và khả năng xây dựng thương hiệu mạnh:* Hệ sinh thái tiêu dùng bán lẻ của Masan sở hữu những thương hiệu FMCG và thịt hàng đầu như Chin-Su, Nam Ngư, Omachi, Kokomi, WakeUp 247, MEATDeli, Ponnies, Heo Cao Bồi và các nhãn hàng riêng của WinCommerce tạo ra sự kết nối xuyên suốt từ sản xuất, xây dựng Thương hiệu đến bán hàng, giúp cho Masan và WinCommerce mang đến cho người tiêu dùng những mặt hàng chất lượng, được phát triển riêng biệt bởi hệ sinh thái của tập đoàn.

*Hệ thống logistics toàn quốc áp dụng công nghệ:* Đầu năm 2022, Masan thành lập Supra, công ty hiện trực thuộc WinCommerce. Supra được thành lập với mục tiêu là phục vụ hệ sinh thái của tập đoàn, giúp tiết kiệm chi phí cho người tiêu dùng và đối tác. Hiện tại, hệ thống trung tâm phân phối Supra gồm 10 cụm kho (bao gồm 6 cụm kho khô và 4 cụm kho lạnh). Sản lượng hàng giao qua hệ thống trung tâm (Distribution Center hay DC) Supra chiếm khoảng 60% tổng sản lượng hàng hóa của WinCommerce. Supra đang triển khai những công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) để tự động hóa và cải thiện sự chính xác của công tác hoạch định kế hoạch cung ứng.

Chương trình Hội viên WIN: Năm 2023, WinCommerce giới thiệu ra thị trường chương trình Hội viên WIN. Chương trình hiện nay đã đạt 10 triệu hội viên, là kênh kết nối quan trọng giữa các thương hiệu với người tiêu dùng.

Masan và WinCommerce đã xây dựng đầy đủ các yếu tố làm nên mô hình “New Commerce” tại Việt Nam với những yếu tố cốt lõi gồm hệ thống cửa hàng phục vụ xuyên suốt toàn quốc từ thành thị đến nông thôn, tự chủ sản xuất hàng hóa đến tay người tiêu dùng và đối tác, hệ thống logistics toàn quốc và Chương trình Hội viên WIN kết nối sản phẩm, thương hiệu với hơn 100 triệu người tiêu dùng toàn quốc.

Trong tháng 7 vừa qua, với tăng trưởng doanh thu LFL của cửa hàng minimart so với tháng 6 đạt mức 4%, WinCommerce đã tiếp tục mang về lợi nhuận ròng tháng thứ 2 liên tiếp, cho thấy cơ hội cải thiện biên lợi nhuận đáng kể trong quý 3 và bắt đầu đóng góp vào lợi nhuận chung của Tập đoàn Masan.

**Lan Chi**

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/wincommerce-so-huu-mo-hinh-ban-le-tuong-tu-%E2%80%9Cga-khong-lo%E2%80%9D-tram-ty-usd-cua-an-do>

