

Ứng dụng công nghệ giúp tối ưu chuỗi cung ứng và giảm thất thoát trong bán lẻ hiện đại

16:30 17/09/2025

Trong chiến lược hiện đại hóa ngành tiêu dùng - bán lẻ, Masan xem công nghệ là chìa khóa nâng cao hiệu quả vận hành và gia tăng giá trị cho toàn bộ hệ sinh thái. Tại mảng thịt, Masan MEATLife (MML) đang tận dụng các giải pháp như nền tảng WiNARE để tối ưu chuỗi cung ứng. Sự kết hợp giữa công nghệ và chuỗi giá trị thịt tích hợp 3F giúp MML vừa kiểm soát chất lượng, vừa mở rộng độ phủ, khẳng định vị thế trong ngành thịt có thương hiệu tại Việt Nam.



Chuyển đổi số tạo lợi thế cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp

Tại buổi gặp gỡ nhà đầu tư quý II/2025, ông Yuri Misnik, Giám đốc Công nghệ Masan Group đã nhấn mạnh rằng, chiến lược chuyển đổi số hiện nay không chỉ là một dự án công nghệ đơn thuần, mà được xem là nền tảng quan trọng để Masan tái cấu trúc toàn bộ hoạt động của tập đoàn. Mục tiêu hướng đến là tối ưu hóa quản trị chi phí, tinh giản quy trình vận hành, và nâng cao năng lực ra

quyết định dựa trên dữ liệu. Những hệ thống công nghệ cốt lõi, bao gồm nền tảng dữ liệu và trí tuệ nhân tạo (AI), vừa phải triển khai nhanh chóng vừa đảm bảo tính linh hoạt và phù hợp với nhu cầu thực tiễn của doanh nghiệp.

Trong đó, WiNARE là bước tiến công nghệ quan trọng giúp Masan hiện đại hóa ngành bán lẻ tại Việt Nam. Nền tảng này thay thế dần quy trình thủ công bằng hệ thống đặt hàng thông minh ứng dụng trí tuệ nhân tạo và dữ liệu theo thời gian thực, nâng cao độ chính xác, hạn chế sai sót và cải thiện khả năng cung ứng sản phẩm tươi ngon đến tay người tiêu dùng.

Theo thông tin từ doanh nghiệp, Masan đã triển khai thành công hệ thống tự động hóa đặt hàng WiNARE trên nhiều ngành hàng chủ lực, dự kiến giúp giảm tải ít nhất 15% khối lượng công việc cho nhân viên cửa hàng. Nhờ ứng dụng công nghệ vào dự báo và đặt hàng, nhân viên có nhiều thời gian hơn để phục vụ khách hàng thay vì xử lý thủ công.

Hiện nay, WiNARE đã được áp dụng đối với ngành hàng thịt ủ mát và FMCG. Đến cuối năm 2025, gần 70% ngành hàng tại chuỗi bán lẻ WinCommerce sẽ được tự động hoặc bán tự động, với lộ trình mở rộng sang các ngành hàng đông lạnh và tươi sống khác như hải sản, rau củ quả và thực phẩm chế biến sẵn. Doanh nghiệp đã có những kết quả ban đầu khả quan: Tại TP.HCM (614 cửa hàng), tỷ lệ hỏng hủ đối với ngành hàng thịt đã giảm mạnh gần 2%/doanh thu trong giai đoạn từ tháng 5 đến cuối tháng 8/2025. Nhờ đó, chi phí thất thoát được tiết giảm hàng chục tỷ đồng mỗi tháng. Song song, tỷ lệ DR (tỷ lệ hiện diện hàng hóa trên kệ) cải thiện từ 80% lên tới cận 90% vào cuối tháng 8/2025 trong khi vẫn duy trì tồn kho hợp lý, thúc đẩy tăng trưởng doanh thu của cửa hàng.

Tuy nhiên, việc mở rộng nhanh hệ thống bán lẻ và áp dụng công nghệ mới cũng đi kèm với những thách thức nhất định. Doanh nghiệp cần tiếp tục tối ưu logistics, chuẩn hóa dữ liệu và đào tạo đội ngũ để đảm bảo WiNARE vận hành hiệu quả trên diện rộng. Đồng thời, xu hướng tiêu dùng an toàn - chất lượng cao vẫn song hành cùng áp lực về giá, đòi hỏi doanh nghiệp cân bằng giữa giá trị gia tăng và khả năng chi trả của người tiêu dùng.

Sức khỏe và chất lượng - ưu tiên của người tiêu dùng

Người Việt ngày càng coi trọng nguồn gốc và độ an toàn của thực phẩm, đặc biệt sau các sự cố về dịch bệnh và an toàn thực phẩm. Theo khảo sát của Cimigo (2022), 61% người tiêu dùng theo đuổi chế độ ăn uống lành mạnh và 72% trong nhóm am hiểu tiêu chuẩn an toàn sẵn sàng chi thêm 10% cho sản

phẩm đạt VietGAP, Organic hay ISO. Điều này cho thấy an toàn và sức khỏe đã trở thành yếu tố then chốt trong lựa chọn thực phẩm.

Xu hướng “ăn sạch - sống khỏe” cùng sự phát triển nhanh của bán lẻ hiện đại tạo dư địa lớn cho các sản phẩm thịt chế biến có thương hiệu. Với danh mục thịt ủ mát, thịt chế biến đạt chuẩn và mạng lưới phân phối rộng khắp, Masan MEATLife (MML) đang tận dụng lợi thế này. Doanh nghiệp phát triển chuỗi giá trị thịt tích hợp 3F (Feed - Farm - Food), kiểm soát từ thức ăn chăn nuôi đến chế biến, sở hữu nhà máy MEAT Hà Nam và MEATDeli Sài Gòn với tổng công suất hàng trăm nghìn tấn thịt/năm, cùng trang trại heo công nghệ cao tại Nghệ An đạt chuẩn GLOBALG.A.P, áp dụng năng lượng tái tạo để giảm phát thải và bảo vệ môi trường.

Trong tháng 7/2025, doanh thu trung bình hàng ngày của MML tại mỗi cửa hàng thuộc chuỗi WCM đạt gần 2,3 triệu đồng. Trong trường hợp MML hiện diện tại toàn bộ ~ 4.200 cửa hàng WCM, quy mô doanh thu bình quân hàng ngày ước tính có thể chạm ngưỡng gần 9,5 tỷ đồng, phản ánh dư địa tăng trưởng đáng kể từ kênh bán lẻ hiện đại. Bên cạnh đó, MML còn đóng góp 69% vào tổng doanh thu mẳng thịt tại WCM, tăng so với mức 62% của quý 2/2025 và cao hơn nhiều so với các năm trước (49% năm 2023 và 55% năm 2024). Điều này cho thấy vai trò ngày càng lớn của MML trong việc thúc đẩy doanh thu mẳng thịt tại WCM, đồng thời phản ánh xu hướng tăng trưởng bền vững và tích cực.

PV