

VINAGROUPS: MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ VÀ TIÊU DÙNG THÔNG MINH

Kinh tế chia sẻ - mô hình kết nối người tiêu dùng nhằm tận dụng tối ưu nguồn lực của nhau đang được đánh giá là mô hình đem lại giá trị kinh tế cao, mang lại hiệu quả cho người tiêu dùng cũng như doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức truyền thống. Nhờ sự phát triển nhanh chóng của công nghệ di động, Việt Nam đang được coi là một trong những thị trường tiềm năng cho những kiểu mô hình này. Đã có nhiều mô hình thành công như Grab - chia sẻ phương tiện vận chuyển bằng ô tô, Airbnb - chia sẻ nhà ở cho người du lịch và VinaGroups cũng đang từng bước phát triển hiệu quả mô hình này, đây chính là dự án của Phạm Xuân Huy, cũng chính là CEO của VinaGroups.

VinaGroups - Mô hình chia sẻ và tiêu dùng thông minh

Năm 2015, Huy cùng 4 người bạn quyết định “Nam tiến” với điểm đến là TP. Hồ Chí Minh. Để thực hiện mô hình chia sẻ cần đầu tư nền tảng công nghệ với chi phí không hề nhỏ. Huy và các bạn đã sử dụng nguồn đầu tư cá nhân tích góp được khoảng 5 tỷ đồng để hiện thực hóa ý tưởng ra đời VinaGroups. Bạn nào không có đủ tiền thì có thể đóng góp bằng sức lao động bằng cách làm việc không lương.

Được thành lập tháng 10/2015, áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ, VinaGroups kết nối nhà sản xuất và người tiêu dùng. Tuy nhiên, điểm khác biệt của VinaGroups chính là nền tảng mà dự án cung cấp. Cụ thể, dự án xây dựng một nền tảng công nghệ mà ở đó, cùng lúc xử lý các nhu cầu của các nhóm đối tượng chính bao gồm: nhà sản xuất, người tiêu dùng trên cùng

một nền tảng công nghệ. Với nền tảng này, nhà sản xuất và người tiêu dùng sẽ tận dụng được nguồn lực, thế mạnh của nhau, tương trợ lẫn nhau và cùng được hưởng lợi trên cơ sở chia sẻ giá trị. Hiện tại, mô hình của VinaGroups là “Startup in startup - Khởi nghiệp trong khởi nghiệp”, cung cấp nền tảng công nghệ cho 10 startup nhỏ khác cùng hoạt động như VinaRises, VinaFoods, VinaBags... và áp dụng nền tảng công nghệ cho các hội đoàn doanh nghiệp như Bizco, Connecting Plus, cũng như các địa phương Lâm Đồng, Đồng Nai, Đà Nẵng... (trong đó 6 startup đã triển khai). VinaGroups là mô hình tiên phong trong lĩnh vực này tại Việt Nam.

VinaGroup hiện có 4 sản phẩm chính: (1) Kho hàng tổng/hệ thống tiêu dùng thông minh kết nối những nhà sản xuất, nhà phân phối chính hãng để cung ứng sản phẩm cho cộng đồng. Hiện kho hàng gồm hơn 31.000 sản phẩm, hỗ trợ hơn 350 nhà sản xuất, nhà cung cấp trên cả nước. Kho hàng đang được lọc dần theo nhu cầu thị trường, chỉ giữ lại khoảng 4.000 sản phẩm chất lượng nhất. (2) Vina Web: Nền tảng công nghệ thông minh tạo ra các sản phẩm - đây gần như là nền tảng đầu tiên và duy nhất ở Việt Nam. (3) Vina Prent: Chuyên phân phối và sản xuất các sản phẩm thời trang. (4) Vina Start: Sử dụng nền tảng công nghệ của mình để cung cấp cho các startup hay những cá nhân có mong muốn sử dụng nền tảng của VinaGroups hiện có để khởi nghiệp.

Chia sẻ là “kim chỉ nam” xuyên suốt hoạt động của VinaGroups. Qua mô hình này, nhà sản xuất có thể giảm chi phí marketing, bán

hàng... trong khi người tiêu dùng được tiếp cận trực tiếp nhà sản xuất để giảm các chi phí trung gian cho sản phẩm muốn mua.

Ban đầu mô hình chưa có nhiều lợi nhuận nhưng về lâu dài sẽ có tiềm năng rất lớn bởi khi đã kết nối với nhau thì doanh nghiệp và người tiêu dùng sẽ tin tưởng VinaGroups do lợi ích họ có được, đơn giản thay vì kiếm 1 triệu USD/1 khách hàng thì Vinagroup hướng đến 1 USD x 1 triệu khách hàng - Huy chia sẻ.

Slogan mà CEO VinaGroups luôn hướng đến là: “Tùy cơ ứng biến, tùy vốn sinh lời, tùy thời khởi nghiệp”.

VinaGroups hiện giúp các công ty nhỏ khởi nghiệp, liệu có phải là sự “thâu tóm”? Theo Huy, “thâu tóm” hay không phụ thuộc vào cơ chế hợp tác. Ví dụ bên bảo trợ nắm giữ 80-90% gọi là thâu tóm, ngược lại chỉ chiếm một phần nhỏ gọi là hỗ trợ, hợp tác. VinaGroups có những cách hợp tác khác nhau, phụ thuộc vào khu vực địa lý hoặc phương thức hợp tác của các startup. Thông thường, VinaGroups hợp tác theo phương thức trang bị nền tảng công nghệ của VinaGroups cho các startup để họ đưa sản phẩm/ dịch vụ ra thị trường, đồng thời VinaGroups cung cấp cơ sở vật chất để các startup làm việc cũng như hỗ trợ các chương trình đào tạo, định hướng. Bởi vậy, VinaGroups chỉ chiếm chưa đến 30% nguồn lực của các startup. Các startup chia sẻ một miếng bánh nhỏ để được một miếng bánh to hơn nhiều” Huy cho biết.

Hiện Vinagroups ưu tiên hỗ trợ hai nhóm là những người thiết thời và hướng sản phẩm ra cộng đồng, mang lại lợi ích cho cộng đồng. Thứ nhất, đó là nhóm của các bạn bị khuyết tật cung cấp sản phẩm thông qua thương mại điện tử; Thứ hai, là dự án các sản phẩm nông nghiệp sạch, giúp người tiêu dùng tiếp cận với nông sản từ các nhà sản xuất uy tín.

Có nhiều đơn vị giúp đỡ các đối tượng bị thiết thời bằng tiền, hiện vật. Tuy nhiên với

Huy và VinaGroups, họ luôn cho rằng những người thiết thời cũng có khả năng làm ra các sản phẩm chất lượng, đặc biệt là các sản phẩm thủ công, vì vậy, giúp đỡ bằng công nghệ để có thể bán được hàng chính là sự giúp đỡ mang tính nhân văn nhiều hơn.

Thành công ban đầu và dự định tương lai

Hiện doanh thu mỗi tháng của VinaGroups khoảng 700 triệu đồng đến từ 3 mảng chính gồm: công nghệ, thương mại và nhượng quyền mô hình cho các tỉnh, thành và các tổ chức doanh nghiệp. “Thu và chi của tập đoàn đang ở mức hòa vốn, nghĩa là VinaGroups đã vượt qua đoạn đường khó khăn. Thời gian tới, công ty sẽ tập trung để từng bước nâng giá trị lên 100 triệu USD trong 3 năm tới”.

VinaGroups khi đặt chân vào thị trường thương mại chỉ chiếm 3% trong nền kinh tế có giá trị khoảng 200 tỷ USD này. Đến nay, nhiều nhà đầu tư Hàn Quốc, các quỹ đầu tư, các nhà đầu tư cá nhân đang ngỏ ý hợp tác cùng VinaGroups, nhưng VinaGroups chưa có ý định “kết hôn” với ai và sẽ xoay sở bằng vốn tự có.

Xuân Huy tự tin cho biết, mục tiêu trên dựa vào 4 tiêu chí có tính toán: số lượng chi nhánh, startup mà VinaGroups sở hữu; số lượng nhà cung cấp, sản phẩm được chọn lọc từ các tỉnh, thành phố; số lượng người dùng, khách hàng thường xuyên, người bán hàng và cộng tác viên trên toàn hệ thống; lượng đơn hàng phát sinh trong một ngày đã lên đến con số hàng ngàn và đạt mốc một triệu người dùng vào năm 2017.

Bền bỉ và luôn sẵn sàng trước thử thách là một trong những yếu tố cần thiết của startup khi chấp nhận lựa chọn con đường này. Thành công không chỉ đến trong ngày một, ngày hai... Đứng dậy sau vấp ngã, không đầu hàng trước khó khăn, đó là cách mà Huy và nhiều bạn trẻ đã và đang khởi nghiệp lựa chọn ■

Theo Bản tin KNDMST số 30/2018