|  |  |
| --- | --- |
| Họ và tên: Nguyễn Tấn Phát  ID học viên: fx00906 | **MÔN: KHỞI NGHIỆP**  **ASSIGNMENT 2** |

**PHẦN A**

**BÁO CÁO NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG**

**1. TÓM TẮT Ý TƯỞNG KINH DOANH**

- Ý tưởng kinh doanh là:

Tương tự như các công ty, doanh nghiệp mua bán website truyền thống. Ý tưởng là tạo ra một “siêu thị” website cho khách hàng chọn lựa với mỗi ngành nghề riêng biệt. Tuy nhiên website sẽ kèm thêm một mục web app dạng tổng quát với mỗi ngành nghề giúp khách hàng có thể kết hợp giữa làm website và công cụ quản lý kinh doanh.

Ngoài ra, còn có thể cung cấp các dịch vụ tuỳ chỉnh website, tuỳ chỉnh công cụ quản lý web app khi có những yêu cầu riêng biệt của khách hàng.

- Khách hàng:

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các cửa hàng bán lẻ, nhà thuốc tây nhỏ lẻ, khách sạn vừa và nhỏ, người buôn bán hàng online,… có nhu cầu cần website và công cụ kinh doanh cho mục đích quảng bá, phục vụ cho việc quản lý kinh doanh.

- Sản phẩm/dịch vụ:

Sản phẩm là website với các ngành nghề tổng quát: news (tin tức), ecommerce (website bán hàng), real estate (bất động sản), hotel (quản lý khách sạn), clinic (phòng khám), education (giáo dục). Website sẽ có hệ thống website mẫu hoặc tuỳ chỉnh giao diện theo yêu cầu khách hàng.

Đối với mỗi ngành nghề tương ứng sẽ có 1 phần web app tích hợp trên website để hỗ trợ quản lý công việc chung nhất cho mỗi công việc. Tuy nhiên khách hàng có thể yêu cầu bổ sung, tuỳ chỉnh thêm tính năng cho web app.

- Vấn đề mà sản phẩm và dịch vụ có thể giải quyết:

Giải quyết vấn đề tạo “gương mặt” thương hiệu cho khách hàng, nhằm giới thiệu, tạo niềm tin, uy tín của khách hàng đến với đối tác của họ.

Ngoài ra web app được tích hợp trong website giúp khách hàng có các công cụ để quản lý cho việc kinh doanh, ví dụ quản lý dòng tiền, thu chi, báo cáo…

Giúp khách hàng tích hợp giữa website và công cụ quản lý trên 1 nền tảng, dễ dàng hơn cho công việc kinh doanh của họ.

Chính vì vậy nếu kết hợp giữa việc sản phẩm website và web app quản lý sẽ tiện lợi hơn cho khách hàng.

**2 QUY MÔ THỊ TRƯỜNG & KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU**

**2.1 QUY MÔ THỊ TRƯỜNG**

**- Nhu cầu thị trường:**

- Theo báo cáo tính đến thời điểm 31/12/2020:

- Số cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể đạt hơn 5.2 triệu cơ sở.

- Số đơn vị sự nghiệp là 52.5 nghìn đơn vị.

- Ước lượng kỳ vọng:

- TAM: giả sử có 40% các doanh nghiệp chưa có website và các công cụ quản lý, khả năng chi tiêu trung bình của doanh nghiệp cho dịch vụ là 10 triệu / năm

=> TAM = 5.252.500 x 0.4 x 10.000.000 = 21.010.000.000.000 vnd / năm

- SAM: Với nguồn lực và kinh phí hạn chế, ý tưởng được thực hiện và gói gọn ở tập trung chủ yếu ở khu vực miền Nam. Số lượng doanh nghiệp tập trung ở miền Nam chiếm 41.1%.

=> SAM = 5.252.500 x 0.4 x 10.000.000 x 0.411 = 8.635.110.000.000 vnd / năm

- SOM: Do thị trường đã có các công ty thiết kế website, gia công phần mềm lớn mạnh nên dự kiến kỳ vọng đạt 0.5% thị trường.

=> SOM: 8.635.110.000.000 \* 0.005 = 43.175.550.000 vnd / năm

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **THỊ TRƯỜNG** | **QUY MÔ THỊ TRƯỜNG**  (Doanh thu trung bình hàng năm – Đơn vị: VND) | **LƯU Ý** |
| Tổng thị trường khả dụng (TAM) | 21.010.000.000.000 | TAM là tổng nhu cầu thị trường về một sản phẩm hoặc dịch vụ. |
| Thị trường có thể phân phối (SAM) | 8.635.110.000.000 | SAM là phân khúc của TAM hoặc **thị trường mục tiêu/đoạn thị trường/ngách thị trường** được hình thành từ sự khác biệt thị trường về địa lý, quy định hoặc giá cả/chất lượng trong TAM |
| Thị trường có thể phục vụ (SOM) | 43.175.550.000 | SOM là một phân nhánh của thị trường ngách (SAM) mà bạn có thể nhắm mục tiêu **một cách thực tế** dựa trên những hạn chế về nguồn lực, sự hiện diện của cạnh tranh và mức độ nhận biết thị trường |

**- Tỷ lệ tăng trưởng thị trường:**

Thị trường đang được mở rộng, theo kết quả khảo sát của Công ty cổ phần Base Enterprise với sự tham gia của 271 doanh nghiệp cho thấy có 26,88% doanh nghiệp cho biết sẽ thúc đẩy doanh thu bằng cách chuyển đổi, mở rộng mô hình kinh doanh, kênh phân phối…, có đến 44,66% doanh nghiệp cho biết đầu tư triển khai công nghệ, chuyển đổi số cho vận hành nội bộ Ngoài ra, sau khi gỡ bỏ giãn cách, chỉ có 8,74% doanh nghiệp quay lại làm việc văn phòng như trước và có đến 60,47% kết hợp làm việc từ xa và làm việc tại văn phòng (hybrid work). Đặc biệt, có 22,13% doanh nghiệp quay lại kinh doanh tại chỗ hoàn toàn trong khi có đến 77,08% doanh nghiệp cho biết kết hợp kinh doanh online và tại chỗ. Có 85,77% doanh nghiệp có quan tâm tìm hiểu công nghệ giúp gia tăng hiệu suất vận hành để đẩy nhanh tốc độ phục hồi.

**- Các yếu tố ảnh hưởng:**

Theo VCCI, hiện doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam chiếm khoảng 97% tổng số doanh nghiệp, trình độ khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo còn thấp, có 80% đến 90% máy móc sử dụng trong các doanh nghiệp Việt Nam là nhập khẩu, gần 80% là những công nghệ cũ từ thập niên 1980-1990.

Tại Việt Nam, quá trình chuyển đổi số đã bắt đầu diễn ra, nhất là trong những ngành như tài chính, giao thông, du lịch… Chính phủ và chính quyền các cấp đang nỗ lực xây dựng Chính phủ điện tử hướng tới Chính phủ số. Hơn 30 thành phố cũng định xây dựng Smart City với các nền tảng công nghệ mới… Hay FPT cho biết cũng đang triển khai việc chuyển đổi số cho chính FPT với gần 36.000 con người và cam kết đạt kết quả trong vòng 12 tháng tới.

Như vậy xu hướng chuyển đổi số hiện nay đã trở thành tâm điểm trong đầu tư của nhiều doanh nghiệp.

**- Cơ hội thị trường:**

- Một trong những xu hướng chuyển đổi số là điện toán đám mây có tính năng bảo trì, lưu trữ, quản lý, xử lý, phân tích và bảo mật dữ liệu bằng cách khai thác các máy chủ dựa trên Internet.  Nhờ công nghệ này mà các doanh nghiệp có thể dễ dàng:

* Kiểm tra và phát triển website, ứng dụng
* Phân tích, vận hành Big Data
* Lưu trữ dữ liệu website thông qua Cloud Server
* Dễ dàng chia sẻ dữ liệu thông qua các nền tảng như: Google Drive, Dropbox, Shutterstock…

Từ đó giúp doanh nghiệp hợp lý hóa quy trình, tối ưu hóa chi phí và nâng cao trải nghiệm cho khách hàng.

* Xu hướng thị trường: Thị trường E-commerce tại Việt Nam đang trên đà Phát triển. Mặc dù thị phần còn khá nhỏ nhưng với phần đông dân số trẻ và sự phát triển của smartphone giúp Việt Nam có những biến chuyển từ bán lẻ truyền thống sang bán lẻ trực tuyến. Việt Nam là một trong những thị trường E-commerce B2C tăng trưởng nhanh nhất ở Đông Nam Á.
* Ngành E-commerce tại Việt Nam được dự báo sẽ tiếp tục tang trưởng nhanh với CAGR là 7.1% trong giai đoạn 2020-2024, chiếm 5.2% tổng doanh số bán lẻ.

**2.2 KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU**

- **Đặc điểm của khách hàng mục tiêu**

+ Chân dung khách hàng (customer persona):

* Yếu tố nhân khẩu học: Các doanh nghiệp trẻ có nhu cầu phát triển website, ứng dụng cho doanh nghiệp, thực hiện chuyển đổi số cho doanh nghiệp.
* Yếu tố địa lý (địa điểm): khách hàng có nhu cầu sẽ làm việc thông qua mạng Internet nên có thể phát triển trên toàn lãnh thổ Việt Nam. Tuy nhiên do nguồn lực có hạn, nên chủ yếu khách hàng trọng điểm ở khu vực miền Nam.
* Yếu tố tâm lý: sản phẩm phù hợp với tâm lý chuyển đổi số chung của thị trường, quảng bá cũng như phân phối B2C cho các doanh nghiệp.
* Yếu tố hành vi: bên cạnh sự phát triển của mạng Internet, smartphone cũng như các nền tảng mạng xã hội. Hiện nay giới trẻ có xu hướng Internet hoá nhiều thứ, từ các hành vi tìm kiếm, mua sắm đến việc đặt phòng khách sạn, đặt lịch hẹn,….

+ Hành trình của khách hàng (customer journey):

* Hiện nay khách hàng sẽ thực hiện việc thiết lập website doanh nghiệp và phần mềm hỗ trợ kinh doanh của doanh nghiệp một cách riêng rẽ. Việc này sẽ dẫn đến tốn kém về thời gian, chi phí cho doanh nghiệp. Ngoài ra còn không đồng nhất giữa data website và phần mềm.
* Sự kết hợp của website và phần mềm hỗ trợ doanh nghiệp sẽ giải quyết vấn đề đó cho khách hàng. Giúp khách hàng dễ dàng quản lý công cụ hỗ trợ và website hơn.

**- Hiểu biết khác về khách hàng mục tiêu**

+ **Nhu cầu & Mong muốn** (vấn đề cần giải quyết): Kết hợp giữa website doanh nghiệp và công cụ hỗ trợ doanh nghiệp, sử dụng dễ dàng ứng dụng trên website và có nhiều mẫu website để chọn lựa.

**+ Phân phối:** Phân phối trực tuyến với nhiều mẫu mã website có sẵn để khách hàng chọn lựa phối hợp với công cụ hỗ trợ kinh doanh.

**+ Giá cả:** Với các website có mẫu mã sẵn và bộ công cụ hỗ trợ doanh nghiệp cơ bản, khách hàng sẽ chi trả từ 5 – 10 triệu cho cả bộ. Tuy nhiên với nhiều doanh nghiệp khi có các nhu cầu riêng biệt cho việc kinh doanh, chi phí sẽ thay đổi tuỳ theo mức độ phức tạp từ yêu cầu khách hàng.

**+ Xúc tiến hỗn hợp:** Để tiếp xúc với khách hàng, cần thực hiện các biện pháp marketing thông qua các nền tảng mạng xã hội, thực hiện marketing thông qua việc sử dụng thử ứng dụng miễn phí, các hình thức khuyến mãi theo từng năm,…

**3. ĐỐI THỦ CẠNH TRANH**

**- Tên đối thủ cạnh tranh trực tiếp:** Các công ty thiết kế website lớn như Expro Việt Nam, TRUST, Mona Media,… Các công ty thiết kế, gia công phần mềm như FPT Software, tập đoàn CMC, công ty TMA Solutions,…

**- Sản phẩm thay thế:** Sản phẩm của họ là website, phần mềm cho doanh nghiệp của khách hàng. Lợi thế của họ là uy tín lâu năm, nguồn lực thực hiện sản phẩm chất lượng, được nhiều doanh nghiệp biết đến.

**- Chiến lược cạnh tranh:** Do là các công ty đi đầu trong việc thiết kế Website, gia công phần mềm. Các công ty sẽ có danh tiếng, lượng vốn hoá và nguồn nhân lực chất lượng cao. Chính vì vậy đa số các công ty trên sẽ thu hút khách bằng việc tốc độ, hỗ trợ hậu mãi khách hàng tốt, bên cạnh đó họ còn được khách hàng biết đến qua uy tín lâu năm và thông qua các sản phẩm đã được các công ty thực hiện trước đó.

**- Điểm mạnh và điểm yếu:** Điểm mạnh là nguồn nhân lực, nguồn vốn và uy tín của các doanh nghiệp đó trên thị trường. Tuy nhiên điểm yếu của họ là các hình thức cạnh tranh về giá cả đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

🡪 Lợi thế cạnh tranh của họ là sự biết đến và uy tín lâu năm cũng như chất lượng của sản phẩm theo thời gian của họ trên thị trường.

🡪 Lợi thế cạnh tranh của ý tưởng này là về chi phí, sự kết hợp, tiện lợi cho khách hàng khi kết hợp giữa website và phần mềm dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

**PHẦN B**

**BÁO CÁO XÁC THỰC Ý TƯỞNG KINH DOANH**

**1. TỔNG QUAN VỀ Ý TƯỞNG KINH DOANH (NGUYÊN MẪU)**

**- Bao bì/Mẫu mã:**

Các mẫu website và phần mềm hỗ trợ kinh doanh theo mẫu có sẵn hoặc tuỳ chỉnh theo yêu cầu của khách hàng

**- Chức năng:**

Quảng bá doanh nghiệp, hỗ trợ việc quản lý của doanh nghiệp, phát triển hình thức bán hàng online, đặt phòng online,…

**- Tính năng:**

Có thể quản lý được các dòng thu, chi, đầu vào, đầu ra tài nguyên và một số tính năng riêng biệt đối với mỗi ngành kinh doanh

**- Cách sử dụng/hoạt động:**

Đăng các tin về công ty, doanh nghiệp, quảng cáo hoặc các mặt hàng, dịch vụ cung cấp của doanh nghiệp.

Có các web app tương ứng giúp cho công ty, doanh nghiệp quản lý ví dụ đối với website phòng khám, khi đăng nhập bằng tài khoản admin, khách hàng có thể quản lý được lịch đặt, các tài nguyên của phòng khám như lịch trống của phòng bệnh, bác sĩ,… của phòng khám.

**2. CÁC KẾT QUẢ VỀ XÁC THỰC Ý TƯỞNG (NGUYÊN MẪU)**

**2.1 XÁC THỰC LẦN THỨ NHẤT**

Thực hiện việc xác thực ý tưởng bằng khảo sát của Google Form thông qua 4 bước: trình bày ý tưởng, thực hiện khảo sát, lấy thêm thông tin và đánh giá khảo sát với các người dùng mục tiêu.

Mẫu khảo sát được thực hiện trên 15 người và nhận được phản hồi từ 14 người dùng.

Công cụ thực hiện khảo sát là Google Form.

**2.1.1 Quy trình xác thực lần thứ nhất:**

- Bước 1: Trình bày ý tưởng kinh doanh, nêu ra được ý tưởng chung, sản phẩm của ý tưởng kinh doanh, khách hàng mục tiêu và vấn đề sản phẩm giải quyết được

- Bước 2: Thực hiện gửi và lấy kết quả khảo sát cho người dùng.

- Bước 3: Xác nhận lại với người dùng và lấy thêm thông tin cho các câu trả lời có ý khác.

- Bước 4: Tổng kết lại kết quả khảo sát.

Công cụ: Google Form

**2.1.2 Kết quả xác thực lần thứ nhất**

Link khảo sát: <https://forms.gle/DRsqVifBgMhqTJYa7>

Kết quả thu được từ 14 phản hồi.

|  |  |
| --- | --- |
| **CÂU HỎI** | **KẾT QUẢ (tỉ lệ % trả lời “CÓ”)** |
| Giải pháp kinh doanh (Ý tưởng/ nguyên mẫu) có giải quyết được vấn đề không? | 100% |
| Bạn có sẵn sàng trả tiền cho giải pháp kinh doanh (ý tưởng nguyên mẫu) không? | 92.1% |
| Bạn có sẵn sàng giới thiệu giải pháp kinh doanh này cho người khác không? | 85.7% |

*Bảng 2.1: Kết quả của quá trình xác thực thứ nhất*

**- Trình bày phân tích chi tiết về các kết quả**



*Kết quả từ phiếu khảo sát*

* Theo kết quả nhận được có thể thấy số lượng người đồng ý rằng ý tưởng giải quyết được vấn đề của khách hàng là 100%.
* Số lượng người sẵn sàng chi trả cho sản phẩm đạt 92.9%, tuy nhiên bên cạnh đó vẫn còn 7.1% lượng người đưa trả câu trả lời khác với ý kiến thay đổi hình thức trả tiền là trả theo tháng. Từ đó nên đưa ra thêm một số hình thức chi trả cho khách hàng nhằm mở rộng, đáp ứng nhiều cách chi trả cho khách.
* Số lượng người sẵn sàng giới thiệu giải pháp cho bạn bè đạt 85.7%, và không là 14.3%. Có thể số người không đồng ý do chưa thật sự tin tưởng hoặc chưa có trải nghiệm thực tế đối với sản phẩm này.

**3. KẾT LUẬN**

Từ kết quả xác thực ý tưởng, có thể thấy ý tưởng đã đáp ứng, giải quyết được vấn đề của khách hàng. Tuy nhiên, ý tưởng còn hạn chế và chưa phát triển về vấn đề chi trả của khách hàng. Cần phải thêm nhiều hình thức chi trả cho phù hợp với nhiều khách hàng. Ngoài ra, cần phải tạo uy tín, niềm tin cho khách hàng qua việc giới thiệu khách sử dụng bản dùng thử, chủ động liên lạc, chăm sóc, hậu mãi,… đối với khách hàng.