

ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP. HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA



BÁO CÁO
KẾ HOẠCH KINH DOANH ỨNG DỤNG OSDO

Môn: KỸ NĂNG CHUYÊN NGHIỆP CHO KỸ SƯ

GVHD: Đặng Tuấn Khanh

SVTH: Nhóm 5

Lê Thị Khánh Duy	1910945
Nguyễn Đức Bình	2112899
Chung Thịnh	2012103
Nguyễn Thái Sơn	2112198
Nguyễn Ngọc Độ	1913131

Mục lục

I) Mô tả công ty OSDO	1
1. Hiện trạng chung:	1
2. Xu thế hiện nay về việc mặc đẹp:	2
3. Ý tưởng	2
4. Giới thiệu công ty OSDO	3
4.1. Lịch sử hình thành	3
4.2. Tầm nhìn	3
4.3 Sứ mệnh	3
4.4 Giá trị cốt lõi	3
II) Ứng dụng OSDO	4
1) Tổng quan ứng dụng	4
2) Kế hoạch phát triển (3 giai đoạn)	7
III) Phân tích đối thủ cạnh tranh	8
1) Tổng quan thị trường	8
2) Đối thủ cạnh tranh	9
3) So sánh sản phẩm, dịch vụ	10
4) phân tích lợi thế cạnh tranh, cơ hội của doanh nghiệp so với đối thủ	11
IV) Báo cáo tài chính	12
1. Doanh thu	12
2. Chi phí	12
3. Các chỉ số đánh giá đầu tư	14

I) Mô tả công ty OSDO

1. Hiện trạng chung:

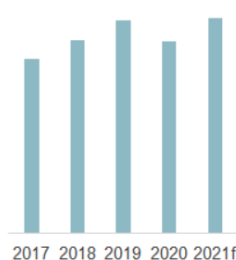
Ăn mặc đẹp đang là một trong những nhu cầu quan trọng trong đời sống hiện nay. Bạn không cần phải là ca sĩ, diễn viên, hay hoa hậu mới cần mặc đẹp, với chúng tôi không mặc đẹp chỉ vì “bạn chưa là một ai đó” thì quả thực lãng phí. Mặc đẹp có rất nhiều cái được, cái hay mà cũng không hề khó khăn như bạn nghĩ

Mặc đẹp giúp bạn tự tin hơn: Mặc đẹp là một nước đi thông minh để tạo dựng sự tự tin bởi con người hiện đại không chỉ biết làm đẹp cho bản thân mình mà còn biết “chiều chuộng” ánh nhìn của người khác. “Người đẹp vì lụa”, rõ ràng một hình ảnh chín chu sẽ tôn vinh vẻ rạng rỡ, nghiêm túc, giúp bạn nhận về nhiều thiện cảm hơn từ người đối diện, mang bạn đến gần hơn với thành công.

Mặc đẹp thể hiện văn hoá: Mặc đẹp giúp bạn thể hiện cái tôi, gu thẩm mỹ, thể hiện tinh thần yêu cái đẹp và trong nhiều trường hợp còn thể hiện trình độ văn hóa. Những người lần đầu gặp gặp sẽ đánh giá bạn qua cách ăn mặc, sự phù hợp của vẻ ngoài với hoàn cảnh.

Các nghiên cứu cho thấy các doanh thu về thời trang và làm đẹp đặc biệt là quần áo luôn chiếm phần lớn doanh thu toàn ngành.

Doanh thu thị trường thời trang Việt Nam, 2017-2021f

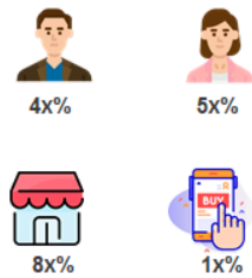


Cơ cấu doanh thu các sản phẩm thời trang Việt Nam, 2020

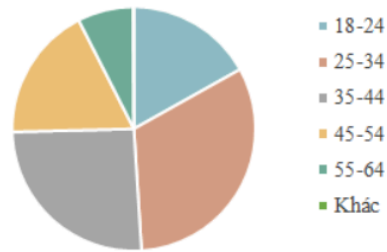


Giới trẻ trong độ tuổi 25-34 tuổi là nhóm đối tượng chi tiêu nhiều nhất cho thời trang. Điều này là dễ hiểu bởi người trẻ tuổi luôn dành mối quan tâm cho vẻ ngoài và chịu đầu tư chăm sóc vẻ ngoài nhất. Trong đó tỷ lệ chi tiêu cho thời trang của nữ giới tại Việt Nam nhỉnh hơn nam giới một chút, đạt hơn 50% năm 2020.

Cơ cấu tiêu thụ các sản phẩm thời trang theo giới tính và kênh phân phối, 2020



Cơ cấu tiêu thụ các sản phẩm thời trang theo độ tuổi, 2020



Từ các thông số trên cho thấy giới trẻ hiện nay đang rất quan tâm đến việc mặc đẹp và các vấn đề thời trang đặc biệt là lứa tuổi 25-34. Doanh thu đang ngày một cao hơn so với cùng kỳ năm trước.

2. Xu thế hiện nay về việc mặc đẹp:

Vậy như thế nào là mặc đẹp, ắt hẳn đây là câu hỏi mà nhiều người gặp phải.

Để mặc đẹp bạn cần có 3 tiêu chí:

Phân loại quần áo: Bạn nên phân loại ra những nhóm quần áo cho từng hoàn cảnh tương ứng: đi làm, đi học, đi chơi, du lịch.

Phong cách cá nhân: Bạn có thể tự tìm ra phong cách của mình hoặc phỏng theo phong cách của người khác mà bạn cho là hợp lý với mình.

Mặc đồ phù hợp: Bạn cần chọn và mua ra những món phù hợp với mình, phù hợp với thể trạng dáng người và phong cách mà bạn đang theo đuổi.

3. Ý tưởng

Tuy đã có những tiêu chí có thể giúp chúng ta mặc đẹp, nhưng hiện nay vẫn có rất nhiều phong cách khác nhau ngoài kia làm chúng ta khó lựa chọn, hay bạn không thể chọn ra phong cách phù hợp cho mình. Hay chỉ đơn giản là bạn đã mua rất nhiều loại quần áo phụ kiện khác nhau nhưng vẫn chưa biết phối chúng với phong cách nào. Hoặc đơn giản là bạn đang đi tìm câu trả lời “Hôm nay mặc gì?”

Với các câu hỏi đó OSDO ra đời, giúp bạn tìm ra những món đồ phù hợp với mình, giúp bạn định hình phong cách cá nhân với các stylist chuyên nghiệp. Hay

chỉ đơn giản là trả lời cho câu hỏi: Hôm nay bạn mặc gì. OSDO với sứ mệnh giúp người trẻ mặc đẹp hơn trong xu thế ngày nay.

4. Giới thiệu công ty OSDO

4.1. Lịch sử hình thành

OSDO được hình thành nên từ ý tưởng được bắt đầu với nhóm 5 người vì lỡ mua quá nhiều đồ và không biết cách lựa chọn. Qua đó nhằm giúp đỡ những người trẻ cũng đang mắc vấn đề tương tự và trả lời cho câu hỏi “Hôm nay mặc gì?”. Nhóm đã đề ra dự án OSDO để hoàn thành sứ mệnh này.

4.2. Tầm nhìn

Trở thành một ứng dụng đi đầu trong việc xây dựng phong cách thời trang, giúp người trẻ mặc đẹp.

4.3 Sứ mệnh

OSDO cam kết đem lại những phong cách thời trang mới nhất được cập nhật hằng ngày và giúp đỡ thời trang Việt Nam ngày càng phát triển bằng tất cả sự trân trọng, niềm tin và tình thần trách nhiệm với con người và xã hội.

4.4 Giá trị cốt lõi

Thách thức – Thích ứng – Sáng tạo – Tư duy – Kết hợp

Thách thức: Không ngần ngại trong việc thử và thất bại

Thích ứng: Luôn luôn thay đổi, cập nhật theo xu hướng của thời trang trong thời đại mới.

Sáng tạo: Luôn luôn suy nghĩ mới và sáng tạo, sự sáng tạo không chỉ đến từ công ty mà còn ở cả khách hàng.

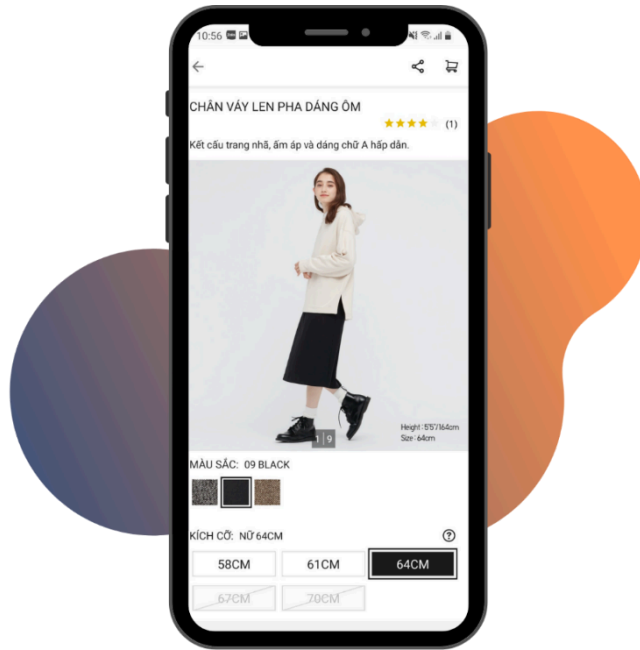
Tư duy: Phải có tầm nhìn chiến lược, lý luận vững chắc và không ngừng chuyên nghiệp hoá

Kết hợp: Có sự kết hợp giữa các nền văn hoá khác nhau về cả tư duy lẫn phong cách, lấy mạnh của nơi này bù cho cái yếu của nơi khác để không ngừng phát triển

II) Ứng dụng OSDO

1) Tổng quan ứng dụng

Ứng dụng OSDO là một ứng dụng gợi ý trang phục thông qua AI với giao diện đơn giản và dễ sử dụng. Ứng dụng này sẽ có các tính năng cơ bản để giúp người dùng tìm kiếm, cài đặt và quản lý tài khoản, cũng như tìm kiếm hỗ trợ và

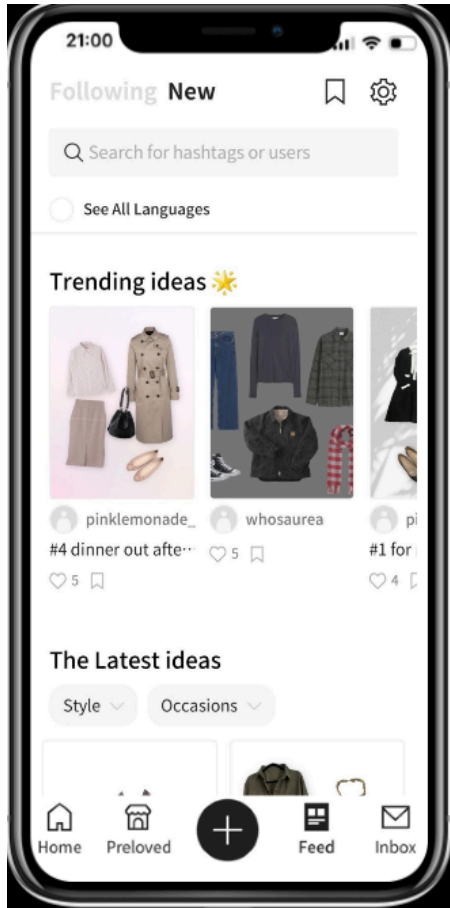


tư vấn.

Thanh trên cùng của ứng dụng bao gồm thanh tìm kiếm để người dùng có thể tìm kiếm thông tin liên quan đến trang phục. Kế bên thanh tìm kiếm là nút quay lại trang chủ để người dùng có thể trở lại trang chủ bất cứ khi nào cần.

Thanh công cụ phía dưới bao gồm các nút chức năng để người dùng có thể tùy chỉnh ứng dụng, tìm kiếm hỗ trợ và tư vấn, và quản lý tài khoản của họ. Nút cài đặt cho phép người dùng tùy chỉnh thông báo và ngôn ngữ, cũng như cài đặt bảo mật với mật khẩu cấp 2 hoặc mã PIN. Người dùng cũng có thể xem phiên bản của ứng dụng và gửi phản hồi.

Nút tư vấn/hỗ trợ/phản ánh cho phép người dùng gọi hotline hoặc trò chuyện trực tuyến với nhân viên hỗ trợ để giải đáp bất kỳ câu hỏi nào. Người dùng cũng có thể gửi yêu cầu phản ánh nếu có bất kỳ vấn đề nào với ứng dụng.

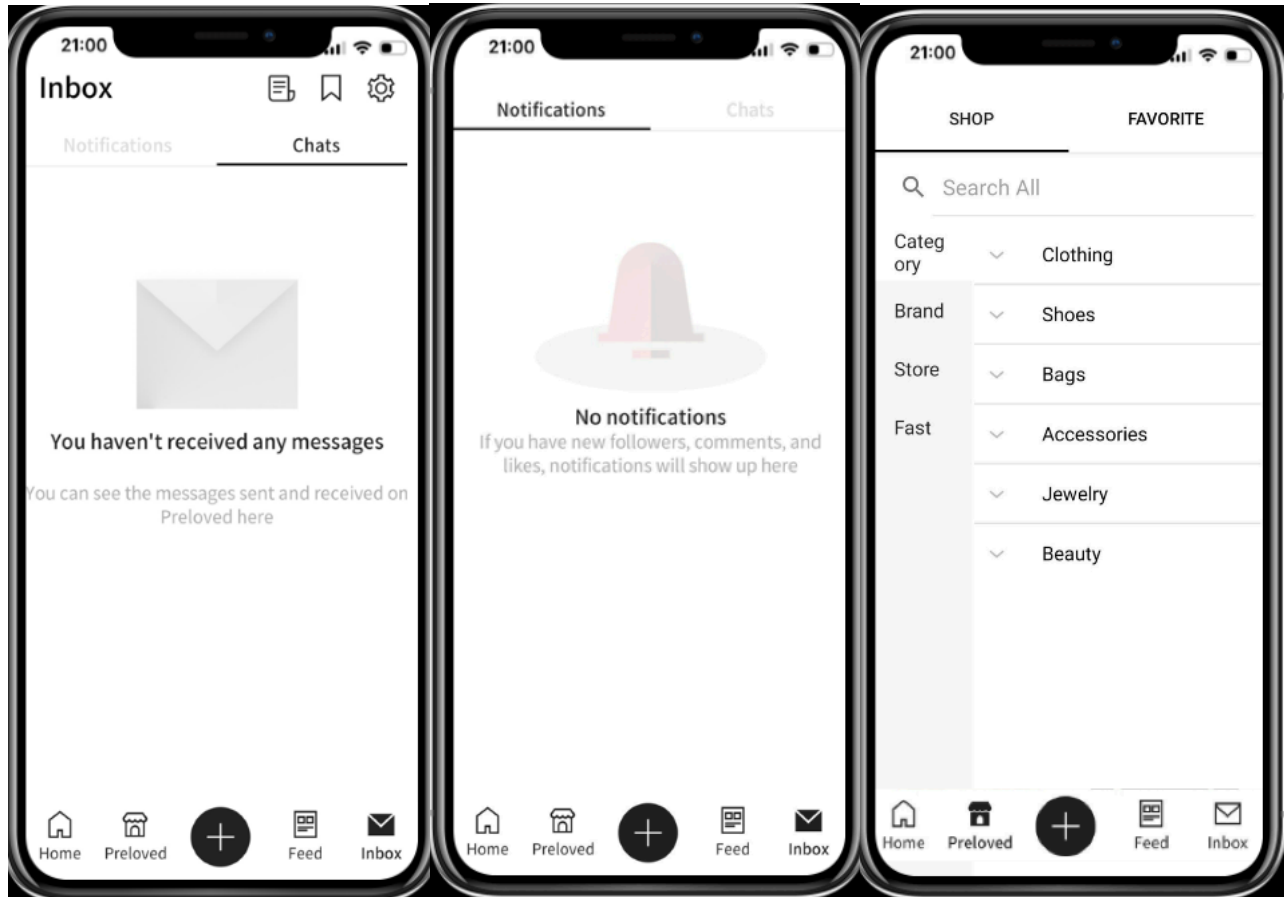


Nút tài khoản cho phép người dùng quản lý thông tin cá nhân và thanh toán. Thông tin tài khoản cung cấp thông tin cơ bản, xác thực tài khoản và cài đặt quyền riêng tư, bao gồm cài đặt chat và danh sách người dùng bị chặn. Thanh toán cho phép người dùng liên kết tài khoản ngân hàng hoặc sử dụng các phương thức thanh toán khác như Visa hoặc PayPal. Ngoài ra, người dùng có thể xóa tài khoản nếu cần.

Tính năng chính của OSDO là gợi ý trang phục cho người dùng thông qua AI. Khi sử dụng tính năng này, người dùng sẽ được yêu cầu thêm tử độ của mình vào trong ứng dụng và cung cấp thông tin về vóc dáng, màu da và những loại trang phục mà họ thích.

Sau đó, thông qua việc phân tích dữ liệu và ứng dụng các thuật toán học máy, ứng dụng sẽ đưa ra các gợi ý về trang phục phù hợp với sở thích, phong cách, vóc dáng và màu da của người dùng. Ngoài ra, OSDO cũng có thể đưa ra những lời khuyên về cách phối đồ, cách chọn trang phục cho các dịp khác nhau.

Tính năng gợi ý trang phục thông qua AI của OSDO giúp cho người dùng tiết kiệm thời gian tìm kiếm và lựa chọn trang phục phù hợp, đồng thời giúp người dùng phát huy được sự sáng tạo trong phong cách thời trang của mình.



Tính năng chính tiếp theo của OSDO là "Hỏi đáp cùng chuyên gia". Đó là một tính năng hữu ích cho người dùng có thắc mắc về thời trang hoặc phong cách. Người dùng có thể gửi câu hỏi của mình đến đội ngũ chuyên gia của OSDO và nhận được câu trả lời nhanh chóng và chính xác. Điều này giúp người dùng có thể tìm hiểu thêm về thời trang và phong cách và có thể sử dụng kiến thức đó để cải thiện phong cách của mình.

Tóm lại, OSDO là một ứng dụng gợi ý trang phục thông qua trí tuệ nhân tạo với các tính năng đầy đủ và giao diện đơn giản. Nó cung cấp cho người dùng các lựa chọn trang phục phù hợp với phong cách và sở thích của họ. Đồng thời,

OSDO còn có tính năng hỗ trợ và giải đáp thắc mắc của người dùng để họ có thể tìm hiểu thêm về thời trang và phong cách.

2) Kế hoạch phát triển (3 giai đoạn)

Kế hoạch phát triển 2023 – 2024 (giai đoạn thử nghiệm)

Bởi vì ứng dụng AI cho những ngành nghề đòi hỏi tính sáng tạo đang ở thời kì “sơ khai nhất” (AI vẽ tranh mới nổi dậy gần đây nhưng bị phốt liên tục là lấy tranh của nhiều họa sĩ khác rồi vẽ lại) nên trong những thời gian đầu, con AI tên OSDO sẽ được học những thứ cơ bản nhất của các quy tắc phối đồ (màu sắc, chất liệu, ...)

Về phía kỹ thuật:

- Trong giai đoạn này, OSDO sẽ được giám sát chặt chẽ về những thứ nó học được để hạn chế tối đa việc nó sẽ trở thành một cái app nhảm nhí.
- Vì vậy, OSDO thời kì đầu sẽ tiếp cận người dùng với lượng tính năng ít ỏi, cũng như tính đa dạng thấp.

Về phía khách hàng:

- OSDO sẽ được PR bằng cách cho dùng thử miễn phí (thật ra là nó miễn phí), và người dùng sẽ gia hạn cái “miễn phí” đó bằng cách feedback cũng như OSDO sẽ xin được phép thu thập dữ liệu người dùng để học hỏi.

Vốn: OSDO sẽ vừa phát triển, vừa kêu gọi tài trợ.

Kế hoạch phát triển 2024 – 2025 (giai đoạn ra mắt chính thức)

OSDO sau khi đã trải qua quá trình học hỏi, có thể tạm gọi là ổn, thì có thể cho ra mắt chính thức.

Đối với những khách hàng cũ có đóng góp lớn (người dùng trong giai đoạn thử nghiệm) sẽ được voucher giảm giá mua hàng hoặc miễn phí sử dụng một số tính năng VIP.

Lúc này sẽ bắt đầu thu lại lợi nhuận (hoa hồng từ các nhãn hàng, tiền quảng cáo, ...)

Kế hoạch phát triển 2025 - 2026 (Giai đoạn mở rộng và nâng cấp tính năng)

Sau khi OSDO được phát hành chính thức vào năm 2024, công ty sẽ tiếp tục nghiên cứu và phát triển tính năng mới để nâng cao trải nghiệm người dùng và tăng tính cạnh tranh của ứng dụng trên thị trường. Các tính năng mới bao gồm:

1. Tích hợp AI học tập sâu hơn để cải thiện khả năng phân tích và đưa ra đề xuất cho khách hàng.
2. Phát triển tính năng trích xuất thông tin tự động từ hình ảnh, giúp cho việc phân tích và tìm kiếm trở nên dễ dàng hơn.
3. Tăng tính tương tác giữa OSDO và khách hàng bằng cách thêm tính năng trò chuyện và chia sẻ kết quả tìm kiếm trên các mạng xã hội.
4. Nâng cao tính bảo mật của ứng dụng bằng cách sử dụng các công nghệ mã hóa và phát hiện lỗ hổng bảo mật.

Để thúc đẩy sự phát triển của OSDO, công ty sẽ tìm kiếm các đối tác và nhà đầu tư tiềm năng để đầu tư vào dự án. Đồng thời, công ty cũng sẽ tiếp tục thu thập phản hồi từ người dùng để cải thiện chất lượng sản phẩm và tăng sự hài lòng của khách hàng.

Với kế hoạch phát triển này, công ty hy vọng sẽ đạt được mục tiêu trở thành một trong những ứng dụng AI phổ biến và được yêu thích nhất trên thị trường trong thời gian tới.

III) Phân tích đối thủ cạnh tranh

1) Tổng quan thị trường

Sau gần 2 năm gián đoạn, ngành công nghiệp thời trang toàn cầu đang dần được khôi phục trở lại. Các công ty đang dần thích ứng với các thói quen mua hàng mới của người tiêu dùng và kỹ thuật số đang hỗ trợ cho việc tạo ra môi trường hệ tăng trưởng. Tuy nhiên nền công nghiệp này đang phải đối mặt với những thách thức đáng kể trong bối cảnh chuỗi cung ứng bị gián đoạn, nhu cầu không ổn định và gặp áp lực liên tục lên lợi nhuận.

Do đó sự phục hồi và tăng trưởng là vấn đề quan tâm hàng đầu của các giám đốc điều hành trong năm tới. Tuy nhiên, xu hướng chuyển sang hướng tăng trưởng, có nhiều thách thức lớn hơn cần phải đối mặt, đó là: khả năng thiếu hụt

các sản phẩm và thiếu hụt nguồn lực, do chuỗi cung ứng bị tắc nghẽn và chi phí vận chuyển tăng cao làm ảnh hưởng đến quy trình hoạt động. Trong những tháng gần đây, nhiều công ty đã cố gắng quản lý dòng hàng tồn kho hoặc siết chặt dự báo bán hàng thấp hơn đối với những vấn đề trong chuỗi cung ứng. Để đối phó với những khó khăn trên, nhiều công ty đã chuyển sang các biện pháp khắc phục bao gồm: nearshoring, dự trữ nguồn cung tại cửa hàng và các mô hình hoạt động nhanh được thiết kế để đáp ứng kịp thời các thay đổi trên thị trường.

Cùng với đó, năm 2022 ngành thời trang sẽ chứng kiến sự tăng trưởng theo cấp số nhân trong việc sử dụng và phát triển công nghệ xoay quanh trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ tăng cường thực tế ảo (VR&AR), blockchain và thương mại điện tử. Ngành thời trang đang hướng tới việc sử dụng AI trong các lĩnh vực hoạt động từ sản xuất, tiếp thị, bán sản phẩm để hiểu hành vi của người tiêu dùng, tạo nhận thức, phát triển sản phẩm và theo dõi nhu cầu. Trong những năm tới, công nghệ này sẽ tối đa hóa trải nghiệm mua sắm của người dùng, cải thiện hệ thống bán hàng và nâng cao quy trình bán hàng thông qua tự động hóa thông minh. Chatbots và màn hình cảm ứng được sử dụng trong các cửa hàng để trải nghiệm khách hàng và đề xuất sản phẩm tùy chỉnh. Một bộ sưu tập thời trang thành công rực rỡ đòi hỏi phải kết hợp giữa các kiểu dáng và mẫu thiết kế, khiến nó trở nên thu hút trong lòng khách hàng.

Công nghệ sẽ tiếp tục ảnh hưởng đến mọi cấp độ phát triển của ngành thời trang trong năm 2022 và đem lại lợi ích cho khách hàng. Những người làm trong ngành thời trang sẽ phải quản lý nhu cầu về kỹ thuật số, tính bền vững và chuỗi cung ứng. Ở nền kinh tế đang phục hồi, nhu cầu thời trang không chỉ tăng trưởng vào năm 2022 mà còn hơn thế nữa, do đó các công ty thời trang sẽ phải tập trung vào việc tăng trưởng, tương tác với khách hàng, hiểu nhu cầu đang thay đổi và tập trung cao độ vào việc xây dựng tỷ suất lợi nhuận.

2) Đối thủ cạnh tranh

Nền công nghiệp thời trang ở Việt Nam ngày càng phát triển, để tạo điều kiện cho mọi người tiếp cận được những phong cách sáng tạo, phù hợp với tính cách, giới tính, diện mạo, Smart Closet đã được tạo ra để giải quyết những vấn đề như vậy. Smart Closet là một công cụ thông minh và dễ sử dụng giúp bạn quản lý tủ quần áo và diện mạo hàng ngày.

Ra đời vào năm 2016, đến nay smart closet đã có hơn 1 triệu lượt tải xuống trên app store và CH play. với đánh giá 4.3 sao trên mọi nền tảng. Smart closet lưu trữ dữ liệu từ hàng ngàn cửa hàng, nhà bán lẻ, giúp người dùng thêm vào tủ đồ một cách dễ dàng, ứng dụng hỗ trợ xóa nền ảnh chụp quần áo và chỉnh sửa chi tiết cho quần áo của người dùng bao gồm các thể loại màu sắc, thương hiệu, giá cả, và nhiều hơn nữa.

3) So sánh sản phẩm, dịch vụ

Mục tiêu chung của smart closet và ứng dụng OSDO đó là giúp cho người dùng đưa ra lựa chọn về trang phục thường ngày một cách dễ dàng, giải quyết vấn đề hôm nay mặc gì của giới trẻ hiện nay. Tuy nhiên, mỗi ứng dụng đều có những tính năng và cách hoạt động khác nhau, tạo nên những ưu nhược điểm cho mỗi ứng dụng.

Smart Closet

Smart Closet lựa chọn trang phục từ hàng ngàn thương hiệu và cửa hàng bán lẻ và người dùng có thể thêm những trang phục đó vào tủ đồ online của mình dễ dàng. Ngoài ra, người dùng có thể chụp lại trang phục của bản thân và thêm vào tủ đồ, những bức ảnh chụp trang phục đó có thể xóa phông dễ dàng chỉ bằng 1 nút bấm.

Thêm vào đó, người dùng có thể tạo ra những diện mạo mới cho bản thân một cách hoàn toàn miễn phí, những sự kết hợp trang phục mà ứng dụng đưa ra sẽ ít giống nhau nhất có thể để tránh sự nhàm chán, mặc đi một lại một bộ trang phục.

Không dừng lại ở đó, smart closet còn có thể lên kế hoạch về trang phục cho cả tuần thậm chí là cả tháng cho người dùng, và thông báo cho người dùng hàng ngày nếu cần thiết.

OSDO

Khác với smart closet, OSDO là một ứng dụng AI luôn luôn học hỏi để chọn ra bộ trang phục hàng ngày phù hợp với từng người dùng. Thay vì lựa chọn những bộ trang phục có sẵn từ các thương hiệu, người dùng OSDO cần chụp lại những trang phục của mình để tạo ra một tủ đồ online, từ đó trí tuệ nhân tạo của OSDO sẽ gợi ý những sự kết hợp trang phục cho người dùng tùy vào giới tính,

độ tuổi, mục đích, thời tiết,... Người dùng cung cấp càng nhiều thông tin thì OSDO sẽ càng đưa ra được những quyết định phù hợp với người dùng.

Qua thời gian, OSDO sẽ tự động huấn luyện bản thân dựa theo lượng dữ liệu đã thu thập được từ trước để tự cải thiện ứng dụng. Vậy nên càng sử dụng OSDO lâu dài, người dùng sẽ càng nhận được những thông tin chất lượng hơn.

Ngoài ra, OSDO còn đóng vai trò chung gian giữa người dùng và các nhà thiết kế thời trang, những stylist lành nghề. Tuy nhiên, chức năng này là mất phí đối với người dùng. Khi người dùng sử dụng chức năng này, OSDO sẽ tìm kiếm những stylist đang có mặt trên ứng dụng và kết nối với người dùng thông qua tin nhắn. Stylist sẽ có thể truy cập vào tủ đồ của người dùng và chọn ra trang phục ưng ý nhất cho họ. Những trang phục đó sẽ được lưu giữ thông tin lại để OSDO có thể tự cải thiện mình.

Một chức năng nữa của OSDO đó là gợi ý trang phục chưa có cho người dùng và nơi bán những trang phục đó. Ví dụ nếu người dùng đã có 1 chiếc quần jean thật phong cách, thì OSDO sẽ đưa ra những gợi ý về những trang phục phù hợp với chiếc quần jean đó và nơi mà những trang phục đó đang được bán ở gần khu vực của người dùng.

4) phân tích lợi thế cạnh tranh, cơ hội của doanh nghiệp so với đối thủ

Lợi thế cạnh tranh

Thị trường có quy mô vừa phải đối với một công ty Startup, có sự ổn định tương đối.

Dịch vụ được xây dựng tập trung phục vụ nhu cầu của một nhóm khách hàng có yêu cầu về chất lượng tương đối đồng đều nên chất lượng phục vụ được đáp ứng tốt hơn.

Tiết kiệm được chi phí nghiên cứu thị trường nhờ độ lớn của quy mô thị trường thấp, từ đó cung cấp dịch vụ với mức giá thấp hơn, hấp dẫn hơn.

=> Quy mô thị trường cho phép công ty cung cấp dịch vụ phục vụ nhu cầu của khách hàng tốt hơn với mức giá thấp hơn các đối thủ.

Cơ hội của doanh nghiệp

Thị trường chưa được khai thác quá sâu vào việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo để phát triển chất lượng dịch vụ.

Phát triển sản phẩm dịch vụ thông qua tìm hiểu nhu cầu thay đổi nhanh và có yêu cầu ngày càng cao của người dùng qua việc khảo sát trong cộng đồng.

Định hướng người dùng nhờ sự nhạy cảm của thị trường

Cộng đồng sinh viên là đối tượng mà ứng dụng nhắm tới, mà sinh viên là những người nhanh nhạy trong việc thích nghi với những công nghệ mới, tìm kiếm những trải nghiệm mới và là đối tượng có sự kết nối chặt chẽ với nhau thành những cộng đồng. Điều này sẽ góp phần đẩy nhanh tiến độ phổ biến của ứng dụng.

IV) Báo cáo tài chính

1.DOANH THU

Doanh thu từ quảng cáo in-app

App lấy doanh thu từ quảng cáo từ năm thứ 2, lượng người dùng đạt 10,000 người, lượt quảng cáo hiển thị hiệu dụng dự kiến 9 triệu lượt/năm. Mức thu phí 24,345đ/lượt hiển thị hiệu dụng.

Dự báo lượng người dùng tăng lên từng năm mức phí quảng cáo in-app sẽ tăng trung bình 10% đến 20%. Chi tiết trong bảng dưới đây:

Nội dung	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Lượng người dùng	5000	10000	30000	50000	80000
Lượt quảng cáo (nghìn lượt)		9000	9900	10890	11979
eCPM in-app (VND)		292,140	321,354	353,489	388,838

Doanh thu từ các gói Premium

Từ năm 4 app sẽ lấy doanh thu từ dịch vụ cung cấp các tính năng nâng cao (gói Premium) cho khách hàng muốn tăng tần suất quảng cáo và khai thác dữ liệu, từ vấn tiêu dùng... Dự kiến sẽ có 5% - 8% người dùng sử dụng các gói Premium này. Trung bình mức giá cho dịch vụ Premium là 59,000đ/gói.

Doanh thu hoa hồng kết nối stylist

Từ năm 2, ứng dụng áp dụng tính năng kết nối người dùng với stylist chuyên nghiệp để hỗ trợ tư vấn chuyên sâu về thời trang.

Kỳ vọng từ năm 2 sẽ có 5% người dùng mỗi tháng sẽ sử dụng dịch vụ. Chi phí do phía stylist đề xuất tùy theo dịch vụ mà người dùng cần cung cấp, app chỉ tính mức hoa hồng trung bình 12% trên mỗi giao dịch, kỳ vọng giá trị giao dịch trung bình 300,000đ.

2. CHI PHÍ

Chi phí Phát triển và duy trì hệ thống

Chi phí kỹ thuật của dự án khởi điểm là 120 triệu đồng, mỗi năm tăng thêm 10% và được hỗ trợ thêm từ các quỹ đầu tư cho các dự án khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ từ trong nước, từ các chính sách hỗ trợ của Google, AWS (Amazon Web Services) và các tổ chức quốc tế khác.

Chi phí lương

Năm	1	2	3	4	5
Tổng lương	663,000,000	845,000,000	845,000,000	929,500,000	1,022,450,000
Kỹ thuật	312,000,000	312,000,000	312,000,000	343,200,000	377,520,000
Tiếp thị	182,000,000	364,000,000	364,000,000	400,400,000	440,440,000
Hành chính	169,000,000	169,000,000	169,000,000	185,900,000	204,490,000

Đơn vị: VND

Cơ cấu lương nhân sự:

Phòng ban	Số lượng	Lương tháng	Ghi chú
Kỹ thuật	3		
Tiếp thị	4		
Hành chính	2		

Chi phí tiếp thị và chăm sóc khách hàng

Nội dung	Ngân sách (VND)
Giai đoạn 1: Tạo nhận thức của người tiêu dùng về ứng dụng	1,370,000,000
Giai đoạn 2: Tạo mối liên kết giữa khách hàng và thương hiệu OSDO	1,556,000,000
Giai đoạn 3: Khiến khách hàng tải và sử dụng ứng dụng nhiều hơn	1,320,000,000
Giai đoạn 4: Duy trì khách hàng trung thành	1,714,000,000
Tổng	5,960,000,000

Công ty sẽ dành 80% tổng vốn đầu tư ban đầu cho hoạt động tiếp thị quảng bá dịch vụ và chăm sóc khách hàng để thu hút và giữ chân người dùng. Chi phí cho hoạt động tiếp thị sẽ tăng khoảng 20% - 30% qua từng giai đoạn.

Chi phí văn phòng

Văn phòng đặt tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Chi phí thuê 7tr/tháng.

Diện tích 48m²

Chi phí thuế

Công ty có lợi nhuận dương dự kiến ở năm thứ 4 và tính thuế TNDN tại năm thứ 5, mức thu sau khi chuyển lỗ 5 năm là: VND

3. CÁC CHỈ SỐ ĐÁNH GIÁ ĐẦU TƯ

Tổng vốn đầu tư dự kiến: 1,500,000,000 VND

Nguồn vốn sẽ tập trung đầu tư cho 2 năm đầu, 3 năm tiếp theo dùng lợi nhuận để tái đầu tư.

Các chỉ số tài chính

Lãi suất chiết khấu: 13.50%

Tỷ suất lợi nhuận trên vốn đầu tư: ROI = 38.47%

Tỷ suất hoàn vốn nội bộ: IRR = 36,45%

Thời gian hoàn vốn: PP = 4,6 năm.

Dòng tiền của dự án

	Năm 0	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Tốc độ tăng trưởng			2.00%			
Lãi suất chiết khấu			13.50%			
Dòng tiền tương lai	-1,500,000	-1,015,350	59,490	418,032	1,193,373	1,421,577
Dòng tiền phân tích	-1,500,000	-1,015,350	59,490	418,032	1,193,373	8,055,608
Giá trị hiện tại thuần		-2,394,581	-2,348,401	-2,062,496	-1,343,389	-588,660

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỰ KIẾN

Giai đoạn 5 năm từ 2023 đến 2028

Nội dung	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Doanh thu					
Doanh thu gói Pre			141,600	292,050	456,896
Doanh thu quảng cáo		2,629,260	3,181,405	3,849,500	4,657,895
Doanh thu hoa hồng		216,000	648,000	945,000	1,209,600
Tổng Doanh thu		2,629,260	3,323,005	4,141,550	5,114,790
Chi phí					
Phát triển hệ thống	120,000	240,000	264,000	290,400	319,440
Văn phòng	84,000	92,400	101,640	111,804	122,984
Lương	663,000	845,000	845,000	929,500	1,022,450
Tiếp thị và CSKH	100,000	1,270,000	1,556,000	1,320,000	1,714,000
5% dự phòng	48,350	122,370	138,332	132,585	158,944
Tổng Chi phí	1,015,350	2,569,770	2,904,972	2,784,289	3,337,818
Thu nhập trước thuế	(1,015,350)	59,490	418,033	1,357,260	1,776,972
20% TNDN				163,887	355,394
Thu nhập sau thuế	(1,015,350)	59,490	418,033	1,193,374	1,421,578

Ứng dụng OSDO – Công ty
Đơn vị: Nghìn VND

