

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỎ - ĐỊA CHẤT**

BÁO CÁO TỔNG KẾT

HÀ NỘI, 04/2019

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỎ - ĐỊA CHẤT**

BÁO CÁO TỔNG KẾT

**Xây dựng dự án khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến:
Dự án kinh doanh trực tuyến các sản phẩm handmade
cho sinh viên Trường Đại học Mỏ - Địa chất**

Sinh viên thực hiện:

Nguyễn Thị Thúy (NT) - Kế toán B K61

Nguyễn Thị Mai Anh - Kế toán B K61

Lương Thị Quỳnh Nga - Kế toán A K61

Nguyễn Thị Yến Thư - Kế toán E K61

Phí Thị Lan Hương - Kế toán B K61

Giáo viên HD: TS. Đào Anh Tuấn

HÀ NỘI, 04/2019

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
1. Tổng quan tình hình nghiên cứu	1
2. Lý do chọn đề tài	2
3. Mục tiêu đề tài, phương pháp nghiên cứu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu	4
CHƯƠNG 1. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG VÀ XÁC ĐỊNH NHU CẦU CÁC MẶT HÀNG HANDMADE	6
1.1. Phân tích thị trường	6
1.2. Xác định nhu cầu thị trường và sản phẩm kinh doanh	9
CHƯƠNG 2. XÂY DỰNG DỰ ÁN KINH DOANH CÁC SẢN PHẨM HANDMADE	11
2.1. Tổng quan về dự án	11
2.2. Thuyết minh chi tiết dự án	11
2.3. Kế hoạch Marketing	12
2.4. Doanh thu, chi phí, lợi nhuận dự kiến	23
KẾT LUẬN	25
TÀI LIỆU THAM KHẢO	26

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

Bảng 1. Kết quả khảo sát nhu cầu về sản phẩm Handmade	9
Bảng 2. Quy mô thị trường dự kiến	9
Bảng 3. Giá bán dự kiến các sản phẩm Handmade của Shop	20
Bảng 4. Doanh thu dự kiến năm thứ nhất	24
Bảng 5. Chi phí vốn đầu tư	24
Bảng 6. Dự kiến chi phí năm thứ nhất	24

MỞ ĐẦU

1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Trong nhiều năm qua, lĩnh vực khởi nghiệp đang rất được các nhà nghiên cứu trên thế giới quan tâm, đặc biệt là nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của một cá nhân. Lee & cộng sự (2006) cho rằng tinh thần khởi nghiệp được chú trọng ở nhiều quốc gia và được xem là cách thức để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tạo việc làm. Sobel & King (2008) nhận định khởi nghiệp là chìa khóa quan trọng để tăng trưởng kinh tế, chính vì vậy việc thúc đẩy giới trẻ khởi nghiệp là một trong những ưu tiên hàng đầu của các nhà chính sách.

Các mô hình nghiên cứu về khởi nghiệp của sinh viên cũng được đề cập đến khá nhiều trong các công trình nghiên cứu. Một số nghiên cứu điển hình có thể kể đến như:

Ngô Thị Thanh Tiên, Cao Quốc Việt (2016), Tổng quan lý thuyết về ý định khởi nghiệp của sinh viên. Mục đích của bài nghiên cứu này là (1) tổng quan lý thuyết các nghiên cứu về những yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp trước đây; (2) phát hiện các khe hở nghiên cứu liên quan đến ý định khởi nghiệp; (3) đề xuất khung lý thuyết về ý định khởi nghiệp của sinh viên Việt Nam. Kết quả tổng quan cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên trong các nghiên cứu trước được phân loại thành các nhóm yếu tố: chương trình giáo dục khởi nghiệp, môi trường tác động, động cơ, tính cách, tư duy, thái độ, giới tính.

Nghiên cứu của Nguyễn Thu Thủy (2015) “Các nhân tố tác động tới tiềm năng khởi sự kinh doanh của sinh viên đại học”, đã khẳng định sự tác động của các nhân tố môi trường tới tiềm năng khởi sự kinh doanh, đồng thời tác giả cho rằng các trải nghiệm cá nhân trong đó có các trải nghiệm được tiếp cận trong quá trình học đại học có tác động tới tiềm năng khởi sự kinh doanh của sinh viên; các hoạt động định hướng khởi sự kinh doanh trong và ngoài chương trình đào tạo của trường đại học đều tác động tích cực tới hai khía cạnh là tự tin và mong muốn khởi sự kinh doanh của sinh viên đại học ở Việt Nam. Nghiên cứu chỉ xem xét ảnh hưởng của một số yếu tố môi trường cảm xúc kết hợp với các yếu tố thuộc trải nghiệm cá nhân tới tiềm năng khởi sự kinh doanh.

Nghiên cứu của Phan Anh Tú và Giang Thị Cẩm Tiên (2015) “Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp: Trường hợp sinh viên khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh Trường Đại học Cần Thơ”, được khảo sát trên 233 sinh viên năm thứ nhất và năm thứ hai thuộc khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh tại Đại học Cần Thơ. Kết quả nghiên cứu xác định được thứ tự ảnh hưởng theo mức độ quan trọng giảm dần của các nhân tố đến ý định KNKD của sinh viên bao gồm: (1) Thái độ và tự hiệu quả, (2) giáo dục và thời cơ khởi nghiệp, (3) nguồn vốn, (4) quy chuẩn chủ quan, (5) nhận thức kiểm soát hành vi.

Nguyễn Quốc Nghi, Lê Thị Diệu Hiền, Mai Võ Ngọc Thanh (2015), các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên khối ngành Quản trị kinh doanh tại các trường đại học/cao đẳng ở thành phố Cần Thơ. Nghiên cứu đã chỉ ra 6 nhóm nhân tố tác động đến ý định khởi nghiệp của sinh viên khối ngành Quản trị kinh doanh.

2. Lý do chọn đề tài

Bill Gates đã từng nói :”Đến năm 2020 nếu bạn không kinh doanh online thì bạn đừng nên kinh doanh nữa”. Câu nói trên của tỉ phú phần mềm phần nào nói lên tầm quan trọng của việc kinh doanh online trong một tương lai không xa. Trong thời đại thông tin ngày nay, nếu một doanh nghiệp hay cá nhân nào muốn kinh doanh mà không kết hợp với thương mại điện tử thì khó mà thành công được. Việc kinh doanh handmade shop online mang lại lợi ích cho cả khách hàng và chủ doanh nghiệp. Trong thời đại kinh tế thị trường hiện nay, việc kinh doanh online không còn xa lạ đối với các doanh nghiệp cũng như người tiêu dùng. Chỉ với một thiết bị được kết nối với internet như máy tính, các loại smartphone, máy tính bảng ..., người tiêu dùng có thể ngồi một chỗ và thực hiện việc mua bán, trao đổi hàng hóa mà không phải mất hàng giờ để mua sắm ở các cửa hàng, các trung tâm thương mại, các siêu thị hay phải di chuyển, đi lại trong điều kiện thời tiết khắc nghiệt.

Sự phát triển nhanh chóng của xã hội đã làm tăng lên nhu cầu tự khẳng định mình của con người. Bên cạnh những sản phẩm tất yếu đối với cuộc sống hàng ngày, chúng ta tìm kiếm những sản phẩm mang đậm dấu ấn, phong cách của bản thân mình và tìm kiếm những sự mới lạ, độc đáo và đôi khi mang nhiều ý nghĩa. Đây chính là lí

do để những sản phẩm handmade được ra đời với mong muốn phục vụ và đáp ứng tốt nhất những nhu cầu của khách hàng. Nếu trước đây, người ta thường không coi trọng những sản phẩm làm tay thủ công, những thứ được coi là kém chất lượng và kém hiện đại, thì ngày nay, những sản phẩm thủ công tinh xảo, được làm tỉ mỉ và đầy sáng tạo đã và đang chiếm được thiện cảm từ những khách hàng khó tính nhất. Một chiếc túi handmade chắc chắn sẽ khiến cho người đeo nó trở nên khác biệt giữa hàng ngàn những chiếc túi được sản xuất theo dây chuyền hàng loạt, nó giúp người mang nó thể hiện được cá tính và cái tôi của mình. Cũng như một món quà handmade sẽ chứa đựng nhiều ý nghĩa hơn so với những món quà thông thường được bày bán tại các cửa hàng đồ lưu niệm. Kết hợp với sự phát triển của internet, việc mở shop kinh doanh đồ handmade online sẽ mang lại nhiều lợi ích cho cả người bán và người mua. Người mua sẽ dễ dàng xem được các mặt hàng hiện có của shop để lựa chọn mà không phải vất vả đi lại tốn kém thời gian và công sức. Bên cạnh đó, đối với người bán, việc mở shop online sẽ giúp cho việc quảng bá sản phẩm cũng như dễ dàng tương tác với khách hàng thông qua mạng internet.

Bên cạnh đó, hiện nay các mặt hàng lưu niệm tại Việt Nam ngày càng trở nên nhàm chán với những chủng loại sản phẩm quen thuộc. Người tiêu dùng Việt Nam nhất là giới trẻ đang có xu hướng tìm cho mình những thứ mới lạ để thể hiện tình cảm hay chỉ đơn giản là thể hiện cá tính riêng của bản thân. Với trào lưu đó việc xuất hiện một mặt hàng lưu niệm làm bằng tay đã thổi vào thị trường một luồng gió mới mang phong cách riêng và độc đáo của các bạn trẻ.

Sản phẩm handmade ngày nay khá đa dạng và phổ biến với rất nhiều mẫu mã và chủng loại. Những món quà làm bằng tay này không chỉ trao đến người thân yêu sự đẹp mắt mà còn cả giá trị cảm nhận khi được chính tay người tặng làm. Món quà lưu niệm bán tràn lan chỉ mang vẻ đẹp về hình thức trong khi món quà handmade mang cả giá trị tình cảm trong đó. Đây chính là điểm nổi bật thu hút giới trẻ tìm đến những món quà lưu niệm sáng tạo này.

Cuộc sống ngày càng phát triển mọi người càng phải làm việc nhiều hơn để theo kịp với sự thay đổi và phát triển đó. Kéo theo đó là những áp lực từ công việc từ cuộc sống đang đè nặng lên vai mỗi người. Các món quà tặng mọi người gửi đến nhau như một điều thiết yếu để giảm bớt căng thẳng trong cuộc sống hiện tại. Thế nhưng mọi

người đã chán với các món quà cứ giống nhau cứ rập khuôn và có thể bị đụng nhau khi mua ở cửa hàng lưu niệm. Các bạn trẻ ngày nay rất đề cao tính sáng tạo và độc đáo trong các món quà mà họ gửi tặng nhau. Chỉ có những sản phẩm làm bằng tay mới thỏa mãn hết những mong muốn của giới trẻ ngày nay.

Xuất phát từ các ý tưởng trên, nhóm nghiên cứu lựa chọn đề tài: "*Xây dựng dự án khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến: Dự án kinh doanh trực tuyến các sản phẩm handmade cho sinh viên Trường Đại học Mở - Địa chất*" với mong muốn giới thiệu, cung cấp và hướng dẫn các sản phẩm tự làm đến các bạn sinh viên của Trường, giúp các bạn không chỉ lựa chọn sản phẩm handmade mà các bạn còn có thể tự tay làm ra những món quà ý nghĩa và độc đáo của riêng mình để gửi đến những người thân yêu. Đồng thời qua dự án này, nhóm nghiên cứu từng bước tích lũy các kinh nghiệm để có thể tự kinh doanh các sản phẩm trực tuyến khác.

3. Mục tiêu đề tài, phương pháp nghiên cứu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Mục tiêu của đề tài: là xây dựng được dự án kinh doanh trực tuyến các sản phẩm Handmade dưới hình thức Fanpage nhằm kinh doanh các sản phẩm tự làm, trao đổi, hướng dẫn các bạn trẻ nói chung, các bạn sinh viên của trường đại học Mở địa chất nói riêng cách làm các sản phẩm Handmade mang tính độc đáo, sáng tạo.

Phương pháp nghiên cứu: đề tài sử dụng phương pháp điều tra để thăm dò nhu cầu thị trường và xác định sản phẩm kinh doanh; phương pháp phân tích tổng hợp để phân tích các số liệu thu được

Phạm vi nghiên cứu:

+ Giai đoạn 1: đối tượng nghiên cứu được giới hạn trong các đối tượng gồm sinh viên, học sinh các trường khu vực Bắc Từ Liêm. Đây là các đối tượng thường xuyên có nhu cầu tặng quà vào các dịp lễ trong năm, là các đối tượng thường xuyên sử dụng Internet và mạng xã hội, các đối tượng cùng độ tuổi với nhóm thực hiện dự án.

+ Giai đoạn 2: mở rộng ra các nhóm đối tượng khác nhau

Sản phẩm handmade rất đa dạng nhưng trong dự án này nhóm chỉ cung cấp một số mặt hàng như: Sản phẩm hoa, Móc khóa handmade, Thiệp handmade, Các loại trang sức, phụ kiện handmade, Móc khóa handmade, Sổ tay handmade

CHƯƠNG 1. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG VÀ XÁC ĐỊNH NHU CẦU CÁC MẶT HÀNG HANDMADE

1.1. Phân tích thị trường

1.1.1. Phân tích tổng quan về thị trường quà lưu niệm.

Trong xã hội ngày càng phát triển như hiện nay, cùng với quá trình đô thị hóa mạnh mẽ nhu cầu về hàng hóa dịch vụ lại càng trở nên lớn hơn. Đặc biệt là ở các thành phố lớn như Hà Nội, nơi tập trung dân số đông, con người không chỉ có nhu cầu ngày càng tăng về ăn uống, nơi ở mà một nhu cầu cũng rất lớn là nhu cầu về quà tặng độc đáo, ý nghĩa lại ngày càng phát triển, đặc biệt là đối với các bạn trẻ. Chắc hẳn trong các bạn ai cũng mong muốn trao tặng cho những người thân yêu của mình món quà vừa ý nghĩa lại vừa độc đáo và mới lạ. Giá cả nhìn chung cũng tương đối cao mà đôi khi chất lượng sản phẩm hay thời gian sử dụng lại không cao.

Thị trường quà lưu niệm ngày nay cũng rất phát triển, rất nhiều cửa hàng lưu niệm được mở ra các mặt hàng cũng rất đa dạng. Tuy nhiên, nếu các bạn xem xét kỹ hơn thì những cửa hàng lưu niệm vẫn có những món quà giống nhau, theo khuôn mẫu, rất gây nhàm chán cho người mua.

1.1.2. Phân tích thị trường quà lưu niệm handmade.

Các bạn giới trẻ ngày nay lại có nhu cầu cao về việc tặng những món quà lưu niệm độc đáo. Do đó các món quà tặng lưu niệm handmade sẽ đáp ứng được nhu cầu của các bạn trẻ.

Đối tượng quan trọng nhất của Shop là những bạn trẻ có niềm đam mê và sự yêu thích đối với các sản phẩm handmade. Đối tượng khách hàng này thường còn đang là học sinh, sinh viên, họ có nhu cầu làm đẹp, có nhu cầu tự thể hiện cá tính, cái tôi riêng biệt, muốn tự khẳng định mình và những món đồ trang sức, phụ kiện handmade đã giúp đỡ họ rất nhiều trong việc thể hiện bản thân mình. Bên cạnh đó, đối với những người trẻ tuổi hiện nay, việc tặng quà không chỉ mang ý nghĩa tặng nhau một món quà vật chất, mà họ muốn gửi gắm những tình cảm của mình đến người nhận, những món quà handmade đã thể hiện rất tốt vai trò của mình. Thêm vào đó, có nhiều bạn trẻ muốn tự mình làm ra những sản phẩm handmade nhưng lại không đủ khả năng, điều này tạo

cơ hội cho những lớp dạy làm đồ handmade ra đời. Nhóm khách hàng này thường quan tâm đến những khía cạnh sau đây của sản phẩm và dịch vụ handmade:

- Chất lượng của sản phẩm: đối với những sản phẩm handmade, khách hàng yêu cầu sự tỉ mỉ, cẩn thận đến từng chi tiết.

- Tính đa dạng của sản phẩm: hệ thống sản phẩm của Shop vô cùng đa dạng, các sản phẩm này mang đậm phong cách truyền thống của người Việt kết hợp với nét hiện đại của nền văn hóa ngày nay. Đồng thời Shop cũng đảm nhận thiết kế các sản phẩm theo đơn đặt hàng của khách.

- Khả năng dễ dàng tiếp cận đối với dịch vụ: Fanpage của Shop được thiết kế với kết cấu dễ hiểu, thông tin đa dạng, hướng dẫn đơn giản, tạo điều kiện tối đa cho khách hàng trong việc tìm kiếm thông tin về sản phẩm cũng như thanh toán.

- Khả năng chuyển hàng với thời gian chuyển nhanh, giá cả hợp lý so với dịch vụ chuyển phát của các hãng vận chuyển khác.

- Các dịch vụ đáp ứng tốt những yêu cầu của khách hàng, tạo môi trường giao lưu thân thiện.

1.1.3. Phân tích đối thủ cạnh tranh

Hiện nay, thị trường bán đồ handmade là một thị trường vô cùng tiềm năng và mang đến nhiều cơ hội cho những bạn trẻ năng động thích kinh doanh. Có thể nói kinh doanh đồ handmade đang trở thành trào lưu của giới trẻ Việt Nam. Đối tượng đứng ra mở shop thường là sinh viên, những người đam mê với những sản phẩm tự làm bằng tay sáng tạo và cá tính. Kinh doanh đồ handmade không cần vốn quá lớn như các loại hình kinh doanh khác, điều quan trọng là bạn phải có sự sáng tạo, sự tỉ mỉ, khéo léo và đặc biệt là niềm đam mê đối với những sản phẩm mình làm ra. Nhu cầu của người tiêu dùng ngày càng tăng, đặc biệt là đối với giới trẻ và khách du lịch nước ngoài. Những điều này đã thúc đẩy việc kinh doanh đồ handmade. Có thể dễ dàng bắt gặp những cửa hàng bán đồ handmade mọc lên như nấm dọc các tuyến phố cổ hay đâu đó ngay trong lòng Thủ đô Hà Nội với đầy đủ và đa dạng các loại hình sản phẩm. Tuy nhiên, trên thị trường bán đồ handmade sôi động như thế, không phải bất cứ cửa hàng nào cũng sản xuất và bày bán những sản phẩm thủ công mang đậm dấu ấn và nét văn hóa Việt. Những sản phẩm xuất hiện trên thị trường handmade hiện nay chủ yếu là

những sản phẩm chạy theo một trào lưu nào đó xuất phát từ phim ảnh, hay được lăng xê bởi một thần tượng mà giới trẻ yêu thích. Dựa vào điều này, những chủ cửa hàng handmade đã nhanh chóng nắm bắt lấy cơ hội, làm ra những sản phẩm đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của giới trẻ hiện thời. Nhưng thực tế đã cho thấy, những trào lưu đó nhanh chóng chìm lắng dần rồi biến mất, nó không để lại bất cứ một dấu ấn đặc biệt nào.

Đối thủ cạnh tranh của HUMG_Handmade shop không chỉ là những shop bán đồ handmade dành cho học sinh, sinh viên xuất hiện đầy rẫy trên thị trường hiện nay mà còn có cả những cửa hàng, những doanh nghiệp sản xuất đồ handmade cao cấp – những sản phẩm được làm ra từ bàn tay của những nghệ nhân cống hiến hết mình vì nghệ thuật mà bỏ qua chữ lợi nhuận.

* Điểm mạnh và yếu của đối thủ cạnh tranh

- Các shop đồ handmade chủ yếu phục vụ nhu cầu của giới trẻ

+ Ưu điểm: Nắm bắt nhanh chóng trào lưu của giới trẻ để đáp ứng kịp thời, sản phẩm độc đáo, sáng tạo, kiểu dáng và màu sắc sản phẩm đa dạng, giá cả phù hợp với học sinh, sinh viên.

+ Nhược điểm: Sản phẩm nhanh chóng bị lỗi một khi các trào lưu qua đi, điều này khiến cho các sản phẩm không gây được ấn tượng mạnh đối với khách hàng. Vì sản xuất quá nhiều có thể dẫn đến giảm tính nghệ thuật và chất lượng của sản phẩm.

- Các doanh nghiệp sản xuất đồ handmade cao cấp

+ Ưu điểm: Các sản phẩm làm ra thường có giá trị nghệ thuật lớn, sản xuất duy nhất một mẫu mã đối với một sản phẩm đáp ứng yêu cầu của những người yêu thích sự độc đáo và lạ. Chất lượng sản phẩm cao.

+ Nhược điểm: Giá thành sản phẩm cao, chỉ phục vụ chủ yếu cho những người có thu nhập cao.

Với định hướng sản phẩm kết hợp những giá trị truyền thống và nét mới lạ hiện đại, HUMG_Handmade shop hi vọng sẽ tạo được chỗ đứng vững chắc của mình trên thị trường đồ handmade hiện nay.

1.2. Xác định nhu cầu thị trường và sản phẩm kinh doanh

1.2.1. Xác định nhu cầu thị trường

Xu hướng tiêu dùng đồ Handmade đã nở rộ và sẽ ngày càng phát triển hơn nữa trong tương lai. Con người ngày càng cảm thấy nhàm chán với những món đồ mang tính rập khuôn và sản xuất đại trà, đặc biệt là khi đời sống ngày càng được nâng cao thì nhu cầu hưởng thụ cuộc sống mới lạ và gần gũi từ những sản phẩm Handmade mang cá tính riêng là điều tất yếu diễn ra. Đối với giới trẻ nói chung, học sinh sinh viên nói riêng thì nhu cầu về các sản phẩm Handmade ngày càng tăng bởi vừa có mức giá phù hợp, vừa mang tính sáng tạo, phù hợp với độ tuổi ...

Để bắt đầu ý thực hiện ý tưởng khởi nghiệp kinh doanh các sản phẩm Handmade, nhóm khởi nghiệp đã tiến hành khảo sát 200 bạn sinh viên của Trường để tìm hiểu về nhu cầu mua các sản phẩm Handmade. Kết quả khảo sát như sau:

Bảng 1. Kết quả khảo sát nhu cầu về sản phẩm Handmade

1	Số bạn có nhu cầu mua và sử dụng các sản phẩm Handmade	180
2	Số bạn đồng ý chi trả cho 1 sản phẩm Handmade ở mức giá nhỏ hơn 50K	120
3	Số bạn đồng ý chi trả cho 1 sản phẩm Handmade ở mức giá: 50 - 80 K	80
4	Số bạn đồng ý chi trả cho 1 sản phẩm Handmade ở mức giá 80 - 100K	102

* Xác định quy mô thị trường

Từ kết quả khảo sát ở trên, nhóm thực hiện phân tích quy mô thị trường về sản phẩm Handmade của học sinh, sinh viên khu vực Bắc Từ Liêm. Kết quả được thể hiện trong bảng 2

Bảng 2. Quy mô thị trường dự kiến

TT	Diễn giải	Chỉ tiêu	Số HS, SV bình quân	Quy mô dự kiến
1	Quy mô thị trường			84.000

	Số trường đại học, cao đẳng	10	8.000	80.000
	Số trường THPT	4	1.000	4.000
2	6 tháng đầu			
	Số khách hàng biết đến Fanpage	30%		25.200
	Số khách hàng tìm hiểu và có nhu cầu mua sản phẩm từ Fanpage	10%		2.520
3	Số khách đặt mua sản phẩm 6 tháng đầu	20%		504
4	6 tháng tiếp theo dự kiến số khách đặt mua tăng thêm	25%		126
5	Tổng đơn hàng trong năm đầu tiên			630
6	Đơn hàng bình quân tháng			53

1.2.2. Xác định sản phẩm kinh doanh

Từ kết quả khảo sát kết hợp với phân tích xu hướng, thị hiếu của các bạn học sinh sinh viên hiện nay về các sản phẩm Handmade, nhóm đã bước đầu lựa chọn được 6 nhóm loại sản phẩm Handmade để kinh doanh. Các nhóm sản phẩm này bao gồm:

+ **Sản phẩm hoa** làm từ nhiều chất liệu khác nhau để phù hợp cho mục đích sử dụng như : từ giấy, vải voan, hoa đá .. (tự làm)

+ **Móc khóa handmade:** làm từ vải dạ nỉ, có nhiều kiểu dáng và mẫu mã cho khách hàng lựa chọn (tự làm)

+ **Thiệp handmade:** thiệp chúc mừng sinh nhật, thiệp mừng năm mới và các ngày lễ, tết ...đủ kích cỡ và màu sắc đem đến nhiều lựa chọn cho khách hàng (tự làm).

+ **Các loại trang sức, phụ kiện handmade:** vòng tay chỉ màu các với họa tiết thổ cẩm, màu sắc rực rỡ; vòng tay hạt gỗ nhiều màu; vòng tay da nạm đính, dây lưng hạt gỗ...(hưởng hoa hồng)

+ **Móc khóa handmade:** làm từ vải dạ nỉ, có nhiều kiểu dáng và mẫu mã cho khách hàng lựa chọn (hưởng hoa hồng).

+ **Sổ tay handmade:** sổ gáy xoắn mang phong cách vintage, bìa sổ thiết kế trang nhã, chất liệu giấy dày và đẹp (hưởng hoa hồng)

CHƯƠNG 2. XÂY DỰNG DỰ ÁN KINH DOANH CÁC SẢN PHẨM HANDMADE

2.1. Tổng quan về dự án

*** Mục tiêu của dự án**

Cung cấp các sản phẩm Handmade (Handmade) mang tính độc đáo, mới lạ, phù hợp với thị hiếu của tầng lớp học sinh, sinh viên, thay đổi linh hoạt theo từng thời điểm trong năm với mức giá phù hợp với các đối tượng là học sinh, sinh viên trên địa bàn quận Bắc Từ Liêm

*** Tên giao dịch: HUMG Handmade Shop**

*** Phương thức kinh doanh:**

- Giai đoạn 1: Kinh doanh trên Facebook
- Giai đoạn 2: Kinh doanh bằng Fb + Website thương mại điện tử + Gian hàng trên Sàn giao dịch TMĐT (Lazada hoặc Tiki)

*** Các giai đoạn của dự án**

Giai đoạn 1: Giai đoạn thăm dò thị trường, xây dựng thương hiệu và vận hành mô hình kinh doanh trực tuyến trên mạng xã hội (2 năm đầu)

Giai đoạn 2: Mở rộng thị trường, đa dạng hóa sản phẩm, đa dạng hóa đối tượng khách hàng

2.2. Thuyết minh chi tiết dự án

2.2.1. Đối tượng, phân khúc khách hàng

Khách hàng mà dự án hướng đến là các đối tượng sinh viên, học sinh các trường khu vực **Bắc Từ Liêm**. Đây là các đối tượng thường xuyên có nhu cầu tặng quà vào các dịp lễ trong năm, là các đối tượng thường xuyên sử dụng Internet và mạng xã hội, các đối tượng cùng độ tuổi với nhóm thực hiện dự án.

2.2.2. Mô hình kinh doanh

*** Nhóm sản phẩm thiết kế theo yêu cầu riêng**

- **Quy trình:** Khách hàng cung cấp ý tưởng (qua Fanpage) → Shop tự thiết kế theo yêu cầu → Khách hàng duyệt mẫu → Đặt hàng

- Nhân lực thực hiện: nhóm tự làm

*** Nhóm sản phẩm có sẵn do nhóm tự làm trước**

- **Quy trình:** Đưa các sản phẩm mẫu do nhóm tự làm sẵn lên Fanpage (Thông tin về SP, Giá ...) → Khách hàng lựa chọn → Đặt hàng

- Nhân lực thực hiện: nhóm tự làm

*** Nhóm sản phẩm nhập từ các Shop kinh doanh hàng handmade có sẵn**

- **Quy trình:** Đưa các sản phẩm lên Fanpage (Thông tin về SP, Giá ...) → Khách hàng lựa chọn → Đặt hàng → Tìm nguồn hàng → Giao hàng

- Nguồn hàng: Order từ các Shop kinh doanh hàng handmade có sẵn

*** Nhóm sản phẩm các thành viên tự làm, tự trao đổi với nhau**

- Các cá nhân có thể tự do đăng sản phẩm lên Fb, kiểm duyệt và đăng bán

+ Nhóm sản phẩm miễn phí: do học sinh, sinh viên tự làm (giai đoạn 1) nhằm quảng bá, tăng Ranking cho Fb của Shop (giai đoạn đầu)

+ Nhóm sản phẩm thu phí: các đối tượng khác (giai đoạn 2)

2.3. Kế hoạch Marketing

2.3.1. Chiến lược Marketing

Chiến lược phân khúc thị trường của Shop đó là theo lối sống mục đích của việc sử dụng sản phẩm như sự đam mê. Chiến lược mục tiêu của Shop là thị trường phân biệt, nhắm đến giới trẻ là học sinh - sinh viên cả nam và nữ.

Hiện nay có rất nhiều sản phẩm, do cạnh tranh khốc liệt trên thị trường phải tìm đến sự khác biệt ở giá thành. Giá thành càng thấp càng hút khách hàng. HUMG_Handmade đã phải tìm mọi cách để giảm tối đa chi phí và giảm giá bán. Điều này dẫn tới giảm lợi nhuận của doanh nghiệp. Nhưng trong kinh doanh handmade, nếu như đang sở hữu những sản phẩm độc đáo, sáng tạo, có chất riêng thì không có lý do gì để không thể định giá sản phẩm tối đa. HUMG_Handmade luôn cố gắng biến yếu tố độc đáo, sáng tạo từ những sản phẩm của mình thành sự khác biệt khi làm marketing.

Trong khi có rất nhiều doanh nghiệp sản xuất đồ handmade với các sản phẩm có giá trị sử dụng giống như của HUMG_Handmade. Để tạo ra được sự khác biệt, HUMG_Handmade luôn cố gắng đưa ra các ý tưởng mới lạ, độc đáo giúp làm tăng sức hấp dẫn từ những sản phẩm của mình như việc thiết kế ra những bao gói hay hộp đựng xinh xắn, đính kèm một thẻ tag với lời chúc ý nghĩa, một logo sáng tạo hay một poster ấn tượng. Việc này đã góp phần rất lớn trong việc tạo ra sự khác biệt giữa sản phẩm của HUMG_Handmade với các sản phẩm từ các doanh nghiệp khác.

2.3.2. Xây dựng chương trình Marketing

a. Sản phẩm.

* Thuộc tính của các sản phẩm.

Các sản phẩm quà lưu niệm handmade của Shop bền, đẹp. Ngoài ra còn mang tính sáng tạo và độc đáo. Sản phẩm handmade cũng rất tiện lợi và dễ dàng sử dụng cũng như là bảo quản.

Khi khách hàng mua sản phẩm sẽ được đựng trong những bao bì do chính Shop làm bằng giấy rất thân thiện với môi trường, dễ tái chế và trên bao bì có in tên Shop nhằm quảng bá cho sản phẩm của Shop.

MỘT SỐ SẢN PHẨM CHỦ YẾU CỦA SHOP















* Dịch vụ hỗ trợ.

Để có thể làm tăng giá trị cho sản phẩm cũng như nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng Shop cung cấp thêm các dịch vụ hỗ trợ như tặng quà theo yêu cầu của khách hàng khi mua hàng ở Shop, với hóa đơn trên 200.000đ Shop sẽ giao hàng miễn phí trong bán kính 5km, nếu xa hơn thì phải tính phí. Hỗ trợ khách hàng tự tay làm quà lưu niệm, tư vấn khách hàng chọn sản phẩm phù hợp, cách thức làm và tạo cho khách hàng sự tự do sáng tạo trong những món quà của riêng họ.

b. Định giá sản phẩm.

Mục tiêu định giá những sản phẩm quà lưu niệm handmade của Shop là dựa vào giá trị cảm nhận của khách hàng. Những mặt hàng lưu niệm ở Shop đều rất lạ và độc đáo do đó giá trị cảm nhận từ món quà sẽ được nâng lên. Bên cạnh việc định giá dựa vào sự cảm nhận thì còn phụ thuộc vào chi phí lao động, đây là yếu tố cũng quyết định rất lớn đến giá cả của một sản phẩm lưu niệm handmade. Còn có thêm các chi phí nguyên vật liệu, chi phí cạnh tranh, chi phí quản lý và lợi nhuận dự kiến.

Bảng 3. Giá bán dự kiến các sản phẩm Handmade của Shop

TT	Sản phẩm	Giá bán (đồng)
1	Hoa giấy các loại	80.000
2	Móc treo	30.000
3	Thiệp	15.000
4	Các sản phẩm mua ngoài	50.000
	Cộng	

Nhìn chung giá cả của những sản phẩm lưu niệm handmade tại Shop tương đối không đắt hơn những sản phẩm của đối thủ cạnh tranh mà lại còn mang tính sáng tạo và độc đáo. Ví dụ như bạn vào cửa hàng lưu niệm mua móc điện thoại thì giá khoảng 25.000đ trở lên, còn nếu là những mặt hàng vải nỉ mềm mại thì rẻ nhất cũng là 30.000đ, thế nhưng lại không có những màu sắc hay hình dáng như bạn mong muốn hay lại không mang lại sự độc đáo.

c. Phân phối sản phẩm.

Shop phân phối sản phẩm trực tiếp đến khách hàng không thông qua bất cứ trung gian bán hàng nào hết. Khách hàng đến trực tiếp Shop, khách hàng có thể lựa chọn những sản phẩm, mẫu mã trưng bày ở Shop để mua, hoặc khách hàng có thể đặt hàng theo đúng sở thích, ý muốn và nhân viên sẽ làm và hẹn ngày đến giao sản phẩm, đối với các sản phẩm đơn giản khách hàng có thể đợi lấy liền. Ngoài ra, khách hàng có thể yêu cầu nhân viên của Shop hướng dẫn cách làm một món quà lưu niệm mà khách hàng thích.

Ngoài ra các bạn cũng có thể đặt hàng trên Fanpage của Shop tại địa chỉ: [Humg_handmade](#)



Trên trang Fanpage của Shop có rất nhiều hình ảnh, mẫu mã sản phẩm khách hàng rất dễ dàng lựa chọn. Hoặc nếu làm theo yêu cầu các bạn có thể gửi mail đến địa chỉ humg_hanmade@gmail.com, các bạn cứ viết món quà muốn đặt làm hình thức và mẫu mã như thế nào các bạn miêu tả cụ thể, nếu có hình ảnh càng tốt. Phương thức thanh toán là qua tài khoản ngân hàng và thanh toán trực tiếp tại Shop hay khi bạn yêu cầu giao hàng.

d. Xúc tiến.

Hoạt động quảng cáo cũng chủ yếu hướng tới giới trẻ nên phương thức quảng cáo tiếp cận thị trường cũng phải rất trẻ trung bằng các phương tiện mà giới trẻ hay sử dụng như là quảng cáo trên Internet. Tuy vậy theo đặc tính của người Việt Nam thì quảng cáo ở đâu, bằng phương tiện hiện đại như thế nào đi chăng nữa thì phương thức quảng

cáo hiệu quả nhất vẫn là theo phương thức “truyền miệng”, tức là người này dùng sản phẩm của Shop rồi sẽ nói cho nhau biết. Vì vậy ấn tượng ban đầu hết sức quan trọng.

* Mục đích quảng cáo.

Do Shop mới thành lập và những sản phẩm cũng khá mới mẻ và lạ mắt nên việc quảng cáo chỉ nhằm mục đích thông tin đến các khách hàng, từ đó thu hút sự tò mò đặc biệt là các bạn giới trẻ đam mê sự sáng tạo để tìm đến những món quà lưu niệm handmade của Shop.

* Phương thức truyền thông.

Phát tờ rơi tại các trường THCS, THPT, đại học, cao đẳng đây cũng chính là nhóm khách hàng mục tiêu của Shop. Tạo Fanpage riêng cho Shop để giới thiệu sản phẩm, tạo các Video để quảng cáo sản phẩm trên Youtube. Giới thiệu sản phẩm qua các trang web bán hàng trực tiếp qua mạng có uy tín như vatgia.com, nhommua.com, muachung.com, enbac.com.

Đăng các quảng cáo trên các báo, tạp chí về lứa tuổi học sinh - sinh viên. Ngoài ra làm cộng tác viên với các báo, viết các bài hướng dẫn làm quà lưu niệm hay những vật dụng trang trí handmade đơn giản với những nguyên vật liệu dễ kiếm, cuối mỗi bài viết sẽ có vài dòng giới thiệu về Shop cũng như phương thức liên hệ. Như vậy sẽ giúp người mua thêm sự lựa chọn, họ có thể quyết định tự làm hay liên hệ với Shop để mua sản phẩm. Cách này không phải làm lộ bí quyết và làm giảm khách hàng mà làm cho người mua cảm thấy mình có nhiều sự lựa chọn và thoải mái với chính điều đó, đồng thời cũng hài lòng với sự chia sẻ ý tưởng từ chủ Shop, từ đó gia tăng hảo ý, thiện cảm và cảm thấy thân thiện với Shop. Còn Shop bước đầu đã thành công trong việc gây chú ý và tạo thương hiệu sản phẩm.

* Thông điệp của quảng cáo.

Qua sự độc đáo và sáng tạo của món quà chắc chắn người mua sẽ gửi gắm hết tình cảm vào món quà và người nhận quà sẽ cảm nhận được hết giá trị tinh thần mà món quà đem lại.

* Quan hệ công chúng.

Tổ chức cuộc gặp mặt hàng tháng dành cho những người yêu thích và muốn tìm hiểu cách làm các sản phẩm handmade. Chia sẻ kinh nghiệm làm các sản phẩm handmade cũng như phát triển các ý tưởng, các loại hình sản phẩm khác nhau, đa dạng hơn.

Công ty cũng tham gia các hội chợ triển lãm dành cho đồ lưu niệm handmade. Thông qua những hội chợ triển lãm Shop sẽ giới thiệu được các loại hình sản phẩm đến khách hàng, đưa thương hiệu của Shop gần gũi hơn với công chúng.

* Hình thức Marketing trực tiếp.

Gửi thông báo đến khách hàng thông qua thư điện tử. Những khách hàng gửi thư điện tử đến Shop đặt hàng thì địa chỉ mail đó sẽ được lưu lại và Shop sẽ gửi những thông tin về sản phẩm mới hay những chương trình khuyến mãi của Shop.

Khách hàng có thể gọi điện thoại trực tiếp đến đặt hàng tại Shop.

Lấy ý kiến trực tiếp của khách hàng khi khách đến mua hàng của Shop.

2.3.3. Các công cụ Marketing

Giai đoạn đầu:

+ Facebook Ads: sử dụng các công cụ quảng cáo tích hợp sẵn trong Fb như: Stories Ads; Facebook Ads Manager: để tạo chiến dịch quảng cáo chuyên sâu theo độ tuổi, theo vị trí địa lý, theo giới tính; Share Page cho bạn bè, người quen ...

+ Forum Seeding: đưa thông tin về sản phẩm lên các diễn đàn sinh viên các Trường Đại học trong khu vực, các diễn đàn về giới trẻ, diễn đàn trao đổi các sản phẩm Handmade ...

+ Email Marketing: nhắm đến đối tượng sinh viên

Giai đoạn 2

+ SEO Web + Google Ads

+ Quảng cáo cho gian hàng bằng các công cụ quảng cáo tích hợp trên các Sàn TMĐT

2.4. Doanh thu, chi phí, lợi nhuận dự kiến

2.4.1. Doanh thu dự kiến

Bảng 4. Doanh thu dự kiến năm thứ nhất

TT	Sản phẩm	Tỷ trọng đơn hàng (%)	Số lượng đơn hàng	Giá bán (đồng)	Doanh thu năm (đồng)
1	Hoa giấy các loại	40	328	80.000	26.208.000
2	Móc treo	20	164	30.000	4.914.000
3	Thiệp	30	246	15.000	3.685.500
4	Các sản phẩm mua ngoài	10	82	50.000	4.095.000
	Cộng		819		38.902.500

2.4.2. Dự kiến chi phí

a. Chi phí đầu tư ban đầu

Bảng 5. Chi phí vốn đầu tư

Chi phí vốn đầu tư ban đầu	15.000.000
Mua công cụ, dụng cụ	3.500.000
Mua nguyên vật liệu	6.000.000
Chi phí quảng cáo 1 lần ban đầu (Online + Offline)	2.000.000
Chi phí học Marketing Online	3.500.000

Vậy tổng vốn đầu tư cần huy động giai đoạn 1: 15.000.000 đồng

b. Chi phí năm thứ nhất

Bảng 6. Dự kiến chi phí năm thứ nhất

Chi phí năm thứ nhất	Thành tiền
1. Chi phí mua nguyên vật liệu (Chi phí bình quân: 15 k/sp)	12.285.000
2. Chi phí quảng cáo tăng cường (quảng cáo theo chiến dịch vào các ngày lễ)	4.000.000
3. Chi phí giao hàng	4.095.000
4. Chi phí khác	2.000.000
Cộng chi phí	22.380.000

2.4.3. Lợi nhuận năm thứ nhất dự kiến**Lợi nhuận: 38.902.500 - 22.380.000 = 16.522.500 đồng**

KẾT LUẬN

Với các chính sách khuyến khích khởi nghiệp của Chính phủ như hiện nay, đặc biệt Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025” tại Quyết định số 1665/QĐ-TTg ngày 30/10/2017. Đề án nhằm thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp của học sinh, sinh viên và trang bị kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp cho học sinh, sinh viên trong thời gian học tập tại các nhà trường. Tạo môi trường thuận lợi để hỗ trợ học sinh, sinh viên hình thành và hiện thực hóa các ý tưởng, dự án khởi nghiệp, góp phần tạo việc làm cho học sinh, sinh viên sau khi tốt nghiệp.

Với dự án "Xây dựng dự án khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến: Dự án kinh doanh trực tuyến các sản phẩm handmade cho sinh viên Trường Đại học Mở - Địa chất", nhóm nghiên cứu mong muốn qua dự án này từng bước tích lũy các kinh nghiệm xây dựng, quản lý và vận hành một dự án kinh doanh trực tuyến để làm nền tảng cho các dự án tiếp theo

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Trung Đức (2018), Facebook marketing từ A đến Z. NXB Hồng Đức
- [2] Nguyễn Thu Thủy (2015). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới tiềm năng khởi sự của sinh viên đại học. Luận án tiến sĩ, chuyên ngành Quản trị kinh doanh, Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- [3] Phan Anh Tú, Giang Thị Cẩm Tiên (2015), “ Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp: Trường hợp sinh viên khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh Trường Đại học Cần Thơ”, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 38(2015), tr.59-66.