

CUỘC THI

“Ý TƯỞNG KINH DOANH – BUSINESS IDEAS 2019”

**DỰ ÁN KINH DOANH APP “TOURSELF”**  
**SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ THIẾT KẾ HÀNH TRÌNH DU LỊCH**



TOURSELF

GO ANYWHERE YOU WANT

CÁ NHÂN THỰC HIỆN: Phạm Hòa Nhi

ĐƠN VỊ: Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn

Khoa Quản trị kinh doanh

Ngành Thương mại quốc tế

LỚP: 18DTM

SĐT: 0764661684

EMAIL: nhipham257@gmail.com

TP.HCM – THÁNG 4/2019

CUỘC THI  
“Ý TƯỞNG KINH DOANH – BUSINESS IDEAS 2019”

**DỰ ÁN KINH DOANH APP “TOURSELF”**  
**SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ THIẾT KẾ HÀNH TRÌNH DU LỊCH**



TOURSELF

GO ANYWHERE YOU WANT

CÁ NHÂN THỰC HIỆN: Phạm Hòa Nhi

ĐƠN VỊ: Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn

Khoa Quản trị kinh doanh

Ngành Thương mại quốc tế

LỚP: 18DTM

SĐT: 0764661684

EMAIL: nhipham257@gmail.com

TP.HCM – THÁNG 4/2019

## Mục lục

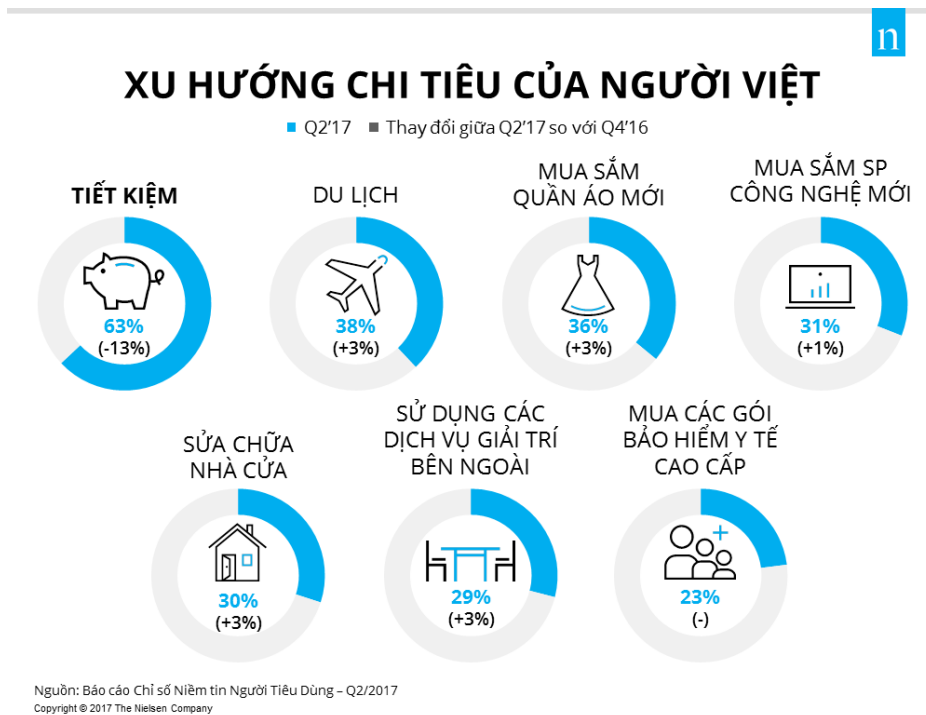
<b>I. TÓM TẮT Ý TƯỞNG .....</b>	<b>1</b>
<b>I.1. Lý do chọn ý tưởng kinh doanh “Toursell” .....</b>	<b>1</b>
<b>I.2. Tóm tắt tính mới, sự khác biệt so với các ý tưởng trước đó.....</b>	<b>6</b>
<b>I.3. Thị trường tiềm năng cho ý tưởng kinh doanh đề xuất và đối thủ tiềm năng ..</b>	<b>9</b>
<i>I.3.1. Phân khúc thị trường mà dự án muốn nhắm đến .....</i>	<i>9</i>
<i>I.3.2. Đối thủ tiềm năng trong lĩnh vực ứng dụng công nghệ về du lịch ở Việt Nam: ..</i>	<i>10</i>
<b>II. LẬP KẾ HOẠCH CHO DỰ ÁN .....</b>	<b>11</b>
<b>II.1. Kế hoạch Sản xuất .....</b>	<b>11</b>
<i>II.1.1. Các giai đoạn kinh doanh .....</i>	<i>11</i>
<i>II.1.2. Rủi ro của dự án .....</i>	<i>12</i>
<b>II.2. Kế hoạch Marketing .....</b>	<b>13</b>
<b>II.3. Kế hoạch Tài chính .....</b>	<b>15</b>
<i>II.3.1. Dự báo chi phí .....</i>	<i>15</i>
<i>II.3.2. Dự báo vốn .....</i>	<i>16</i>
<i>II.3.3. Dự báo doanh thu .....</i>	<i>17</i>
<b>II.4. Kế hoạch Nhân sự .....</b>	<b>18</b>
<i>II.4.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức công ty .....</i>	<i>18</i>
<i>II.4.2. Cấu trúc công ty, đội ngũ nhân viên.....</i>	<i>19</i>
<b>III. KẾT LUẬN .....</b>	<b>20</b>

## I. TÓM TẮT Ý TƯỞNG

“*Tourself*” là 1 ứng dụng công nghệ giúp khách hàng tự thiết kế hành trình du lịch cho mình với nhiều tính năng khác đi kèm như tìm tourguide bản xứ, các hoạt động tình nguyện địa phương, trải nghiệm văn hóa, ẩm thực địa phương...

### I.1. Lý do chọn ý tưởng kinh doanh “*Tourself*”

Cuộc sống ngày càng hiện đại, con người càng có xu hướng tận hưởng cuộc sống của mình. Một trong những cách phổ biến nhất chính là du lịch, khám phá những miền đất mới trên khắp thế giới cùng với bạn bè, người thân hay thậm chí là đi một mình. Theo như các chỉ số dưới đây về xu hướng chi tiêu của người Việt vào quý 2/2017 so với quý 4/2016 thì, du lịch là một trong những ngành có chỉ số tăng cao, chiếm tới 38%, chỉ sau việc tiết kiệm. Song tiết kiệm lại giảm còn du lịch tăng. Cuộc sống của người Việt Nam ta gần đây mới có sự tiến bộ và phát triển, hướng gì các nước phát triển, du lịch chắc hẳn sẽ còn tăng cao.

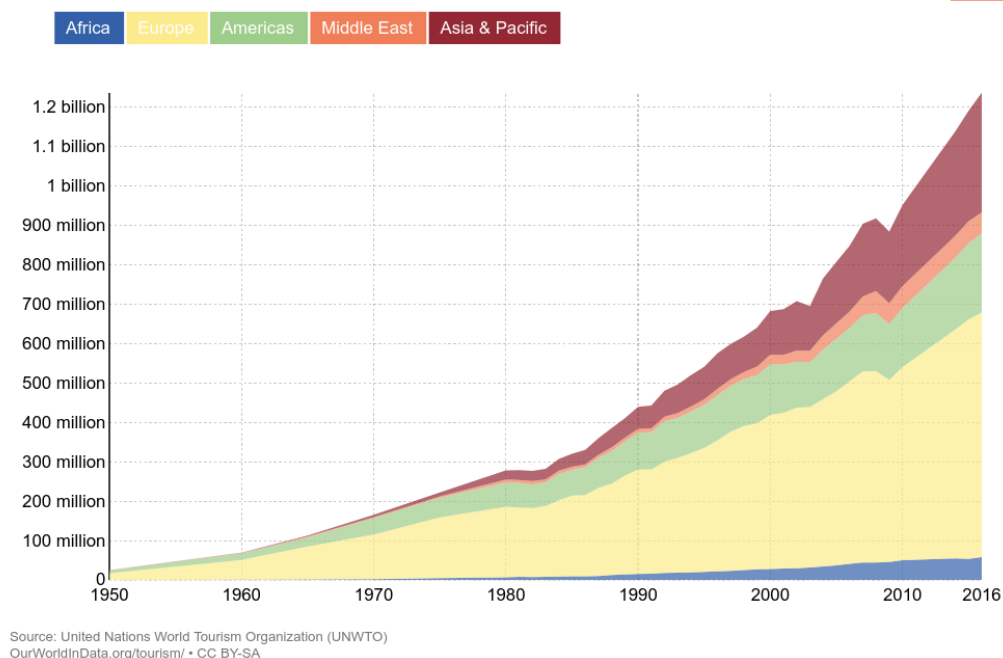


Để làm rõ hơn luận điểm điểm trên thì theo thống kê của Tổ chức Du lịch thế giới, năm 2017, số lượng khách du lịch trên thế giới tăng 7%, cao nhất trong vòng 7 năm qua. Con số này trong năm 2018 dự báo tăng từ 4%-5%. Du lịch tiếp tục tăng trưởng trên toàn cầu. Dự kiến năm 2020, tổng lượt khách du lịch là 1,4 tỉ lượt. Cũng không ngạc nhiên khi du lịch

được xem là xu hướng đã, đang và sẽ thịnh hành hơn nữa trong tương lai, du lịch là ngành được đón đầu trong mọi lĩnh vực, là xu hướng nghề nghiệp hiện nay. Đó chính là lý do tôi chọn đề tài du lịch để khởi nghiệp.

### International tourist arrivals by world region

OurWorld  
in Data



#### *Biểu đồ thể hiện sự tăng nhanh lượt khách du lịch trên thế giới*

Trên thực tế, sức nóng của ngành du lịch chưa hề có dấu hiệu suy giảm trên toàn thế giới. Khách du lịch ở hầu hết các nước, doanh thu từ ngành du lịch đều tăng lên, các công ty du lịch mở ra rất nhiều.

Trên nền tảng lĩnh vực du lịch cũng như cơ hội mở ra của ngành, cơ sở để tôi hình thành nên ý tưởng này chính là xu hướng du lịch trong tương lai và sự phát triển vượt bậc của ngành du lịch. Đây cũng chính là *tính khả thi, rõ ràng* của dự án:

1) Theo thời báo *TheLeader – Diễn đàn của các nhà quản trị* cho biết các chuyên gia dự báo có 3 xu hướng du lịch thịnh hành trong tương lai:

- Thứ nhất là xu hướng số hóa, con người sử dụng công nghệ trong hầu hết các hoạt động sống, từ việc tìm kiếm thông tin trên Google, kết nối với bạn bè, mua vé điện tử... Hiện nay, cách thức du lịch đã thay đổi khi tới 81% khách du lịch xem các đánh giá trước

khi nghiên cứu về một chuyến đi, 46% đặt các chuyến nghỉ dưỡng trên điện thoại thông minh và khoảng 150 lượt tìm kiếm, lướt web trước khi hoàn thành quy trình đặt.

- Thứ hai là cách thức chi tiền của khách du lịch khác nhau. Họ cũng sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho các dịch vụ, tiện ích tốt hơn. Đại diện BCG cho biết: “Những người đặt dịch vụ để trải nghiệm thường tự phát. Trong du lịch, 38% hoạt động được đặt trong hai ngày cuối trước chuyến đi do ảnh hưởng từ lịch trình, thời tiết”.

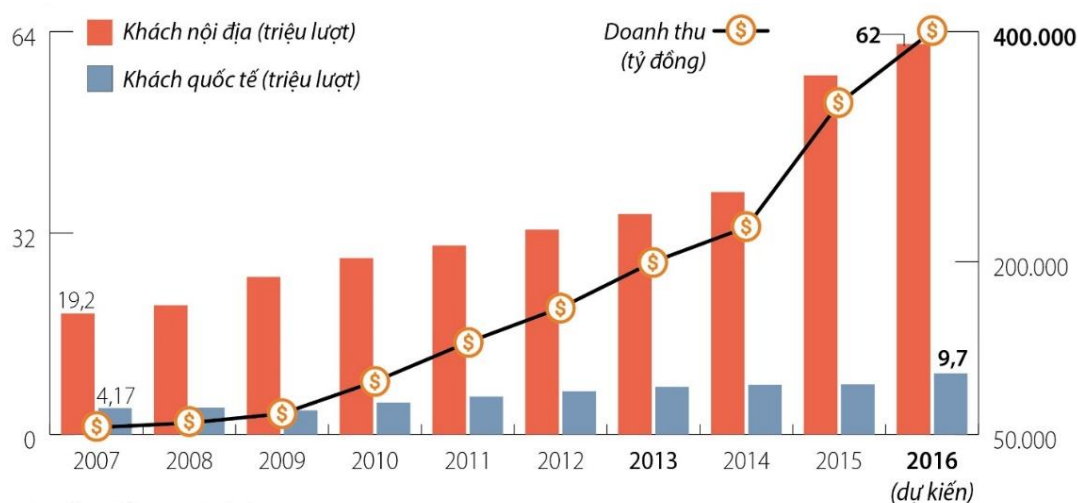
- Thứ ba là trải nghiệm khách hàng tìm kiếm. Theo đại diện BCG, khách du lịch ngày càng tìm kiếm sự chân thực và tính bản địa, thích trải nghiệm văn hóa, trải nghiệm thiên nhiên, thưởng thức ẩm thực. 2/3 số người trả lời khảo sát của BCG đồng ý rằng "Khi đi du lịch, điều quan trọng nhất là trải nghiệm văn hóa đích thực của nơi đó”.



Ngoài ra, du lịch tự túc cũng là một xu hướng rất phổ biến hiện nay, nhất là đối với các bạn trẻ năng động. Bởi chi phí rẻ hơn, hành trình thoải mái, ít gò bó về thời gian, họ sẽ được trải nghiệm tự do hơn ở những nơi họ thích, sự phát triển của công nghệ cũng giúp cho du lịch tự túc dễ dàng hơn.

“*Tourself*” chính là chìa khóa để giải quyết các bài toán khó trên. Đây là 1 ứng dụng công nghệ cho phép khách hàng tự thiết kế hành trình của mình chỉ với một cái click chuột hay cảm ứng màn hình. Nếu bạn thích đi du lịch tự túc, bạn thích những kế hoạch bất chợt với bạn bè, bạn thích được trải nghiệm những gì bản địa nhất, bạn thích được hòa mình với cuộc sống người dân hoặc ngược lại trải nghiệm những công trình tiên tiến nơi đó, bạn sợ sự thay đổi lịch trình do thời tiết, công việc... “*Tourself*” sẽ là một lựa chọn hoàn hảo.

2) Trong những năm qua, du lịch được xem là ngành “công nghiệp không khói” mang đến doanh thu khổng lồ cho nước ta. Trong vòng chưa tới 10 năm kể từ khi gia nhập WTO năm 2007: Doanh thu ngành du lịch nước ta tăng nhanh từ mức 56.000 tỷ đồng (2007) lên hơn 400.000 tỷ đồng (2016); Tổng lượng khách du lịch ở Việt Nam cũng tăng từ 23,4 triệu lượt lên 71,7 triệu lượt (2007-2016). Trong đó, khách nội địa tăng từ 19,2 triệu lượt (2007) lên 62 triệu lượt (2016), tăng hơn 3 lần; khách quốc tế tăng từ 4,17 triệu lượt (2007) lên 9,7 triệu lượt (2016), tăng hơn 2 lần. Lượt khách quốc tế đến Việt Nam theo giá trị tuyệt đối tăng nhưng còn chiếm tỉ trọng ít vừa cho thấy thực trạng yếu kém ngành du lịch nước ta hiện nay, vừa cho thấy cơ hội cho sự phát triển du lịch mai sau.



Nguồn: Tổng cục Du lịch.

<http://infographics.vn>



*Biểu đồ thể hiện sự phát triển của du lịch Việt Nam*

Trong tương lai, ngành này sẽ còn phát triển hơn nữa. Không công ty nào lại muốn bỏ qua cơ hội lớn này. Giai đoạn đầu phát triển sản phẩm, “Toursself” sẽ mở rộng thị trường ở Việt Nam. Mục tiêu là tăng trưởng lượng khách nội địa, khuyến khích họ đi khám phá đất nước nhiều hơn, thứ hai và quan trọng hơn cả là thu hút khách quốc tế đến trải nghiệm văn hóa Việt. Thay vì đi tour nghe thuyết minh thì chính họ sẽ được trải nghiệm mọi thứ, lo sợ các vấn đề nảy sinh hay họ muốn được ở thêm vài ngày, “Toursself” sẽ giúp họ.

Ngoài ra, “Toursself” mong muốn trở thành một dự án mang tầm quốc tế, là một người bạn thân thiết đối với bất kỳ ai muốn trải nghiệm du lịch tự túc và mục tiêu biến du lịch tự túc trở thành xu hướng toàn cầu hóa.

3) Theo một nguyên cứu của Q&Me – một trung tâm nghiên cứu thị trường trực tuyến của Asia Plus Inc về *Khảo sát trải nghiệm du lịch của người Việt Nam* cho biết:

- Lý do khách du lịch chọn đi du lịch tự túc là:

### Individual trip: reasons to use



The individual trips are selected due to its planning excitement and flexibilities

Q. What are the reasons that you used the tour package?



- Lý do khách du lịch chọn đi du lịch theo tour là:

### Tour - dissatisfaction and reason



25% are not satisfied, with the reasons of inevitable reasons (weather) and poor accommodations and food

Q. What are the reasons for that?





Có thể thấy, 78% người được khảo sát muốn đi du lịch tự túc vì tính linh hoạt về thời gian, địa điểm... của các chuyến đi, cũng như họ được trải nghiệm nó một cách đầy đủ và thực tế hơn. Du lịch tự túc cũng có chi phí rẻ hơn. Trong khi đó, du lịch theo tour có nhiều bất cập. Hơn 25% người được khảo sát không hài lòng, phần lớn vì lý do thời tiết, các dịch vụ và đồ ăn cũng không đảm bảo yêu cầu.

Ngoài ra, trên thực tế, để thực hiện một chuyến du lịch tự túc, khách du lịch thường phải mất 1 khoảng thời gian dài đọc review nhiều trên mạng, chọn địa điểm vui chơi, tính toán việc ăn ở, đi lại và chi phí, nhưng khi thực hiện vẫn gặp nhiều sự cố do thời tiết, công việc. Trên thực tế, khách nội địa du lịch tự túc trong nước còn gặp nhiều khó khăn, đối với khách quốc tế đến Việt Nam thì là một trở ngại rất lớn, vì họ không hiểu hết lối sống ở đây. Tuy nhiên, thời đại 4.0 đang phát triển mạnh, công nghệ có thể giải quyết mọi vấn đề con người gặp phải. Vậy tại sao ta không dựa vào nó để du lịch tự túc trở nên dễ dàng như việc chúng ta đi mua tour?

Những lý do trên vừa là cơ sở hình thành ý tưởng; vừa đảm bảo tính rõ ràng, khả thi, tính cần thiết hay sinh lợi của sản phẩm, cũng như đảm bảo dự án sẽ phát triển ổn định, lâu dài trong thời đại 4.0 hiện nay.

## I.2. Tóm tắt tính mới, sự khác biệt so với các ý tưởng trước đó



TOURSELF  
GO ANYWHERE YOU WANT

Hiện nay đã có rất nhiều website hay ứng dụng công nghệ kinh doanh về du lịch, nhưng chủ yếu là để đặt vé máy bay, đặt khách sạn, xem quán ăn, đồ ăn, đặt xe... Còn “Tourself” là để thiết kế hành trình du lịch cho khách hàng. Chính vì vậy, tính độc đáo, mới lạ của dự án này nằm ở những tính năng của sản phẩm:

- Cơ bản nhất đã được nhắc ở trên chính là thiết kế lịch trình du lịch cho khách hàng:
  - + Khi đăng nhập vào ứng dụng, khách hàng sẽ chọn nơi đến du lịch, số ngày ở lại, địa chỉ khách sạn (nếu chưa có, ứng dụng sẽ gợi ý cho khách 1 vài chỗ ở theo tiêu chí), địa điểm vui chơi (nếu chưa có, ứng dụng sẽ gợi ý cho khách những địa điểm nổi tiếng ở nơi đó), phương tiện đi lại, số tiền có thể chi tiêu...
  - + Sau đó, phần mềm sẽ tính toán và thiết kế 1 lịch trình cụ thể cho khách bao gồm ngày 1 đi những đâu, ăn những gì, thời gian lưu ghé tại địa điểm, số tiền phải chi tiêu... Và khách hàng chỉ cần chạm vào màn hình sẽ có ngay 1 “tour” tự túc mà không phải mất quá nhiều thời gian tìm hiểu trước đó.
  - + Sau khi hoàn tất set up 1 lịch trình, “Toursell” sẽ trở thành tourguide thân thiện của bạn, giúp bạn hoàn thành chuyến đi một cách thoải mái nhất.
  - + Nếu gặp sự cố trong chuyến đi hay đơn giản khách du lịch muốn thăm lại địa điểm nào đó hay muốn thay đổi lịch trình, việc khách hàng làm chỉ là chạm nhẹ vào màn hình, “Toursell” sẽ tính toán và đưa ra lịch trình mới cho những ngày tiếp theo.
- Ứng dụng còn cho phép khách du lịch tìm tourguide bản xứ để được biết nhiều hơn về địa phương nơi mình đến du lịch. Tuy nhiên, khách hàng sẽ không cần trả tiền cho hướng dẫn viên du lịch mà chỉ cần trả tiền ăn uống, phương tiện đi lại trong ngày. Bởi vì, tourguide tuyển vào sẽ là những bạn sinh viên có hộ khẩu và đang sinh sống ở địa phương đó, có nhu cầu được rèn luyện tiếng anh giao tiếp, đây sẽ là môi trường thực tập tốt cho các sinh viên địa phương. Tuy nhiên, công ty cũng sẽ tuyển dụng khắt khe và yêu cầu đầu vào rõ ràng để đảm bảo chất lượng. Ứng dụng là nơi liên kết giữa người bản xứ với khách quốc tế tới đây.
- Kết hợp du lịch với hoạt động từ thiện địa phương: Khi được hỏi, bạn bè quốc tế khi đến đây nghỉ dài hạn, họ không có việc gì để làm. Hơn nữa những người như vậy rất thích các hoạt động từ thiện. Chính vì vậy, ứng dụng sẽ cung cấp thông tin về các nhà tình thương hay các hoàn cảnh khó khăn đến cho khách hàng cho nhu cầu. Khách hàng xem xét và chọn địa điểm muốn đến thăm và tình thiện, ứng dụng sẽ giúp liên hệ với nơi đó tạo một lịch trình. Hoạt động này vừa mang tính nhân văn, vừa giúp khách du lịch cảm thấy chuyến du lịch của mình trở nên có ý nghĩa hơn.

Để đảm bảo an toàn cho các bên, công ty sẽ tuyển chọn các cá nhân/tổ chức liên kết với thông tin rõ ràng, cũng như kiểm tra chất lượng thường xuyên; phía khách hàng muốn sử dụng các dịch vụ trên cũng phải đăng ký với thông tin cá nhân rõ ràng, chính xác.



#### Ví dụ mô phỏng sơ lược tính năng của ứng dụng

Anh Peter – người Anh hiện đang công tác ở thành phố Hồ Chí Minh. Vào những tuần cuối, vì hoàn thành công việc tốt, anh được thông báo nghỉ phép sớm 5 ngày trước khi bay về nước. Peter muốn dành thời gian đó đến Đà Nẵng du lịch. Nhưng vì thời gian quá gấp rút, không thể đặt tour mà phải đi du lịch tự túc.

<i>Tính năng</i>	<i>Tiêu chí</i>	<i>App thực hiện</i>
<i>Thiết kế hành trình du lịch</i>	<p>Peter lần đầu đến du lịch Đà Nẵng. Anh đi 1 mình 3 ngày 2 đêm (đến lúc 23h đêm ngày trước, về vào tối ngày thứ 3).</p> <p>Anh muốn thăm quan: Bán đảo Sơn Trà, Bà Nà Hill, Hội An, Cầu Rồng, Asia Park...</p> <p>Anh muốn giành nhiều thời gian ở 1 địa điểm và ăn những quán đặc sản ở đây.</p>	<p>Dựa vào yêu cầu của người sử dụng, ứng dụng sẽ set up 1 tour cá nhân (sơ lược)</p> <p>Ngày 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gợi ý ăn sáng <i>mỳ quảng</i></li> <li>- 6h-12h30: Thăm quan <i>Bà Nà Hill</i></li> <li>- 13h-15h: Thăm quan <i>bán đảo Sơn Trà</i></li> <li>- 16h-19h: Tắm <i>biển Mỹ Khê</i>, ăn <i>hải sản</i></li> <li>- 20h-22h: <i>Asia Park</i>, chợ phiên <i>Helio</i></li> </ul> <p>Ngày 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 7h-12h: <i>Khu du lịch Hòa Phú Thành</i></li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trưa gợi ý ăn <i>bún bò Huế</i></li> <li>- 14h-17h: <i>Ngũ Hành Sơn, Làng đá mỹ nghệ</i></li> <li>- Gợi ý đặc sản Trần: <i>bánh tráng thịt heo</i></li> <li>- 19h-21h30: Thăm quan <i>Bảo tàng Chăm, cầu Rồng, cầu Tình yêu...</i></li> </ul> <p>Ngày 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 6h-10h30: đi thăm quan <i>Hội An</i></li> <li>- 11h: về khách sạn dọn đồ, trả phòng</li> <li>- 12h-16h: thăm <i>Làng SOS</i></li> </ul>
<i>Tìm tourguide</i>	Peter muốn tìm tourguide người địa phương trong 1 ngày để biết thêm về Đà Nẵng, về thiên nhiên, con người, cuộc sống, văn hóa nơi đây.	<i>Tourself</i> đưa ra list danh sách của các tourguide địa phương có thông tin cần thiết để khách hàng lựa chọn. Khi lựa xong, khách hàng sẽ thực hiện giao dịch cam kết với công ty và tourguide đã chọn. Peter và tourguide sẽ gặp nhau ở địa điểm và thời gian đã chọn.
<i>Volunteer</i>	Peter là người rất nhân đạo và thích đi từ thiện. Dù chỉ là 1 chuyến du lịch tự phát nhỏ anh vẫn muốn đến thăm 1 làng trẻ em ở đây và trao quà cho chúng.	Ứng dụng gợi ý cho anh đến thăm Làng trẻ em SOS vào ngày cuối cùng trước khi đi như 1 lời tạm biệt. Công ty sẽ đặt lịch cho Làng và sắp xếp cho anh 1 buổi trưa ăn cùng tụi nhỏ và buổi chiều anh có thể đi thăm quan và tặng quà cho chúng.

### **I.3. Thị trường tiềm năng cho ý tưởng kinh doanh đề xuất và đối thủ tiềm năng**


#### *I.3.1. Phân khúc thị trường mà dự án muốn nhắm đến*

- Khách du lịch nội địa và nước ngoài đến Việt Nam, mục tiêu khách nước ngoài 70%.
- Những người thích và muốn trải nghiệm du lịch tự túc, hòa mình với văn hóa bản địa.
- Những nhóm người có dự định du lịch đột ngột, không tính toán trước.
- Vì lý do công việc, thời tiết phải thay đổi kế hoạch chuyến đi du lịch trước đột ngột.
- Nhóm những người có thu nhập thấp.

Họ sẽ là những đối tượng khách hàng của sản phẩm này. Mục tiêu cơ bản là tiếp cận khách du lịch để họ dùng thử sản phẩm, với một lịch trình tốt và những tính năng đi kèm, giúp giải quyết các khó khăn của họ khi chuẩn bị hay đang thực hiện một chuyến du lịch, họ sẽ tin tưởng sử dụng và quay lại lần 2. Sau đó sẽ hình thành hành vi của người tiêu dùng trong du lịch: du lịch tự túc và trải nghiệm thực tế. Mục tiêu cao hơn là tạo thói quen đi du lịch cho người tiêu dùng, thay vì lúc cần đi du lịch họ sẽ tìm đến app, thì họ sẽ vào app để tạo những kế hoạch riêng cho bản thân và bắt đầu chuyến du lịch cùng bạn bè, người thân.

### 1.3.2. Đối thủ tiềm năng trong lĩnh vực ứng dụng công nghệ về du lịch ở Việt Nam:

Thương hiệu	Đặc điểm
<p><i>Traveloka</i></p> 	<p>Ứng dụng đặt vé máy bay và phòng khách sạn hàng đầu tại Việt Nam. Đặc biệt, ứng dụng này cho phép thanh toán bằng nhiều hình thức tiện lợi như thẻ tín dụng, ATM, chuyển khoản và cả tiền mặt. Mức giá hiển thị là giá cuối cùng, đã bao gồm thuế &amp; phí vậy nên các tín đồ du lịch có thể dễ dàng so sánh giá và thoải thích bay nhảy mà không sợ túi tiền bị “chặt chém”.</p>
<p><i>TripAdvisor</i></p> 	<p>Là một ứng dụng hỗ trợ việc du lịch, giúp bạn có thể dễ dàng thực hiện việc đặt phòng, đăng ký các chuyến bay cũng như đặt chỗ tại nhà hàng, nơi mà bạn sắp đến. Bạn có thể sử dụng ứng dụng này để tìm hiểu trước các thông tin về địa điểm du lịch mình muốn, xem chia sẻ cũng như hình ảnh của những người khác được thực hiện tại địa điểm đó.</p>
<p><i>Google Maps</i></p> 	<p>Khi đi du lịch, chắc chắn một ứng dụng bản đồ là điều vô cùng cần thiết. Bạn có thể sử dụng bản đồ tương tác của Google là Google Maps để có thể giải quyết vấn đề này. Với Google Maps, bạn sẽ có cái nhìn tổng thể về đất nước, địa điểm mà mình ghé thăm. Nhờ đó, bạn sẽ không bao giờ phải lo về chuyện lạc đường. Bên cạnh đó, bạn cũng sẽ dễ dàng tìm thấy danh sách nhà hàng, khách sạn hay những nơi bạn muốn đến.</p>

<p><i>Foody</i></p> 	<p>App cho phép tìm quán ăn và thông qua bình luận, đánh giá của khách hàng, bạn sẽ kiểm tra được quán đó có ngon không. Không chỉ có dữ liệu của các nhà hàng, Foody còn cập nhật thông tin của các quán nhỏ, quán vỉa hè cho bạn nhiều lựa chọn. Bây giờ, chỉ cần gõ vào ô tìm kiếm của Foody món ăn bạn muốn hoặc khu vực bạn ở, những gợi ý ẩm thực hấp dẫn sẽ được hiển thị.</p>
---	---

Ngoài ra, còn nhiều ứng dụng công nghệ khác trong và ngoài nước và các mạng xã hội giúp khách hàng giao tiếp với nhau, tìm kiếm thông tin rất nhanh. Mỗi đối thủ đều có thế mạnh riêng, có thị phần cao trên thị trường và đặc biệt chính là uy tín với khách hàng.

## **II. LẬP KẾ HOẠCH CHO DỰ ÁN**

### **II.1. Kế hoạch Sản xuất**

#### *II.1.1. Các giai đoạn kinh doanh*

1) Giai đoạn 1: 1/8/2019 – 31/12/2019

- Chuẩn bị về vốn đầu tư, các chi phí thành lập và hoạt động
- Thu thập dữ liệu về 5 địa điểm du lịch ở Việt Nam, làm cơ sở ban đầu cho ứng dụng.
- Chạy thử nghiệm, sửa và hoàn thiện tính năng cơ bản của sản phẩm.
- Tiếp thị sản phẩm đến các khách hàng mục tiêu, nhất là khách du lịch quốc tế.

2) Giai đoạn 2: 1/1/2020 – 30/6/2020

- Mở văn phòng trụ sở ở các điểm du lịch, tuyển dụng nhân viên và tourguide.
- Thu thập data nhằm hoàn thiện và đưa vào sử dụng các tính năng còn lại của app.
- Marketing cho các điểm du lịch đã có đồng thời cho ứng dụng nhằm thu hút khách.
- Mở rộng thêm thị trường khách hàng.

3) Giai đoạn 3: 1/7/2020 – 30/6/2021

- Duy trì và phát triển khách hàng có nhu cầu đến các địa điểm đã có trước.
- Marketing, đẩy mạnh các tính năng volunteer và tourguide của sản phẩm đối với khách nước ngoài đến Việt Nam. Hình thành nên xu hướng mới trong du lịch tự túc.
- Thu thập data cho ứng dụng, mở rộng thêm các địa điểm du lịch khác ở Việt Nam.

#### 4) Giai đoạn 4: 1/7/2021 trở đi

- Hoàn thiện và đảm bảo chất lượng ứng dụng cho những khách du lịch đến Việt Nam.
- Bắt đầu phát triển các địa điểm du lịch nước ngoài.

#### *II.1.2. Rủi ro của dự án*

- Về công nghệ: Thực tế, lối đi của “Tourself” khác hoàn toàn với các đối thủ đi trước, nhất là về công nghệ. Vì vậy yêu cầu phía kinh doanh phải hoàn thiện được app với đầy đủ tính năng như trên, tính toán lịch trình chính xác và chi tiết, đặc biệt tránh những sai sót trong quá trình khách hàng sử dụng. Cần một đội ngũ IT giỏi đầu vào để làm app, cũng như nâng cấp và bảo trì app trong suốt quá trình phát triển.

- Về đối thủ: Trong thời đại internet này thì mọi thứ rất dễ được biết đến. Chính vì vậy, các đối thủ của dự án có thể dễ dàng đưa công nghệ của “Tourself” vào ứng dụng của mình. Trong khi dự án có tính mới, sự khác biệt, nếu không nhanh chân chiếm thị phần về công nghệ này, các đối thủ dùng tính năng đó cộng với thị phần và uy tín trước giờ của họ, họ sẽ trở thành vật cản rất lớn. Trong tương lai, “Tourself” sẽ phải cạnh tranh với chính công nghệ của nó.

- Về tài chính: Để thu hút đầu tư cho một dự án công nghệ rất khó vì có rất nhiều rủi ro, nhất là về việc mất bản quyền công nghệ, họ thà đầu tư phát triển một ứng dụng có sẵn hơn là đầu tư cho 1 sản phẩm hoàn toàn mới và đem đi cạnh tranh trên thị trường.

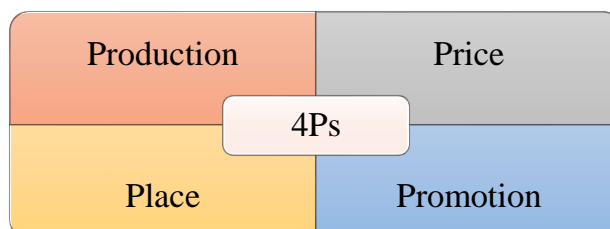
- Về đầu vào: Việc tìm dữ liệu cho các địa điểm du lịch và đưa nó vào ứng dụng có rất nhiều bất cập. Hơn nữa, nó thường xuyên thay đổi nên đặt vấn đề cho doanh nghiệp về data của app.

- Về doanh thu, lãi suất: Doanh thu của sản phẩm chủ yếu đến từ tiền quảng cáo trên ứng dụng, và một phần từ tiền khách hàng bỏ ra để nâng cấp ứng dụng. Để thu được lãi cao, phải cân bằng giữa việc quảng cáo, thu thập data ứng dụng, các chiến lược marketing và doanh thu thu về.

- Về hoạt động: Sản phẩm công nghệ dễ bị hack, quá tải trong quá trình sử dụng. Dự án cũn cần phải quan tâm và kịp thời xử lý các đánh giá thấp của người tiêu dùng vì họ thường dùng nó để làm thước đo cho các sản phẩm họ dùng. Ngoài ra, tính năng tìm

tourguide của ứng dụng công nghệ này cũng gây không ít khó khăn trong quá trình tuyển dụng và liên kết với khách du lịch.

## II.2. Kế hoạch Marketing



### **Product:**

- *Tourself* là sản phẩm ứng dụng công nghệ dành cho khách hàng là những người muốn đi du lịch tự túc.

- Ứng dụng sẽ giúp khách hàng tự thiết kế một hành trình (tour) du lịch cho bản thân ở một địa điểm du lịch cụ thể, đồng thời gợi ý cho khách những địa điểm du lịch, nơi ăn uống nổi tiếng ở nơi đó. Ngoài ra, ứng dụng còn là nơi kết nối giữa tourguide bản xứ, các hoạt động tình nguyện với khách du lịch.

- Thị trường khách hàng mục tiêu là khách du lịch nội địa và quốc tế, những người thích du lịch tự túc, du lịch bất ngờ, là giới trẻ hay những người thích đi trải nghiệm văn hóa thực tế, những người bị hỏng kế hoạch du lịch tự túc trước... Trong đó, công ty sẽ tập trung vào khách quốc tế đến Việt Nam vì giai đoạn đầu là phát triển cơ sở dữ liệu là các điểm du lịch ở Việt Nam, ngoài ra khách nước ngoài sẽ giúp phát triển ngành du lịch nước ta nói chung và phát triển, sử dụng triệt để được những tính năng của ứng dụng nói riêng.

### **Price:**

- Sản phẩm ứng dụng này, về cơ bản, được tải về và sử dụng miễn phí.

- Nguồn thu chủ yếu từ quảng cáo trên app, được chèn và xuất hiện ngẫu nhiên trong quá trình khách hàng sử dụng.

- Người tiêu dùng có thể trả tiền để bỏ quảng cáo trên app theo tháng hoặc năm.

- Người tiêu dùng sẽ trả tiền để mở tính năng tìm tourguide và đi volunteer (bởi vì thị trường khách hàng mục tiêu phần lớn sẽ là khách quốc tế đến Việt Nam).



- Ngoài ra, các doanh nghiệp liên quan tới du lịch muốn xuất hiện trên app sẽ trả tiền để được quảng cáo (giai đoạn sau).

***Place:***

- Sản phẩm sẽ được đưa lên ứng dụng CHPlay của Androi và AppStore của IOS để người tiêu dùng tải về miễn phí để sử dụng.

- Thị trường đầu tiên của ứng dụng hay những vị trí triển khai đầu tiên là những địa điểm du lịch nổi tiếng của Việt Nam: TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hà Nội, Cần Thơ, Đà Lạt, Sa Pa, Huế... Sau đó sẽ mở rộng ra các địa điểm khác trên toàn Việt Nam. Tiếp đến sẽ nhắm tới các địa điểm ở nước ngoài có ngành du lịch phát triển.

- Trụ sở chính của công ty nằm ở TP. Hồ Chí Minh, ngoài ra còn có các trụ sở con ở các địa điểm du lịch khác trên khắp Việt Nam nhằm phục vụ cho việc chăm sóc khách hàng thông qua các tính năng khác và đi thực địa các địa điểm du lịch thường xuyên.

***Promotion:***

- Giai đoạn 1 sẽ cho khách hàng thử nghiệm sản phẩm, để đóng góp ý kiến.

- Quảng cáo trên các mạng xã hội phổ biến (Youtube, Facebook, Instagram, Twitter...) đến các khách hàng mục tiêu.

- Thực hiện chương trình tặng chuyên đi miễn phí cho khách hàng tiềm năng. Giống như các chương trình tặng vé du lịch theo tour (bị ràng buộc thời gian, địa điểm), chương trình này sẽ hỗ trợ cho khách chi phí suốt chuyến đi (như máy bay khứ hồi, khách sạn, tourguide, ăn uống...) tuy nhiên đây là chuyên du lịch hoàn toàn tự túc, được set up bởi chính ứng dụng Tourself.

- Quảng bá chương trình volunteer, đưa tình nguyện vào trở thành 1 hoạt động không thể thiếu đối với khách du lịch nước ngoài đến Việt Nam. Điều này vừa thể hiện tính nhân văn, vừa giúp khách quốc tế trải nghiệm nhiều hơn văn hóa Việt và khiến chuyên du lịch trở nên có ý nghĩa hơn.

- Nhờ các blogger có sức ảnh hưởng đến cộng đồng mạng thực hiện Vlog về chuyên du lịch tự túc nhờ vào ứng dụng trên.

- Thực hiện các đoạn quảng cáo theo định kỳ nhằm quảng bá du lịch địa phương kết hợp với ứng dụng công nghệ trên.

## II.3. Kế hoạch Tài chính

### II.3.1. Dự báo chi phí

#### 1) Chi phí thành lập, sản xuất

	<i>Stt</i>	<i>Hoạt động</i>	<i>Chi phí dự kiến (VNĐ)</i>
<i>Giai đoạn 1 (5 tháng đầu)</i>	1	Đăng ký giấy phép kinh doanh	4,000,000
	2	Đăng ký Quyền sở hữu trí tuệ (nhãn hiệu, bản quyền, bằng sáng chế)	20,000,000
	3	Thiết kế và hoàn thiện app	150,000,000
	4	Quảng cáo	300,000,000
	5	R&D	40,000,000
	6	Chi phí khác (điện thoại, tiện ích...)	10,000,000
<b><i>Tổng cộng</i></b>			<b><i>524,000,000</i></b>
<i>Giai đoạn 2 (6 tháng sau)</i>	1	Quảng cáo	300,000,000
	2	R&D	30,000,000
	3	Sửa chữa, bảo trì, phát triển app	20,000,000
	4	Chi phí khác (điện thoại, tiện ích...)	15,000,000
<b><i>Tổng cộng</i></b>			<b><i>362,000,000</i></b>
<i>Giai đoạn 3 (12 tháng sau)</i>	1	Quảng cáo	500,000,000
	2	R&D	50,000,000
	3	Sửa chữa, bảo trì, phát triển app	30,000,000
	4	Chi phí khác (điện thoại, tiện ích...)	25,000,000
<b><i>Tổng cộng</i></b>			<b><i>605,000,000</i></b>
<i>Giai đoạn 4</i>	1	Mở rộng thị trường ra nước ngoài (dự kiến)	880,000,000

## 2) Chi phí hoạt động, điều hành

<i>Stt</i>	<i>Hoạt động chi trả</i>	<i>Số lượng</i>	<i>Đơn giá dự kiến (VNĐ)</i>
1	Thuê văn phòng	1	5,000,000
2	Lương phòng nhân sự	4	4,000,000
3	Lương phòng marketing	5	5,000,000
4	Lương phòng kinh doanh	3	4,000,000
5	Lương phòng IT	4	6,000,000
6	Đồng phục	18	100,000
<b><i>Tổng</i></b>			<b><i>83,800,000</i></b>

*(theo tháng, ở mỗi một trụ sở)*

Từ bảng trên, chi phí dự kiến để dự án doanh nghiệp này hoạt động trong hai năm đầu là khoảng 1,5 tỷ đồng. Trong giai đoạn đầu thành lập công ty, tôi cần 524 triệu đồng cho các chi phí kể trên để thu hút khách hàng, xây dựng nhận diện thương hiệu và nhận thức về thương hiệu cho các khách hàng mục tiêu. Sau đó, sẽ tốn thêm các chi phí về điều hành.

### *II.3.2. Dự báo vốn*

- Tổng số vốn cần đầu tư (cho 2 năm): 2,000,000,000 VNĐ
- Vốn chủ sở hữu (5 người thành lập): 250,000,000 VNĐ
- Vốn vay (ngân hàng lãi suất 8%/năm): 350,000,000 VNĐ

Trong giai đoạn đầu tiên, doanh nghiệp sẽ sử dụng vốn chủ sở hữu và vốn vay từ ngân hàng để phát triển công ty. Bên cạnh đó, kêu gọi quỹ từ bạn bè, gia đình và người thân các khoản vay cũng là một giải pháp cho công ty.

Tiếp theo, khi đạt được thành công nhất định và kiếm được lợi nhuận, tôi sẽ kêu gọi đầu tư mạo hiểm để phát triển ứng dụng hơn nữa từ đầu tư và hỗ trợ khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ thông tin, điện thoại di động, internet như FPT Ventures, Quỹ đầu tư khởi nghiệp thành phố Hồ Chí Minh (HSIF), Golden Gate mạo hiểm, tăng tốc khởi nghiệp sáng tạo Việt Nam. Bên cạnh đó, tôi dự định sẽ tham gia các cuộc thi khởi nghiệp như Bánh xe khởi nghiệp Việt Nam, Giải thưởng Hult, Hatch, Shark Tank.

### II.3.3. Dự báo doanh thu

	<i>Stt</i>	<i>Mục tiêu</i>	<i>Số lượng</i>	<i>Thành tiền</i>
Giai đoạn 1 (5 tháng đầu)	1	Người dùng tải về	10,000	
	2	Người dùng muốn bỏ quảng cáo	1,000	990 \$
	3	Người dùng muốn nâng cao tính năng ứng dụng	1,800	3582 \$
	4	Quảng cáo chèn trên app		5,000 \$
<b><i>Doanh thu</i></b>				<b>9,572 \$</b>
				<b>221,542,262 VNĐ</b>
Giai đoạn 2 (6 tháng sau)	1	Người dùng tải về	50,000	
	2	Người dùng muốn bỏ quảng cáo	8,000	7,920 \$
	3	Người dùng muốn nâng cao tính năng ứng dụng	15,000	29,850 \$
	4	Quảng cáo chèn trên app		40,000 \$
	5	Quảng cáo du lịch trên app		30,000 \$
<b><i>Doanh thu</i></b>				<b>107,770 \$</b>
				<b>2,494,317,758 VNĐ</b>
Giai đoạn 3 (12 tháng sau)	1	Người dùng tải về	300,000	
	2	Người dùng muốn bỏ quảng cáo	60,000	59,400 \$
	3	Người dùng muốn nâng cao tính năng ứng dụng	120,000	238,800 \$
	4	Quảng cáo chèn trên app		300,000 \$
	5	Quảng cáo du lịch trên app		300,000 \$
<b><i>Doanh thu</i></b>				<b>898,200 \$</b>
				<b>20,793,246,689 VNĐ</b>

Ở giai đoạn đầu, công ty tập trung vào phát triển app, thử nghiệm app cũng như tạo thương hiệu của ứng dụng đến với các khách hàng mục tiêu nên chắc chắn không thu được nhiều doanh thu, thậm chí lỗ. Qua giai đoạn 2, ứng dụng đã bắt đầu đưa vào sử dụng rộng rãi hơn, doanh thu từ đó cũng thu được nhiều hơn, tuy nhiên điều này phụ thuộc rất lớn vào giai đoạn đầu và các chiến lược marketing của công ty.

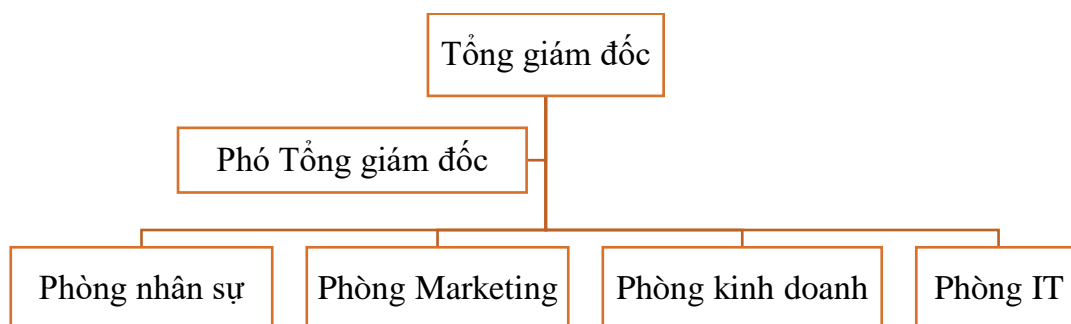
Vào các giai đoạn sau, ứng dụng sẽ tiếp tục duy trì và tăng cao lượng người tiêu dùng là khách du lịch đến Việt Nam. Bên cạnh đó nếu mở rộng quy mô doanh nghiệp ra nước ngoài, dự án kinh doanh ứng dụng công nghệ này cần thu hút một lượng lớn vốn, đồng thời thương hiệu cũng sẽ phát triển và thu được nhiều lợi nhuận hơn gấp nhiều lần.

#### II.4. Kế hoạch Nhân sự

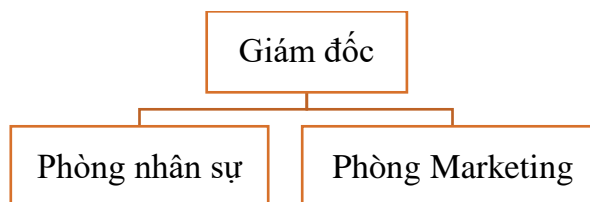
Công ty sẽ có trụ sở chính ở TP. Hồ Chí Minh và có các trụ sở khác ở địa điểm du lịch có trong ứng dụng nhằm phục vụ cho khách hàng, giải đáp các thắc mắc và hỗ trợ khách hàng trong quá trình đến nơi du lịch. Đồng thời, là nơi đăng ký và nhận tourguide, khảo sát thị trường, đảm bảo cho dữ liệu trên ứng dụng đúng với hoạt động du lịch bên ngoài.

##### II.4.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức công ty

- Ở trụ sở chính:



- Ở các trụ sở khác:



Mỗi phòng ban sẽ gồm trưởng phòng và các nhân viên chuyên ngành.

#### II.4.2. Cấu trúc công ty, đội ngũ nhân viên

Stt	Phòng ban/ Chức vụ	Số lượng nhân viên mỗi trụ sở	Vai trò, nhiệm vụ
1	Tổng giám đốc	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Điều hành và giám sát hoạt động của toàn bộ hệ thống.</li> <li>- Xử lý các vấn đề lớn liên quan đến công ty.</li> <li>- Đi thực địa để tìm kiếm các địa điểm du lịch có tiềm năng mới để phát triển.</li> </ul>
2	Phó tổng giám đốc	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hỗ trợ cho tổng giám đốc trong những kế hoạch lớn.</li> <li>- Vai trò như một giám đốc trụ sở con.</li> </ul>
3	Giám đốc	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Điều hành, giám sát hoạt động của trụ sở.</li> <li>- Giải quyết các vấn đề lớn của trụ sở, khách hàng và thông qua các dự án.</li> </ul>
4	Phòng nhân sự	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Xử lý các vấn đề của nhân viên, tạo môi trường làm việc thoải mái cho nhân viên.</li> <li>- Tuyển dụng các bạn tourguide, đảm bảo chất lượng tourguide cho khách.</li> <li>- Giám sát công việc nhân viên và tourguide.</li> </ul>
5	Phòng Marketing	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lên kế hoạch marketing cho sản phẩm hay cho du lịch ở địa phương của trụ sở đóng.</li> <li>- Xem xét và giải quyết các vấn đề của khách hàng, hỗ trợ khách hàng trong việc sử dụng app, chăm sóc khách hàng.</li> <li>- Đi thực địa, đảm bảo dữ liệu trên app đúng với bên ngoài.</li> </ul>
6	Phòng kinh doanh	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lập và kiểm tra tiến trình thực hiện kế hoạch kinh doanh</li> <li>- Thống kê, lập báo cáo, phân tích, tổng hợp, kiểm soát vốn, chi phí, doanh thu, các hợp đồng...</li> </ul>
7	Phòng IT	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phát triển ứng dụng, xử lý các vấn đề trên ứng dụng và vấn đề bảo mật.</li> <li>- Cập nhật hệ thống, cập nhật dữ liệu các địa điểm du lịch.</li> <li>- Cung cấp số liệu phát triển của sản phẩm và ý kiến của khách hàng cho các phòng ban.</li> </ul>

### **III. KẾT LUẬN**

Sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật và công nghệ, cũng như xu hướng đi du lịch ngày một nhiều hiện nay, nhất là du lịch tự túc đã củng cố nền tảng để phát triển dự án kinh doanh này. Từ những phân tích về cơ sở hình thành ý tưởng và kế hoạch kinh doanh cơ bản trên, ta có thể thấy ứng dụng hoàn toàn có khả năng khởi nghiệp và phát triển mạnh mẽ trong tương lai.

Ứng dụng này sẽ giúp con người dễ dàng hơn trong việc đi du lịch tự túc. Đồng thời nó còn giúp phát triển du lịch Việt Nam trong tương lai không xa, giúp cho việc tiếp cận đất nước ta của khách quốc tế dễ dàng hơn, họ sẽ có nhiều trải nghiệm tuyệt vời hơn ở đây, nền kinh tế và ngành du lịch Việt Nam cũng sẽ phát triển mạnh mẽ hơn. Đây cũng là cơ sở giúp người Việt Nam đi du lịch nhiều hơn, tận hưởng cuộc sống tốt hơn.

Ngoài ra, việc kinh doanh ứng dụng này còn giúp tạo việc làm cho người dân địa phương và giúp cải thiện cuộc sống người dân nghèo ở đây. Tính năng cơ bản của “Tourself” sẽ rất cần người bản địa – người am hiểu du lịch nơi đó nhất cung cấp dữ liệu cho dự án. Tính năng tìm “tourguide” sẽ giúp cho những bạn sinh viên hoặc bất kỳ ai có mong muốn cải thiện tiếng Anh và giao tiếp của mình. Tính năng Volunteer sẽ giúp các cá nhân, tập thể khó khăn tiếp cận được với những người có nhu cầu giúp đỡ mình, nhất là khách du lịch quốc tế.

Chính vì vậy, *Tourself* sẽ là một bước tiến mạnh mẽ trong thời đại 4.0 của công dân hiện đại, sẽ là một sản phẩm mang xu hướng đến cho người tiêu dùng, và cũng là một ứng dụng có ích cho xã hội với những ý nghĩa cộng đồng thiết thực.

~ The end ~