



ĐỊNH HƯỚNG THỊ TRƯỜNG CHO KHỞI NGHIỆP

I. Khởi nghiệp là gì



1. Khái niệm

- ❖ **Khởi nghiệp** là khi một cá nhân có ý định tự mình bắt đầu một công việc kinh doanh riêng và tự mình làm chủ, hay có thể hiểu khởi nghiệp là quá trình hiện thực ý tưởng kinh doanh, bao gồm quá trình thành lập và vận hành doanh nghiệp kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp lần đầu.
- ❖ Có thể hiểu đơn giản “khởi nghiệp là một quá trình bắt đầu từ việc nhận biết cơ hội, từ đó thúc đẩy việc phát triển ý tưởng cho đến thành lập doanh nghiệp và cuối cùng là vận hành, duy trì và phát triển doanh nghiệp”
- ❖ **Startup (khởi nghiệp sáng tạo)** là quá trình khởi nghiệp dựa trên ý tưởng sáng tạo, tạo ra sản phẩm mới; hoặc sản phẩm cũ nhưng có điểm khác nổi trội, ưu tú hơn so với những sản phẩm, dịch vụ đã từng có trên thị trường và được phát triển nhanh chóng vượt bậc”.

I. Khởi nghiệp là gì



2. Sự khác nhau giữa Khởi nghiệp và Startup

❖ Khởi nghiệp và Startup là 2 khái niệm hoàn toàn khác nhau. Tuy nhiên rất nhiều người nhầm lẫn và sử dụng 2 khái niệm này thay thế cho nhau:

- Khởi nghiệp là hành động bắt đầu một nghề nghiệp, mà hình thức thường thấy nhất đó là thành lập một doanh nghiệp để kinh doanh trong một lĩnh vực nào đó.
- Có nhiều khái niệm khác nhau về “startup” nhưng hầu hết đều thống nhất với nhau rằng “startup là một danh từ chỉ một nhóm người hoặc một công ty cùng nhau làm một điều chưa chắc chắn thành công.”

➔ Tóm lại, trong khi “khởi nghiệp” là khái niệm chỉ việc bắt đầu tạo dựng công việc, sự nghiệp riêng thì “startup” là một trong những loại hình, cách thức mà người ta có thể lựa chọn để “khởi nghiệp”

I. Khởi nghiệp là gì



3. Đặc điểm của khởi nghiệp

- ❖ **Tính đột phá:** Tạo ra một điều gì đây chưa hề có trên thị trường hoặc tạo ra một giá trị tốt hơn so với những thứ đang có sẵn, chẳng hạn như có thể tạo ra một phân khúc mới trong sản xuất (như thiết bị thông minh đo lường sức khoẻ cá nhân), một mô hình kinh doanh hoàn toàn mới (như airbnb), hoặc một loại công nghệ độc đáo, chưa hề thấy (như công nghệ in 3D).
- ❖ **Tính Tăng trưởng:** Một công ty khởi nghiệp (startup) sẽ không đặt ra giới hạn cho sự tăng trưởng, và họ có tham vọng phát triển đến mức lớn nhất có thể. Họ tạo ra sự ảnh hưởng cực lớn, có thể được xem là người khai phá thị trường (như điện thoại thông minh apple là công ty đầu tiên khai phá và luôn dẫn đầu trong mảng đó về sau)

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



1. Nghiên cứu thị trường

- ❖ Nghiên cứu thị trường là công việc bắt buộc và không thể thiếu khi bắt đầu kinh doanh khởi nghiệp
- ❖ **Nghiên cứu thị trường là gì?**
 - Nghiên cứu thị trường là quá trình thu thập, phân tích thông tin về thị trường, sản phẩm hoặc dịch vụ được chào bán trên thị trường đó. Nghiên cứu thị trường có thể thiết kế để nghiên cứu về chân dung khách hàng, tiềm năng sản phẩm mới và thị trường mới và chuyển động ngành hàng nói chung.
 - Vai trò của nghiên cứu thị trường là cung cấp thông tin nhằm giảm thiểu rủi ro, giúp nhà quản lý đưa ra những quyết định sáng suốt hơn trong qua trình hoạch định chiến lược, tổ chức và thực hiện hoạt động Marketing.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



2. Vì sao nghiên cứu thị trường cần thiết khi khởi nghiệp?

✓ **Cung cấp thông tin tin cậy**

- ❖ Sự biến động không ngừng của thị trường khiến cho hoạt động sản xuất kinh doanh dễ gặp phải rủi ro. Do đó, nhà quản lý sẽ gặp khó khăn khi phải đưa ra những quyết định kinh doanh quan trọng nhưng lại không nắm hết được các diễn biến đang xảy ra trên thị trường.
- ❖ Xuất phát từ nhu cầu này, các hoạt động nghiên cứu thị trường hướng tới việc cung cấp cho các nhà quản lý thông tin đầy đủ, chính xác và cập nhật nhất về những diễn biến mới của thị trường, sự thay đổi xu hướng tiêu dùng, tâm mĩ của khách hàng hay những chuyển động ngành hàng mới nhất.
- ❖ Nghiên cứu thị trường không phải là phương pháp duy nhất để có được thông tin, nhưng đây là phương pháp hữu ích nhất để doanh nghiệp có được thông tin kịp thời, cập nhật và có tính đại diện. Tất cả là nhờ vào sự kết hợp giữa phương pháp chọn mẫu, xây dựng nội dung khảo sát và kỹ năng chiết xuất thông tin có giá trị từ đối tượng khảo sát của nhà nghiên cứu.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



2. Vì sao nghiên cứu thị trường cần thiết khi khởi nghiệp?

✓ Dự báo các xu hướng thị trường

- ❖ Với doanh nghiệp, mọi quyết định được đưa ra đều xoay quanh 3C (Công ty – Khách hàng – Đối thủ cạnh tranh).
- ❖ Tuy nhiên, thị trường luôn biến động liên tục và phản ứng của khách hàng lẫn đối thủ cạnh tranh luôn bất định.
- ❖ Nhưng hoạt động nghiên cứu thị trường, thông qua khai thác nguồn dữ liệu đã có về khách hàng và xu hướng thị trường có thể đưa ra một số dự báo về thị trường trong tương lai, từ đó cho phép doanh nghiệp chuẩn bị những đối sách cho những diễn biến sắp tới của thị trường.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



3. Xu hướng nghiên cứu thị trường

- ❖ Cấu trúc ngành nghiên cứu thị trường đã có sự thay đổi đáng kể cùng với sự phổ biến của hoạt động nghiên cứu thị trường. Từ những năm 50, 60 của thế kỷ XX, các nghiên cứu thị trường vẫn được thực hiện bởi đội ngũ nhân viên của chính doanh nghiệp, tuy nhiên tại thời điểm đó chỉ có các doanh nghiệp lớn như Uniliver hay Phillips tiến hành hoạt động này. Từ thập niên 70, các tập đoàn và hàng quảng cáo lớn mới bắt đầu đầu tư vào hoạt động nghiên cứu thị trường → việc nghiên cứu thị trường mới bắt đầu phát triển, đi kèm với đó là yêu cầu về chuyên môn hóa và cắt giảm chi phí nghiên cứu thị trường.
- ❖ Cũng từ giai đoạn này, hoạt động nghiên cứu thị trường bắt đầu được thực hiện bởi những công ty nghiên cứu độc lập. Sản phẩm của nghiên cứu thị trường cũng đã thay đổi đáng kể, từ các báo cáo hàn lâm phân tích dài dòng trở thành các báo cáo tập trung, ngắn gọn nhằm truyền tải kết quả nhanh chóng.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



3. Xu hướng nghiên cứu thị trường

- ❖ Sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông cũng dần thay đổi bộ mặt của ngành nghiên cứu thị trường.
- ❖ Từ chỗ phải phỏng vấn trực tiếp hoặc qua thư tín và chỉ giới hạn tại một số địa điểm dân cư nhất định, sự phát triển của Internet đã cho phép các nhà nghiên cứu tiếp cận big data một cách nhanh chóng và ít tốn kém, cùng với đó, hàng loạt hình thức nghiên cứu thị trường mới ra đời như phỏng vấn qua điện thoại, khảo sát quy mô lớn theo thời gian thực, khám phá trải nghiệm khách hàng cũng được các công ty nghiên cứu thị trường áp dụng nhằm đưa ra những thông tin ngày càng chính xác và có giá trị cho doanh nghiệp.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



4. Vậy khi khởi nghiệp nên làm gì? Có nên làm nghiên cứu thị trường khi khởi nghiệp

✓ Không được chủ quan với việc nghiên cứu thị trường

- ❖ Thực tế có rất nhiều Start-up thất bại vì không am hiểu về thị trường, hoặc coi thường việc nghiên cứu thị trường. Đây cũng là nhận định của nhiều nhà đầu tư trên thế giới lẫn Việt Nam.
- ❖ Sự hời hợt, nôn nóng, kém cầu thị của Start-up khi ra quyết định “cứ bơ thị trường đi và tập trung vào sản phẩm mà mình cho là tốt, cơ hội đã ở ngay phía trước rồi” thường dẫn đến những rủi ro, thất bại

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



4. Vậy khi khởi nghiệp nên làm gì? Có nên làm nghiên cứu thị trường khi khởi nghiệp

✓ Cần đánh giá đúng sức mạnh của việc nghiên cứu thị trường

- ❖ Cho dù có nghiên cứu thị trường kỹ bao nhiêu, thì có một thực tế là: doanh nghiệp nào đưa sản phẩm ra thị trường lần đầu sẽ là doanh nghiệp hiểu về thị trường nhất.
- ❖ Đôi khi thử nghiệm bằng cách tung sản phẩm ra thị trường cũng là một cách làm nghiên cứu thị trường. Cần phải nhanh chóng đưa ra những mẫu thử sản phẩm, có những tính năng tối thiểu mình muốn thử nghiệm (MVP – Minimum viable product) và thử nghiệm nó trên một nhóm nhỏ khách hàng mục tiêu.
- ❖ Thay vì hỏi khách hàng họ nghĩ thế nào về sản phẩm thì hãy trao sản phẩm vào tay họ và quan sát họ sử dụng.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



4. Vậy khi khởi nghiệp nên làm gì? Có nên làm nghiên cứu thị trường khi khởi nghiệp

✓ Phân phối nguồn lực theo một tỷ lệ hợp lý

- ❖ Khởi nghiệp theo phong cách “hàng loạt” sẽ nhận ra đến lúc mình tìm ra một cơ hội thật sự thì mình đã hết thời gian hoặc tiền bạc để theo đuổi nó.
- ❖ Còn khởi nghiệp đi theo phong cách “nghiên cứu bài bản, cẩn thận” thì thậm chí nhận ra rất nhiều cơ hội nhưng lại không thực sự chớp được cơ hội nào cả.
- ❖ Trong nhiều trường hợp, câu trả lời phù hợp là cần có cả 2: Nghiên cứu thị trường – Lập kế hoạch và Khả năng thử nghiệm để điều chỉnh kế hoạch liên tục. Điều quan trọng là cần chọn đúng tỷ lệ đầu tư nguồn lực (thời gian, chi phí, công sức) cho 2 việc này.
- ❖ Thật ra, bí quyết đánh thắng trận là biết cách điều chỉnh những khảo sát và kế hoạch của mình cho phù hợp với thực tế, chứ không cố gượng ép thực tế cho phù hợp với kế hoạch.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



5. 7 sai lầm cần tránh khi nghiên cứu thị trường

01. Chi quá nhiều tiền

- ❖ Chúng ta thường có suy nghĩ sai lầm thế này, thị trường là một nơi rất rộng lớn, rất phức tạp, muốn kinh doanh tốt thì phải hiểu cặn kẽ thị trường. Chính vì suy nghĩ ấy mà họ bỏ ra số tiền không hề nhỏ cho những hoạt động nghiên cứu thị trường, vận dụng tất cả các phương pháp có thể. Dĩ nhiên kết quả thu về rất cụ thể, rất chính xác, nhưng cũng rất...thừa.
- ❖ Thực tế là chỉ cần một phần không quá lớn trong lượng thông tin có được khi nghiên cứu thị trường mà thôi, vì vậy đừng tốn tiền vô ích cho bên thứ ba hay việc làm tràn lan không mục đích.
- ❖ Tốt nhất bạn nên lựa chọn phương pháp phù hợp với mục tiêu và điều kiện của doanh nghiệp mình. Hãy thử tham khảo những phương pháp nghiên cứu thị trường phổ biến trước khi đưa ra quyết định nhé.

5. 7 sai lầm cần tránh khi nghiên cứu thị trường

02. Không biết mình cần thông tin gì

- ❖ Nghiên cứu thị trường sẽ có được những thông tin rất hữu ích cho việc phát triển kinh doanh, từ sản phẩm, đối tượng khách hàng tiềm năng đến việc dự đoán nhu cầu,... Nhưng nhiều quá tất loạn, giữa một rừng thông tin ấy không phải cái nào bạn cũng cần và không phải lúc nào cũng cần như nhau. Cần phải biết được vào thời điểm này thông tin nào về thị trường cần nhất.
- ❖ Ví dụ lúc mới bắt đầu kinh doanh, để xác định sản phẩm chủ đạo, phải tìm hiểu thị hiếu của khách hàng bây giờ ra sao, họ thích gì, họ muốn gì và họ có thể mua gì. Đó là những thông tin quan trọng lúc này, còn các thông tin khác thì nên để giai đoạn sau mới tiến hành nghiên cứu, vì đôi khi thị trường biến đổi sẽ khiến thông tin ấy thay đổi theo, không thể áp dụng được.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



5. 7 sai lầm cần tránh khi nghiên cứu thị trường

03. Chọn sai nguồn dữ liệu

- ❖ Hiện nay có rất nhiều nguồn dữ liệu khác nhau để tiến hành phân tích và nghiên cứu thị trường, từ trực tuyến đến ngoại tuyến đều có thể dùng làm cơ sở. Sai lầm của nhiều doanh nghiệp là chỉ chọn một hoặc một số ít nguồn dữ liệu dẫn đến việc không bao quát thông tin làm sai lệch kết quả.
- ❖ Ví dụ như việc khảo sát trên mạng, mặc dù có thể lấy một lượng lớn thông tin trong thời gian ngắn nhưng tính xác thực thường không cao, hoặc cũng có thể lấy tài liệu tại thư viện của các hiệp hội chuyên ngành, nhưng cần phải chú ý vì những tài liệu này được cập nhật khá muộn, tính thời sự bị giảm đáng kể → thế nên tốt nhất là cố gắng thu thập dữ liệu từ càng nhiều nguồn càng tốt để phân tích ra kết quả chính xác nhất.

5. 7 sai lầm cần tránh khi nghiên cứu thị trường

04. Không tìm hiểu kỹ về đối thủ cạnh tranh

- ❖ Thị trường không chỉ bao gồm khách hàng và đối tác mà còn có cả những người trực tiếp đối đầu với doanh nghiệp của mình, nên việc nghiên cứu đối thủ cạnh tranh cũng quan trọng không kém. “Biết người biết ta, trăm trận trăm thắng”
- ❖ Hãy tìm hiểu thật kỹ đối thủ, về sản phẩm của họ có gì khác sản phẩm của mình, nó nổi trội hơn ở đâu, thua kém về mặt nào, về chính sách giá và hậu mãi của họ có điểm đặc biệt gì,... Tất cả những thông tin này đều có thể tạo nên lợi thế cạnh tranh, là cơ sở để đưa ra những chiến lược kinh doanh trong thời gian tới.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



5. 7 sai lầm cần tránh khi nghiên cứu thị trường

05. Không tìm hiểu về khả năng mua của khách hàng

- ❖ Tìm được loại sản phẩm mà nhu cầu sử dụng của khách hàng cao không hề dễ, sau đó là cả quá trình dài để thực tế hóa sản phẩm ấy, đến lúc này mới có thể đem bán cho khách hàng. Nhiều người thường tự hỏi vì sao sản phẩm hợp với thị hiếu, chức năng đặc biệt nổi trội mà lượng tiêu thụ lại không hề cao như mong đợi. Nếu lật ngược lại bước nghiên cứu thị trường sẽ hiểu, vì có thể doanh nghiệp đã bỏ qua bước nghiên cứu khả năng mua của khách hàng. Đây không chỉ là vấn đề về giá mà nó còn phụ thuộc vào tình hình tài chính của người tiêu dùng nữa.
- ❖ Ví dụ giá sản phẩm của doanh nghiệp đã ở mức thấp nhất có thể để đảm bảo lợi nhuận và cạnh tranh, thế nhưng nó lại không phù hợp với đối tượng khách hàng hướng tới, họ có thể mua nhưng chưa sẵn sàng chi trả vì cảm thấy giá đó không tương xứng với giá trị sản phẩm mang lại hoặc nếu mua sẽ hực vào ngân sách của họ.

➔ Thế nên khi điều tra về khách hàng ngoài vấn đề sở thích, thói quen, nhu cầu, cần xem xét đến cả khả năng sẵn sàng mua của đối tượng để có chính sách giá phù hợp.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



5. 7 sai lầm cần tránh khi nghiên cứu thị trường

06. Chọn tập mẫu sai

- ❖ So với những sai lầm trên thì sai lầm này có vẻ phổ biến hơn, rất nhiều doanh nghiệp chọn tập mẫu ngẫu nhiên mà không hề suy xét đến vấn đề những đối tượng trên có phù hợp hay không.
- ❖ Việc làm này không chỉ vô nghĩa, làm tốn thời gian công sức và tiền bạc mà dễ khiến kết quả bị sai lệch. Nên khi bắt đầu nghiên cứu thị trường cần thu hẹp tập mẫu lại, khoanh vùng những đối tượng có thể trở thành khách hàng tiềm năng hướng đến rồi bắt đầu điều tra.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



5. 7 sai lầm cần tránh khi nghiên cứu thị trường

07. Nghiên cứu qua loa

- ❖ Mặc dù nghiên cứu thị trường là một bước rất quan trọng để có thể khởi nghiệp thành công, nhưng nhiều người lại không nhận thức đúng vấn đề này, họ chỉ làm cho có lệ, bỏ ra rất ít thời gian cũng như phân tích hời hợt. Chắc chắn một điều là kết quả thu được không bao giờ chính xác, chỉ ở mức tương đối hoặc hoàn toàn vô giá trị, không cần nói cũng biết việc này ảnh hưởng thế nào đến việc kinh doanh.
- ❖ Việc nghiên cứu thị trường tùy vào quy mô và loại hình kinh doanh mà tiến hành, nhưng không vì vậy mà làm qua loa được, cần đầu tư thời gian, công sức thật xác đáng để có những kết quả tốt nhất.

II. Định hướng thị trường cho Khởi nghiệp



1. Kỹ năng nghiên cứu thị trường

- ❖ Nghiên cứu thị trường sẽ cung cấp cho doanh nghiệp những thông tin quan trọng về lĩnh vực thị trường mà mình hoạt động. Ngoài ra, việc này giúp khởi nghiệp phát triển kế hoạch kinh doanh và thích ứng với thị trường trong tương lai. Những yếu tố được ưu tiên khi nghiên cứu thị trường sẽ là:
 - Xu hướng thị trường, mức độ hấp dẫn, mức độ cạnh tranh, tốc độ tăng trưởng, xu hướng bán hàng
 - Kiểm tra hồ sơ các đối thủ cạnh tranh và đối chiếu với doanh nghiệp mình
 - Nhân khẩu học của khách hàng, vị trí địa lý, khách hàng điển hình, khách hàng tiềm năng.

II. Các kỹ năng cần thiết khi khởi nghiệp



2. Thử nghiệm những ý tưởng kinh doanh

- ❖ Trong bối cảnh hiện tại, không khó để thử nghiệm các ý tưởng trong kinh doanh. Có thể sử dụng internet, tham khảo những mô hình tương tự và phân tích điểm mạnh điểm yếu. Nếu cảm thấy phù hợp, hãy tiến hành trên một phạm vi nhỏ hẹp và đánh giá mức độ thành công trước khi quyết định áp dụng rộng rãi

II. Các kỹ năng cần thiết khi khởi nghiệp



3. Phát triển kế hoạch kinh doanh

- ❖ Thị trường thay đổi từng ngày và mô hình kinh doanh cho dù hoàn hảo đến mấy cũng có thể phải chỉnh sửa. Ngoài ra, phải liên tục tìm thêm những nguồn doanh thu mới và tham khảo những động thái của đối thủ trên thị trường

II. Các kỹ năng cần thiết khi khởi nghiệp



4. Tiết kiệm chi phí

- ❖ Khởi nghiệp sẽ cần một lượng tiền nhất định để xây dựng cơ sở vật chất, đầu tư nhân lực trong khi chưa thể hoạt động để có doanh thu ngay được. Do đó, cần có kế hoạch chi tiêu tiết kiệm và hợp lý trong giai đoạn đầu cũng như trong suốt quá trình phát triển

II. Các kỹ năng cần thiết khi khởi nghiệp



5. Nghệ thuật đàm phán

- ❖ Thương lượng là một trong những kỹ năng mạnh nhất một doanh nhân có thể có được.
- ❖ Khi cơ hội đến, khởi nghiệp phải biết làm thế nào để thương lượng với mức giá thấp nhất có thể và bán sản phẩm, dịch vụ với mức giá cao nhất có thể. Tuy nhiên, nếu kỹ năng đàm phán của khởi nghiệp chưa tốt, hãy nghiên cứu nghệ thuật đàm phán và thực hành làm việc đó bất cứ khi nào có cơ hội.

II. Các kỹ năng cần thiết khi khởi nghiệp



6. Biết chấp nhận thất bại

- ❖ Thương trường là chiến trường, thất bại là điều khó tránh khỏi. Tuy nhiên hãy học cách chấp nhận thất bại để đổi lấy kinh nghiệm và nhìn nhận lại mình. Cần giữ một tinh thần cởi mở và ý chí bền bỉ trước những khó khăn và chấp nhận đương đầu với nó, bởi nếu né tránh, sẽ lại có khó khăn khác tìm đến.
- ❖ Ngoài ra, nên tìm hiểu những mô hình kinh doanh tương tự để tránh đi phải những vết xe đổ của người đi trước



CÁC NGUỒN THAM KHẢO

<http://www.marketintello.com/vn/tin/chia-se-kien-thuc-nghien-cuu-thi-truong-la-gi/31>

<https://lawnet.thukyluat.vn/posts/t6659-phan-biet-khoi-nghiep-va-startup>

<http://yup.edu.vn/la-startup-ban-phai-co-6-ky-nang-khoi-nghiep-nay/>

<https://atpsoftware.vn/co-nen-nghien-cuu-thi-truong-khi-khoi-nghiep.html>

<https://congdongdigitalmarketing.com/7-sai-lam-can-tranh-khi-nghien-cuu-thi-truong-khoi-nghiep-kinh-doanh/>

CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP

1. Khởi nghiệp là gì?
2. Nghiên cứu thị trường là gì?
3. Liệt kê ngắn gọn các lý do vì sao nghiên cứu thị trường là cần thiết khi khởi nghiệp
4. Liệt kê 7 sai lầm cần tránh khi nghiên cứu thị trường



CẢM ƠN CÁC BẠN ĐÃ LẮNG NGHE

- ▶ MỌI CHI TIẾT GÓP Ý XIN LIÊN HỆ :
 - ▶ **Ms. BÙI THỊ HƯƠNG GIANG**
 - ▶ **Hotline : [.....]**
 - ▶ **Mail : [.....]**