

# MỤC LỤC

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN .....	i
LỜI CẢM ƠN.....	ii
LỜI CAM ĐOAN.....	iii
DANH MỤC CÁC CỤM TỪ VIẾT TẮT .....	viii
DANH MỤC BIỂU ĐỒ.....	ix
DANH MỤC BẢNG .....	ix
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	x
MỞ ĐẦU.....	xi
1. Lý do chọn đề tài.....	xi
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	xii
3. Phương pháp nghiên cứu.....	xii
4. Đối tượng nghiên cứu.....	xii
5. Phạm vi nghiên cứu.....	xii
6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài.....	xii
7. Kết cấu của luận văn.....	xiii
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	1
1.1. Một số khái niệm cơ bản về phát triển thị trường.....	1
1.1.1. Khái niệm thị trường .....	1
1.1.2. Khái niệm phát triển thị trường.....	1
1.2. Một số khái niệm cơ bản về chiến lược.....	3
1.2.1. Khái niệm chiến lược.....	3
1.2.2. Các cấp chiến lược .....	4
1.2.3. Chiến lược phát triển thị trường.....	5
1.2.4. Các loại hình chiến lược phát triển thị trường .....	5

1.2.5.	Vai trò chiến lược phát triển thị trường.....	6
1.3.	Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển thị trường .....	7
1.3.1.	Các yếu tố về môi trường kinh doanh bên ngoài.....	7
1.3.2.	Môi trường nội tại của doanh nghiệp.....	9
1.4.	Phát triển thị trường thông qua hợp tác kinh doanh.....	10
1.4.1.	Đối tác trong kinh doanh là gì .....	10
1.4.2.	Đối tác và khách hàng khác nhau như thế nào.....	11
1.4.3.	Sự cần thiết của việc hợp tác kinh doanh trong hoạt động phát triển thị trường của doanh nghiệp.....	12
1.4.4.	Ý nghĩa của hợp tác kinh doanh trong phát triển thị trường .....	13
TÓM TẮT CHƯƠNG 1 .....		15
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG CỦA APP VIETTEL MONEY THÔNG QUA HỢP TÁC KINH DOANH .....		16
2.1.	Giới thiệu chung về Tổng Công ty Dịch vụ số Viettel.....	16
2.1.1.	Thông tin chung.....	16
2.1.2.	Đặc điểm kinh doanh tại Tổng Công ty .....	18
2.1.4.	Kết quả kinh doanh của Tổng Công ty trong 03 năm gần nhất...	23
2.2.	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển thị trường .....	24
2.2.1.	Yếu tố về kinh tế.....	24
2.2.2.	Yếu tố về khoa học và công nghệ.....	26
2.2.3.	Yếu tố về đối thủ cạnh tranh.....	26
2.3.	Phân tích đối thủ cạnh tranh trực tiếp .....	30
2.3.1.	Ví MoMo .....	30
2.3.2.	Ví ZaloPay .....	31
2.4.	Phân tích SWOT app Viettel Money.....	32
2.4.1.	Điểm mạnh – Strengths.....	32

2.4.2. Điểm yếu – Weaknesses.....	33
2.4.3. Cơ hội – Opportunities.....	33
2.4.4. Thách thức - Threats.....	34
2.5. Yếu tố quyết định sử dụng sản phẩm của khách hàng .....	35
2.6. Chân dung khách hàng.....	36
2.7. Hoạt động phát triển thị trường của các đối thủ cạnh tranh.....	39
2.7.1. Ví MoMo .....	39
2.7.2. Ví ZaloPay .....	40
2.8. Hoạt động phát triển thị trường của app Viettel Money.....	42
2.8.1. Hợp tác phát triển E-voucher.....	43
2.8.2. Hợp tác với trường học .....	49
2.7.3. Hợp tác với các dịch vụ thanh toán điện nước, dịch vụ công, ...	50
2.8.4. Hợp tác với sàn thương mại điện tử.....	52
2.8.5. Tổ chức các sự kiện.....	53
2.8.6. Nâng cấp sản phẩm .....	56
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	58
CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ VÀ KIẾN NGHỊ.....	59
3.1. Kết luận của nghiên cứu.....	59
3.1.1. Thị phần.....	59
3.1.2. Các kết quả đạt được thông qua hoạt động hợp tác kinh doanh ..	60
3.1.3. So sánh với các đối thủ cạnh tranh.....	66
3.1.4. Các vấn đề còn tồn tại.....	68
3.1.5. Định hướng phát triển đối tác kinh doanh trong việc phát triển thị trường .....	69
3.2. Một số kiến nghị phát triển thị trường của app Viettel Money.....	69
3.2.1. Xây dựng chiến lược Marketing .....	69

3.2.2.	Xây dựng chiến lược hợp tác kinh doanh với các đối tác.....	70
3.2.3.	Phát triển đa dạng các đối tác hợp tác kinh doanh.....	72
3.2.4.	Phát triển các hình thức hợp tác kinh doanh.....	72
3.2.5.	Bán hàng trực tiếp trên app Viettel Money.....	73
TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....		75
KẾT LUẬN.....		76
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....		77