

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA
KHOA QUẢN LÝ DỰ ÁN

ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP
NGÀNH: QUẢN LÝ CÔNG NGHIỆP

ĐỀ TÀI
PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM THIẾT BỊ TẬP
THỞ CẢM TAY SAMSUNG MINDFLOW

Người hướng dẫn: TS. TRẦN THỊ HOÀNG GIANG

Sinh viên thực hiện: **ĐỖ NGUYỄN TƯỜNG VY**

Số thẻ sinh viên: 118210217

Lớp: 21QLCN2

Đà Nẵng, 06/2025

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA
KHOA QUẢN LÝ DỰ ÁN

ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP
NGÀNH: QUẢN LÝ CÔNG NGHIỆP

ĐỀ TÀI
PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM THIẾT BỊ TẬP
THỞ CẦM TAY SAMSUNG MINDFLOW

Người hướng dẫn: TS. TRẦN THỊ HOÀNG GIANG

Sinh viên thực hiện: ĐỖ NGUYỄN TƯỜNG VY

Số thẻ sinh viên: 118210217

Lớp: 21QLCN2

Đà Nẵng, 06/2025

TÓM TẮT

Tên đề tài: Phát triển sản phẩm thiết bị tập thở cầm tay Samsung MindFlow

Sinh viên thực hiện: Đỗ Nguyễn Tường Vy

Số thẻ SV: 118210217

Lớp: 21QLCN2

Sức khỏe tinh thần và thể chất đang trở thành mối quan tâm hàng đầu của nhiều người trong xã hội hiện đại. Trước nhu cầu ngày càng gia tăng về các giải pháp chăm sóc sức khỏe cá nhân một cách chủ động, Samsung Electronics Việt Nam SEV chuẩn bị giới thiệu ra thị trường thiết bị tập thở Samsung MindFlow. Đây là sản phẩm công nghệ mới hỗ trợ người dùng luyện tập thở một cách khoa học nhằm giảm căng thẳng, hỗ trợ giấc ngủ. Samsung MindFlow được tích hợp cảm biến BioActive đa năng kết hợp với công nghệ mô phỏng chuyển động hô hấp, mang đến trải nghiệm tập thở trực quan và sinh động. Thiết bị có khả năng kết nối với điện thoại thông minh, cho phép theo dõi và cá nhân hóa quá trình luyện tập. Với thiết kế tinh gọn, chất liệu an toàn và hướng đi phù hợp với xu thế sống lành mạnh, sản phẩm được kỳ vọng sẽ tạo được sự quan tâm và đón nhận tích cực từ phía người tiêu dùng khi ra mắt tại Việt Nam.

Những nội dung chính trong bài gồm:

- Chương 1: Hình thành và lựa chọn ý tưởng sản phẩm
- Chương 2: Thiết kế và thử nghiệm sản phẩm
- Chương 3: Phát triển chiến lược Marketing
- Chương 4: Phân tích và đánh giá hiệu quả tài chính
- Chương 5: Kế hoạch triển khai sản xuất và đưa sản phẩm ra thị trường

NHIỆM VỤ ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP

Họ tên sinh viên: Đỗ Nguyễn Tường Vy

Số thẻ sinh viên: 118210217

Lớp: 21QLCN2

Khoa: Quản lý Dự án

Ngành: Quản lý Công nghiệp

1. Tên đề tài đồ án:

Phát triển sản phẩm thiết bị tập thở cầm tay Samsung MindFlow

2. Đề tài thuộc diện: ☐ Có ký kết thỏa thuận sở hữu trí tuệ đối với kết quả thực hiện

3. Các số liệu và dữ liệu ban đầu:

- Các nguồn thông tin môi trường vi mô, vĩ mô
- Các nguồn thông tin về vấn đề căng thẳng, mất ngủ của người dân
- Các tài liệu liên quan khác

Nội dung các phần thuyết minh và tính toán:

- Chương 1: Hình thành và lựa chọn ý tưởng sản phẩm
- Chương 2: Thiết kế và thử nghiệm sản phẩm
- Chương 3: Phát triển chiến lược Marketing
- Chương 4: Phân tích và đánh giá hiệu quả tài chính
- Chương 5: Kế hoạch triển khai sản xuất và đưa sản phẩm ra thị trường

4. Các bản vẽ, đồ thị (ghi rõ các loại và kích thước bản vẽ):

.....

5. Họ tên người hướng dẫn: TS. Trần Thị Hoàng Giang

6. Ngày giao nhiệm vụ đồ án: 07/04/2025

7. Ngày hoàn thành đồ án: 09/06/2025

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2025

Trưởng Bộ môn Quản lý Công nghiệp

Người hướng dẫn

TS. Huỳnh Nhật Tố

TS. Trần Thị Hoàng Giang

LỜI NÓI ĐẦU

Trong bối cảnh thị trường không ngừng biến đổi, nhu cầu và kỳ vọng của người tiêu dùng ngày càng trở nên đa dạng và khắt khe hơn. Để tồn tại và phát triển bền vững, doanh nghiệp không thể chỉ tập trung vào lợi nhuận ngắn hạn, mà cần chủ động sáng tạo ra những sản phẩm thật sự hữu ích, mang lại giá trị thiết thực cho cuộc sống của khách hàng. Việc nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới không chỉ là một chiến lược tăng trưởng, mà còn là một cam kết lâu dài về chất lượng, sự đổi mới và trách nhiệm với cộng đồng. Từ nhận thức đó, em đã lựa chọn đề tài: “Phát triển sản phẩm thiết bị tập thở Samsung MindFlow”, với mục tiêu đề xuất một giải pháp công nghệ hỗ trợ cải thiện sức khỏe tinh thần. Đề tài tập trung nghiên cứu toàn bộ quá trình phát triển sản phẩm từ ý tưởng đến chiến lược thương mại hóa, hướng tới việc tạo ra một thiết bị vừa thực tiễn, vừa phù hợp với xu hướng sống khỏe hiện nay.

Trong suốt thời gian thực hiện đồ án, em đã nhận được nhiều sự giúp đỡ và động viên từ quý thầy cô Khoa Quản lý Dự án. Em xin chân thành cảm ơn quý thầy cô đã tạo điều kiện thuận lợi để em hoàn thành bài làm này. Em cũng xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến cô giáo hướng dẫn đã luôn tận tâm góp ý và đồng hành cùng em trong suốt quá trình triển khai đề tài. Mặc dù đã cố gắng thực hiện với thái độ nghiêm túc và tinh thần cầu tiến, bài làm vẫn khó tránh khỏi những hạn chế. Em rất mong nhận được những nhận xét, góp ý chân thành để có thể tiếp tục hoàn thiện trong học tập và công việc sau này.

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, em xin chân thành cảm ơn Ban Giám hiệu Trường Đại học Bách Khoa - Đại học Đà Nẵng cùng quý thầy cô Khoa Quản lý Công nghiệp đã tạo điều kiện cho em có môi trường học tập tốt trong suốt 4 năm qua. Thầy cô đã tận tình giảng dạy và trang bị cho em nền tảng kiến thức vững chắc trong suốt quá trình học tập tại trường. Em đặc biệt gửi lời cảm ơn đến cô TS. Trần Thị Hoàng Giang, người đã hướng dẫn, định hướng chuyên môn và đồng hành cùng em trong quá trình thực hiện đề tài. Những góp ý quý báu từ cô đã giúp em có thêm góc nhìn thực tế và khoa học để hoàn thiện bài đồ án. Mặc dù đã nỗ lực hết sức mình, nhưng vì thời gian và kinh nghiệm còn hạn chế, bài làm chắc chắn không tránh khỏi thiếu sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của quý thầy cô để có thể tiếp tục hoàn thiện bản thân và nâng cao năng lực chuyên môn trong tương lai. Em xin chân thành cảm ơn!

CAM ĐOAN

Em tên là Đỗ Nguyễn Tường Vy, lớp 21QLCN2, ngành Quản lý Công nghiệp, khoa Quản lý Dự án, em xin cam đoan rằng:

Đề tài “Phát triển sản phẩm thiết bị tập thở Samsung MindFlow”, là kết quả của quá trình nghiên cứu, học hỏi và thực hiện một cách nghiêm túc, độc lập dưới sự hướng dẫn của giảng viên TS. Trần Thị Hoàng Giang.

Toàn bộ nội dung trong đồ án được xây dựng dựa trên cơ sở lý thuyết kết hợp với phân tích thực tế và tham khảo từ các nguồn thông tin đáng tin cậy. Em đã xử lý và trình bày dữ liệu với tinh thần trung thực, khách quan và có trách nhiệm.

Em xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính chính xác, trung thực và nội dung của đồ án tốt nghiệp này.

Sinh viên thực hiện

Đỗ Nguyễn Tường Vy

MỤC LỤC

TÓM TẮT	i
NHIỆM VỤ ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP	ii
LỜI NÓI ĐẦU	iii
LỜI CẢM ƠN.....	iii
CAM ĐOAN.....	iv
MỤC LỤC.....	v
MỤC LỤC BẢNG BIỂU.....	viii
MỤC LỤC HÌNH ẢNH	ix
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: HÌNH THÀNH VÀ LỰA CHỌN Ý TƯỞNG SẢN PHẨM	3
1.1 Giới thiệu khái quát về sản phẩm và doanh nghiệp.....	3
1.1.1 Giới thiệu khái quát về công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam (SEV)	3
1.1.2 Giới thiệu khái quát về sản phẩm.....	7
1.2. Cơ sở hình thành ý tưởng sản phẩm	7
1.2.1 Tư duy đổi mới sáng tạo	7
1.2.2 Các nguồn hình thành ý tưởng.....	11
1.3. Phân tích môi trường và cơ hội phát triển sản phẩm.....	16
1.3.1. Môi trường vĩ mô	16
1.3.2 Phân tích môi trường vi mô theo mô hình 5 lực lượng cạnh tranh của Michael Porter	20
1.3.3 Phân tích SWOT	28
1.4 Mục tiêu phát triển sản phẩm.....	30
1.4.1 Mục tiêu về sản phẩm.....	30
1.4.2 Mục tiêu thị trường.....	31

CHƯƠNG 2: THIẾT KẾ VÀ THỬ NGHIỆM SẢN PHẨM.....	33
2.1 Thiết kế sản phẩm.....	33
2.1.1 Xác định mục đích, nguyên lý hoạt động, công dụng và đặc điểm kỹ thuật của sản phẩm	33
2.1.2. Thiết kế hệ thống và concept sản phẩm	37
2.1.3. Thiết kế sản phẩm mẫu (prototype).....	42
2.2 Thiết kế quy trình và công nghệ sản xuất.....	42
2.2.1. Lựa chọn công nghệ (tùy chọn nếu có).....	42
2.2.2. Xây dựng quy trình công nghệ sản xuất và các yêu cầu cung cấp.....	44
2.2.3. Các vấn đề liên quan đến SHTT của sản phẩm và công nghệ.....	45
CHƯƠNG 3: PHÁT TRIỂN CHIẾN LƯỢC MARKETING.....	48
3.1. Phân tích thị trường và khách hàng mục tiêu	48
3.1.1 Phân tích tình hình thị trường hiện tại	48
3.1.2 Các phân khúc thị trường và xác định thị trường mục tiêu cho sản phẩm ...	49
3.1.3 Định vị sản phẩm	57
3.2 Chiến lược và các thành tố của marketing mix	59
3.2.1 Chính sách sản phẩm.....	59
3.2.2 Chiến lược giá	67
3.2.3 Hệ thống kênh phân phối	71
3.2.4 Xúc tiến hỗn hợp.....	74
CHƯƠNG 4: PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH DỰ KIẾN.....	81
4.1 Quy mô sản xuất và doanh thu dự kiến:	81
4.1.1 Sản lượng sản phẩm dự kiến.....	81
4.1.2 Giá bán và tổng doanh thu dự kiến.....	82
4.2 Chi phí sản xuất và kết quả kinh doanh dự kiến.....	84
4.2.1 Các chi phí cho sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.....	84

4.2.2 Dự kiến về kết quả hoạt động kinh doanh	89
CHƯƠNG 5: KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI SẢN XUẤT VÀ ĐƯA SẢN PHẨM RA THỊ TRƯỜNG	91
5.1 Kế hoạch tổ chức sản xuất thử.....	91
5.1.1 Kế hoạch thử nghiệm sản phẩm	91
5.1.1.1 Kế hoạch thử nghiệm sản phẩm	91
5.1.1.2 Kế hoạch thử nghiệm sản phẩm ra thị trường	92
5.1.2 Kế hoạch sản xuất thử.....	93
5.2 Lập kế hoạch triển khai sản phẩm ra thị trường.....	95
5.2.1 Tổ chức phân phối sản phẩm.....	96
5.2.2 Kế hoạch triển khai các công cụ xúc tiến hỗn hợp	97
5.3 Các hoạt động hỗ trợ khách hàng.....	99
5.4 Thu hồi và tiêu hủy	100
KẾT LUẬN	102
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	103

MỤC LỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1.1 Bảng nhà cung cấp các chi tiết của thiết bị Samsung MindFlow.....	21
Bảng 1.2 So sánh đối thủ cạnh tranh của Samsung MindFlow.....	23
Bảng 1.3 Các sản phẩm thay thế của Samsung MindFlow	26
Bảng 2.1 Bảng thông số kỹ thuật của sản phẩm.....	36
Bảng 3.1 Bảng điểm đánh giá phân đoạn dựa trên độ tuổi.....	53
Bảng 3.2 Bảng điểm đánh giá phân đoạn dựa trên mức thu nhập.....	55
Bảng 3.3 Bảng điểm đánh giá phân đoạn dựa trên lợi ích tìm kiếm.....	56
Bảng 3.4 Bảng mô tả định vị	58
Bảng 4.1 Sản lượng sản phẩm Samsung MindFlow dự kiến từ năm 2026-2035..	82
Bảng 4.2 Giá bán thiết bị Samsung MindFlow qua các năm.....	83
Bảng 4.3 Doanh thu dự kiến từ năm 2026-2035.....	83
Bảng 4.4 Chi phí nguyên vật liệu của sản phẩm Samsung MindFlow	85
Bảng 4.5 Dự tính tổng chi phí nguyên vật liệu trực tiếp năm 2026.....	85
Bảng 4.6 Dự tính chi phí nhân công trực tiếp	86
Bảng 4.7 Dự tính chi phí sản xuất chung.....	87
Bảng 4.8 Dự tính chi phí tiêu thụ điện, nước trong năm 2026	87
Bảng 4.9 Dự tính giá vốn hàng bán năm 2026.....	88
Bảng 4.10 Dự tính chi phí bán hàng năm 2026	88
Bảng 4.11 Dự tính tổng chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2026.....	89
Bảng 4.12 Kết quả hoạt động kinh doanh dự kiến.....	89
Bảng 5.1 Kế hoạch triển khai sản phẩm ra thị trường.....	95
Bảng 5.2 Chi phí tổ chức phân phối sản phẩm.....	97
Bảng 5.3 Kế hoạch triển khai các công cụ xúc tiến hỗn hợp.....	98

MỤC LỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1 Logo Samsung Electronics.....	3
Hình 1.2 Hệ thống công ty Samsung tại Việt Nam.....	3
Hình 1.3 Quy trình Design Thinking	8
Hình 1.4 Mối quan hệ giữa nhịp tim (đo bằng điện tâm đồ) và nhịp thở.....	11
Hình 1.5 Thị trường thiết bị và nền tảng sức khỏe tâm thần.....	13
Hình 1.6 Các phản hồi về đồng hồ của khách hàng trên sàn thương mại Shopee. 15	
Hình 1.7 Các phản hồi về đồng hồ của khách hàng của sàn thương mại Lazada.. 15	
Hình 1.8 Tóm tắt phân tích môi trường vĩ mô.....	20
Hình 1.9 Tóm tắt mô hình 5 lực lượng cạnh tranh của Michael Porter	28
Hình 1.10 Phân tích SWOT	30
Hình 2.1 Sơ đồ hệ thống của thiết bị Samsung MindFlow	37
Hình 2.2 Sơ đồ hệ thống xử lý chuyển động của cảm biến gia tốc	38
Hình 2.3 Ba trục chuyển động XYZ.....	38
Hình 2.4 Sơ đồ hệ thống xử lý dữ liệu sinh học của người dùng.....	39
Hình 2.5 Nhịp tim bình thường và rung nhĩ.....	40
Hình 2.6 Sản phẩm mẫu của Samsung MindFlow.....	42
Hình 2.7 Sơ đồ quy trình công nghệ sản phẩm.....	44
Hình 2.8 Sơ đồ lắp ráp của Samsung MindFlow	45
Hình 3.1 Thị trường thiết bị y tế di động trong những năm 2025- 2030.....	48
Hình 3.2 Kim tự tháp cơ cấu dân số Việt Nam trong những năm 2019, 2039 và 2069 (Theo UNFPA)	54
Hình 3.3 Các lớp sản phẩm.....	59
Hình 3.4 Hộp đựng sản phẩm Samsung MindFlow	63
Hình 3.5 Mặt bên của hộp sản phẩm.....	63

Hình 3.6 Túi xách đựng sản phẩm.....	63
Hình 3.7 Chu kỳ tăng trưởng của sản phẩm.....	66
Hình 3.8 Cấu trúc kênh phân phối của công ty.....	71
Hình 3.9 Quảng cáo màn hình LED sản phẩm Samsung MindFlow.....	76
Hình 4.1 Mô hình đường cong chấp nhận sản phẩm.....	81

MỞ ĐẦU

1. Mục đích thực hiện đề tài

Trong những năm gần đây, sức khỏe tinh thần trở thành một chủ đề được quan tâm mạnh mẽ trên toàn cầu. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ tiên tiến, xu hướng sản xuất các thiết bị chăm sóc sức khỏe có tích hợp công nghệ ngày càng phổ biến. Samsung - một trong những thương hiệu công nghệ hàng đầu thế giới đã không ngừng nỗ lực nghiên cứu và cho ra đời các sản phẩm hỗ trợ nâng cao chất lượng sống cho người tiêu dùng. Trong bối cảnh đó, thiết bị Samsung MindFlow được công ty Samsung Electronics Việt Nam phát triển như một giải pháp hỗ trợ người dùng luyện tập thở sâu, giảm căng thẳng và cải thiện trạng thái tinh thần thông qua công nghệ cảm biến sinh học hiện đại và nền tảng AI thông minh.

Đề tài " Phát triển sản phẩm mới thiết bị tập thở cảm tay Samsung MindFlow" được thực hiện với mục đích nghiên cứu thị trường, xác định giá trị cốt lõi của sản phẩm, đồng thời đề xuất các định hướng marketing chiến lược phù hợp nhằm giúp sản phẩm dễ dàng tiếp cận với nhóm khách hàng mục tiêu, qua đó nâng cao khả năng cạnh tranh và khẳng định vị thế của thương hiệu Samsung trong lĩnh vực thiết bị chăm sóc sức khỏe cá nhân.

2. Mục tiêu đề tài

- Phân tích bối cảnh thị trường và xu hướng tiêu dùng liên quan đến sức khỏe tinh thần tại Việt Nam.
- Xác định phân khúc khách hàng tiềm năng cho sản phẩm Samsung MindFlow.
- Xây dựng quy trình phát triển sản phẩm mới dựa trên mô hình lý thuyết về Marketing công nghiệp.
- Đề xuất các định hướng chiến lược Marketing để hỗ trợ quá trình ra mắt và phát triển sản phẩm trên thị trường.

3. Phạm vi nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu tập trung vào thị trường Việt Nam, với đối tượng khách hàng là những người có nhu cầu cải thiện sức khỏe tinh thần, đặc biệt là người thường xuyên gặp áp lực trong cuộc sống hiện đại và các vấn đề về rối loạn giấc ngủ.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp: Các nguồn tài liệu chính bao gồm tài liệu về chuyên ngành marketing, báo cáo xu hướng thị trường, tình hình dân số, thông tin từ trang web chính thức của Samsung, cùng với các tài liệu học thuật liên quan đến lĩnh vực nghiên cứu.

vực chăm sóc sức khỏe tinh thần. Việc tổng hợp dữ liệu từ các nguồn đáng tin cậy này giúp xây dựng nền tảng lý luận vững chắc cho đề tài.

- Phương pháp phân tích định tính: Tập trung đánh giá các yếu tố môi trường vĩ mô và vi mô ảnh hưởng đến khả năng phát triển của sản phẩm Samsung MindFlow tại thị trường Việt Nam. Các mô hình phân tích như PEST, SWOT và mô hình 5 áp lực cạnh tranh của Michael Porter được sử dụng để xác định cơ hội, thách thức cũng như điểm mạnh, điểm yếu trong chiến lược phát triển sản phẩm.

- Phương pháp tổng hợp và đề xuất giải pháp: Dựa trên dữ liệu đã phân tích, đề tài đưa ra các định hướng phát triển sản phẩm, chiến lược marketing và kế hoạch triển khai cụ thể nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và mức độ chấp nhận sản phẩm khi ra mắt.

5. Cấu trúc đồ án tốt nghiệp

- Chương 1: Hình thành và lựa chọn ý tưởng sản phẩm
- Chương 2: Thiết kế và thử nghiệm sản phẩm
- Chương 3: Phát triển chiến lược Marketing
- Chương 4: Phân tích và đánh giá hiệu quả tài chính
- Chương 5: Kế hoạch triển khai sản xuất và đưa sản phẩm ra thị trường

CHƯƠNG 1: HÌNH THÀNH VÀ LỰA CHỌN Ý TƯỞNG SẢN PHẨM

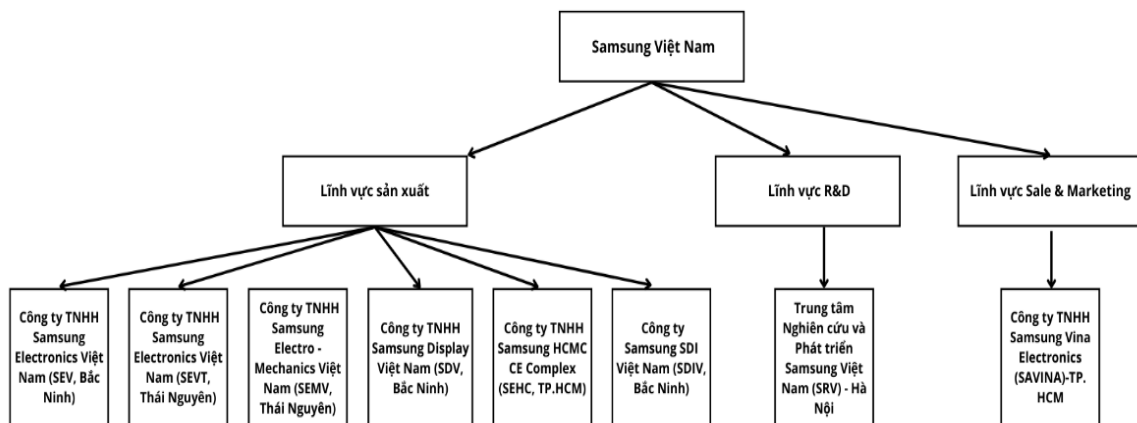
1.1 Giới thiệu khái quát về sản phẩm và doanh nghiệp

1.1.1 Giới thiệu khái quát về công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam (SEV)



Hình 1.1 Logo Samsung Electronics

Công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam (SEV) với mã số thuế 2300325764 là một trong những công ty con thuộc tập đoàn Samsung đa quốc gia tại Hàn Quốc. Samsung bắt đầu hoạt động tại Việt Nam từ năm 2008 và hiện có 6 công ty về sản xuất, một công ty về bán hàng, tiếp thị và một trung tâm nghiên cứu và phát triển. Kể từ khi chính thức đầu tư vào thị trường Việt Nam, công ty mở ra hàng chục nghìn cơ hội việc làm cho người lao động trên khắp cả nước. Ngoài sản xuất, Samsung cam kết hỗ trợ cộng đồng thông qua các chương trình đào tạo nhân lực, phát triển công nghệ và đóng góp vào sự tăng trưởng kinh tế bền vững của Việt Nam.



Hình 1.2 Hệ thống công ty Samsung tại Việt Nam

Samsung Việt Nam hiện đang vận hành một hệ thống sản xuất quy mô lớn bao gồm 6 nhà máy ở khắp các tỉnh như Bắc Ninh, Thái Nguyên và thành phố Hồ Chí Minh. Các công ty con của Samsung tại Việt Nam sản xuất đa dạng trong nhiều lĩnh vực công nghệ, không chỉ giới hạn ở thiết bị di động.

- Công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam (SEV) chuyên sản xuất và lắp ráp thiết bị di động, linh kiện điện tử, đồng hồ, tai nghe, máy tính xách tay và thiết bị thu phát sóng.
- Công ty TNHH Samsung Display Việt Nam (SDV) tập trung sản xuất màn hình OLED cao cấp.
- Samsung SDI Việt Nam (SDIV) đảm nhiệm sản xuất pin sạc, đặc biệt là pin lithium-ion.
- Công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam Thái Nguyên (SEVT) chuyên sản xuất linh kiện điện tử và lắp ráp điện thoại di động, máy tính bảng.
- Công ty TNHH Samsung Electro-Mechanics Việt Nam (SEMV) chuyên sản xuất bảng mạch in, camera module và linh kiện điện tử.
- Samsung HCMC CE Complex (SEHC) là tổ hợp sản xuất các sản phẩm điện tử gia dụng như TV, máy giặt, tủ lạnh.

Tất cả các nhà máy này đóng vai trò cốt lõi trong chuỗi cung ứng toàn cầu của Samsung, góp phần giúp Việt Nam trở thành một trong những cứ điểm sản xuất quan trọng nhất của tập đoàn trên thế giới.

Dựa trên các yếu tố về năng lực sản xuất, kinh nghiệm lâu năm và khả năng phối hợp kỹ thuật cao, Samsung Electronics Việt Nam (SEV) - đặt tại Khu công nghiệp Yên Phong, tỉnh Bắc Ninh được đánh giá là địa điểm phù hợp nhất để sản xuất thiết bị tập thở thông minh thuộc dòng sản phẩm chăm sóc sức khỏe tinh thần. SEV là nhà máy đầu tiên của Samsung tại Việt Nam, đi vào hoạt động từ năm 2009, với tổng vốn đầu tư ban đầu gần 700 triệu USD, sau đó liên tục được mở rộng lên hàng tỷ USD. Đây cũng là một trong những cơ sở sản xuất chiến lược toàn cầu của tập đoàn Samsung, đóng vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng các thiết bị điện tử tiêu dùng, đặc biệt là điện thoại thông minh và thiết bị đeo thông minh.

SEV có thể mạnh mẽ trong sản xuất các thiết bị công nghệ cao với thiết kế nhỏ gọn, đòi hỏi độ chính xác kỹ thuật cao tương đồng với đặc điểm của thiết bị tập thở. Nhà máy này đã chứng minh năng lực vượt trội trong việc sản xuất hàng loạt các dòng sản phẩm như Galaxy S series, Galaxy Buds, Galaxy Watch,... với quy trình kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt và hệ thống tự động hóa tiên tiến.

Một lợi thế chiến lược khác là vị trí địa lý của Samsung Electronics Việt Nam tại Bắc Ninh, khi chỉ cách trung tâm R&D (SRV) tại Hà Nội khoảng 40 km, và nằm gần Samsung SDI Việt Nam. Điều này cho phép tối ưu hóa chuỗi cung ứng, và tăng cường

hiệu quả trong việc thử nghiệm, điều chỉnh, sản xuất.

Với nền tảng sản xuất tinh vi, năng lực kỹ thuật cao, kinh nghiệm sản xuất thiết bị công nghệ quy mô lớn và khả năng linh hoạt trong việc đưa sản phẩm mới ra thị trường, SEV là nơi lý tưởng để hiện thực hóa thiết bị tập thở hỗ trợ giảm căng thẳng và giấc ngủ - một giải pháp công nghệ cá nhân hóa, hứa hẹn góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống và sức khỏe tinh thần cho người dùng hiện đại.

1.1.1.1 Tầm nhìn sứ mệnh

Samsung Electronics Việt Nam (SEV) cam kết hoạt động một cách có trách nhiệm với vai trò là một trong những tập đoàn hàng đầu toàn cầu, hướng tới mục tiêu trở thành “công ty kỹ thuật số hàng đầu thế giới”. Chúng tôi nỗ lực mang đến một lối sống thông minh hơn cho khách hàng trên toàn cầu.

Triết lý kinh doanh của Samsung Electronics Việt Nam (SEV) luôn đơn giản và nhất quán: công hiến tài năng và công nghệ của mình để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ vượt trội đóng góp cho một xã hội toàn cầu tốt đẹp hơn. Để thực hiện điều đó, Samsung luôn đặt con người và công nghệ làm trọng tâm trong mọi chiến lược phát triển.

1.1.1.2 Chiến lược phát triển của công ty

Tại Việt Nam, Samsung Electronics Việt Nam (SEV) không chỉ đóng vai trò là trung tâm sản xuất chiến lược mà còn là mắt xích quan trọng trong việc triển khai các chiến lược phát triển toàn diện, đặc biệt trong lĩnh vực thiết bị đeo thông minh như đồng hồ Galaxy Watch - dòng sản phẩm tiêu biểu trong hệ sinh thái công nghệ chăm sóc sức khỏe cá nhân hóa.

Chiến lược phân biệt: SEV áp dụng chiến lược phân biệt hóa rộng rãi để tạo ra sự khác biệt rõ rệt so với các đối thủ cạnh tranh. Đặc biệt đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu và phát triển (R&D), cho ra mắt các dòng sản phẩm cao cấp như Galaxy Watch5 Pro và Galaxy Watch6 Classis. Những thiết bị này không chỉ được tích hợp các công nghệ tiên tiến như theo dõi sức khỏe 24/7, đo điện tâm đồ (ECG), và theo dõi giấc ngủ bằng AI, mà còn có thiết kế tinh xảo, phù hợp với đối tượng khách hàng cao cấp có yêu cầu cao về chất lượng, thẩm mỹ và tính cá nhân hóa. Việc SEV tham gia vào quá trình sản xuất và hoàn thiện những sản phẩm này cho thấy năng lực trong việc hiện thực hóa các thiết kế phức tạp và yêu cầu kỹ thuật cao. Đây chính là minh chứng rõ nét cho chiến lược phân biệt hóa mà SEV đang theo đuổi trong lĩnh vực thiết bị đeo.

Chiến lược không phân biệt: Song song với việc phát triển sản phẩm cao cấp, SEV

cũng hỗ trợ sản xuất các dòng thiết bị đeo thông minh có giá cả phải chăng hơn, phù hợp với đại đa số người tiêu dùng. Các phiên bản Galaxy Watch Active hay Watch 4 phiên bản tiêu chuẩn được tối ưu hóa để cân bằng giữa chi phí và tính năng, nhằm mở rộng thị trường đến nhóm khách hàng phổ thông, đặc biệt tại các thị trường đang phát triển như Việt Nam, Ấn Độ và Đông Nam Á. Chiến lược này giúp công ty duy trì thị phần lớn và tăng mức độ nhận diện thương hiệu trên diện rộng.

Chiến lược tập trung: SEV cũng sử dụng chiến lược tập trung thông qua việc phát triển những tính năng đặc thù trong đồng hồ thông minh, phục vụ các nhóm người dùng chuyên biệt. Ví dụ, các dòng Galaxy Watch chuyên biệt cho từng phân khúc như: phiên bản Pro cho người yêu thể thao, và dòng FE giá rẻ cho giới trẻ. Mỗi sản phẩm được thiết kế với tính năng, chất liệu và trải nghiệm riêng biệt, phù hợp với thói quen sử dụng và khả năng chi trả của từng đối tượng. Sản phẩm cũng được kết hợp hệ sinh thái SmartThings và tính năng chăm sóc sức khỏe chuyên sâu để tăng giá trị sử dụng.

Chiến lược vi mô: Tại Việt Nam, SEV cùng các bộ phận tiếp thị và phân phối địa phương cũng linh hoạt điều chỉnh sản phẩm và chiến dịch truyền thông để phù hợp với thị hiếu và hành vi tiêu dùng bản địa. Đồng hồ Galaxy Watch được bán kèm với các ưu đãi đặc biệt tại các hệ thống phân phối như Thế Giới Di Động, FPT Shop, kết hợp cùng chiến dịch quảng bá với người nổi tiếng Việt Nam trong lĩnh vực thể thao và giải trí. Ngoài ra, các tính năng như hỗ trợ ngôn ngữ tiếng Việt, định vị nội địa cũng được tùy chỉnh để phù hợp hơn với nhu cầu thị trường trong nước và khu vực châu Á.

Không chỉ tập trung vào tăng trưởng doanh số, SEV còn hưởng ứng tích cực trong chiến lược phát triển bền vững của Samsung Electronics. Chiến lược môi trường toàn diện nhằm ứng phó với biến đổi khí hậu, với cam kết đạt mức phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050. Hãng tập trung phát triển các sản phẩm tiết kiệm năng lượng, sử dụng tài nguyên hiệu quả, đồng thời đầu tư vào công nghệ đổi mới vì một hành tinh tốt đẹp hơn. Samsung Electronics cũng đặt mục tiêu kết hợp sử dụng 50% nhựa tái chế trong sản phẩm vào năm 2030, và hướng đến 100% vào năm 2050 [1]. Bên cạnh đó, Samsung cũng thực hiện nhiều chương trình thu cũ đổi mới nhằm thu hồi và tái chế thiết bị cũ giúp giảm lượng rác thải ra ngoài môi trường. Những nỗ lực này cho thấy SEV không chỉ quan tâm đến lợi nhuận, mà còn đề cao trách nhiệm xã hội và sự phát triển bền vững toàn cầu.

Tóm lại, chiến lược phát triển của SEV thể hiện sự kết hợp hiệu quả giữa đa dạng hóa chiến lược thị trường và định hướng phát triển bền vững. Thông qua việc áp dụng

đồng thời các chiến lược marketing phân biệt, không phân biệt, tập trung và vi mô đã giúp Samsung chinh phục nhiều phân khúc khách hàng khác nhau trên toàn cầu. Bên cạnh đó, chú trọng nghiên cứu và phát triển sản phẩm cùng với định hướng phát triển bền vững không chỉ thể hiện trách nhiệm xã hội mà còn là nền tảng cho sự tăng trưởng ổn định của doanh nghiệp trong tương lai.

1.1.2 Giới thiệu khái quát về sản phẩm

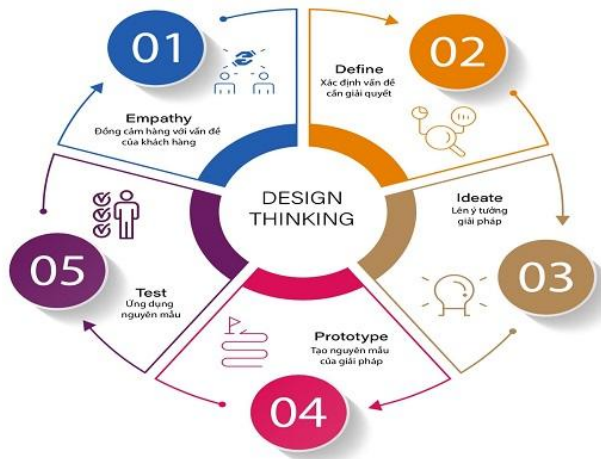
Trong bối cảnh các vấn đề sức khỏe tinh thần trong xã hội hiện đại ngày càng phát triển theo chiều hướng gia tăng, nhu cầu tìm kiếm những giải pháp chăm sóc sức khỏe tinh thần hiệu quả trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Nhận thấy điều này, Samsung Electronics Việt Nam (SEV) đã phát triển Samsung MindFlow - thiết bị tập thở giúp giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ, mang đến một phương pháp chủ động và khoa học để cải thiện sức khỏe tinh thần.

Lấy cảm hứng từ nhu cầu thư giãn nhanh chóng và tiện lợi, thiết bị được thiết kế nhỏ gọn, dễ mang theo, cho phép người dùng luyện tập thở ở bất cứ đâu từ văn phòng làm việc đến không gian thư giãn tại nhà. Điểm nổi bật của sản phẩm nằm ở khả năng mô phỏng nhịp thở sinh lý một cách chân thực thông qua chuyển động phòng - xẹp nhẹ nhàng trong lòng bàn tay, giúp tạo sự kết nối tự nhiên giữa cơ thể và tâm trí. Thiết bị tích hợp các cảm biến sinh trắc học đa năng hiện đại, cho phép theo dõi nhịp tim (HR), độ dao động nhịp tim (HRV) và nồng độ oxy trong máu, đo điện tâm đồ từ đó đánh giá chính xác tình trạng căng thẳng. Ngoài ra, sản phẩm còn cung cấp phản hồi sinh học theo thời gian thực, đề xuất bài tập thở cá nhân hóa và kết nối với ứng dụng theo dõi sức khỏe trên điện thoại, giúp người dùng dễ dàng theo dõi sự cải thiện về sức khỏe tinh thần.

1.2. Cơ sở hình thành ý tưởng sản phẩm

1.2.1 Tư duy đổi mới sáng tạo

Samsung Electronics Việt Nam (SEV) đã ứng dụng phương pháp Design Thinking, tư duy thiết kế lấy con người làm trọng tâm để hình thành ý tưởng cho sản phẩm mới. Đây là một cách tiếp cận sáng tạo khuyến khích việc đặt câu hỏi giúp doanh nghiệp thấu hiểu sâu sắc nhu cầu của người tiêu dùng từ đó xây dựng giải pháp phù hợp nhất với vấn đề. Design Thinking hỗ trợ quá trình phân tích, đánh giá toàn diện và đưa ra hướng giải quyết hiệu quả, đáp ứng đúng nhu cầu thực tế của khách hàng.



Hình 1.3 Quy trình Design Thinking

1.2.1.1 Đồng cảm (Empathy)

Sử dụng công cụ 5 Whys để xác định nguyên nhân gốc rễ của việc hình thành nên ý tưởng sản xuất sản phẩm “Samsung MindFlow”, các câu hỏi có thể là:

- Tại sao khách hàng cần phải có sản phẩm “Samsung MindFlow”? => Vì khách hàng cần một giải pháp hỗ trợ giảm căng thẳng và dễ dàng đi vào giấc ngủ.
- Tại sao khách hàng cần một giải pháp hỗ trợ giảm căng thẳng và dễ dàng đi vào giấc ngủ? => Vì khách hàng cảm thấy áp lực, căng thẳng trong cuộc sống hàng ngày và gặp các vấn đề về giấc ngủ như khó vào giấc ngủ, ngủ hay thức giấc giữa đêm hoặc ngủ không sâu giấc.
- Tại sao khách hàng cảm thấy áp lực, căng thẳng trong cuộc sống hàng ngày và gặp các vấn đề về giấc ngủ? => Vì họ phải đối mặt với nhiều áp lực trong cuộc sống như điểm số, khối lượng công việc lớn, hoặc các mối quan hệ gia đình, xã hội không ổn định,... đồng thời bị ảnh hưởng bởi các yếu tố khác như môi trường sống không lý tưởng, thói quen sinh hoạt thiếu điều độ hoặc bệnh nền (như lo âu, trầm cảm, rối loạn nội tiết,...). mà vẫn chưa thể tìm ra giải pháp giải tỏa căng thẳng và giấc ngủ tiện lợi, hiệu quả.
- Tại sao khách hàng đối mặt với những vấn đề như vậy nhưng mà vẫn chưa thể tìm ra giải pháp tiện lợi, hiệu quả? => Vì khách hàng không có đủ thời gian và phương pháp hiệu quả để thư giãn, giải tỏa căng thẳng và giải quyết các vấn đề về giấc ngủ một cách chủ động.
- Tại sao khách hàng không có đủ thời gian và phương pháp hiệu quả để giải quyết vấn đề? => Vì họ thiếu một công cụ hoặc phương pháp khoa học giúp giảm căng thẳng và giấc ngủ một cách nhanh chóng, hiệu quả.

Như vậy nguyên nhân chính để hình thành nên ý tưởng sản phẩm “Samsung MindFlow” đó là khách hàng thiếu một công cụ hoặc phương pháp khoa học giúp giảm căng thẳng và giấc ngủ hiệu quả.

1.2.1.2 Xác định (Define)

Trong nhịp sống hiện đại đầy hối hả, căng thẳng đã trở thành một vấn nạn sức khỏe tâm thần đáng báo động, lan rộng trong cộng đồng, đặc biệt ảnh hưởng nặng nề đến học sinh, sinh viên và người đi làm. Tại Việt Nam, một khảo sát cho thấy 42% người lao động thường xuyên gặp phải căng thẳng. Đặc biệt, trong nhóm sinh viên y khoa, tỷ lệ căng thẳng ở mức độ nhẹ và vừa lên tới 97,9%, trong đó 62,7% sinh viên gặp căng thẳng mức độ vừa. Tình trạng căng thẳng kéo dài không chỉ ảnh hưởng đến sức khỏe tinh thần mà còn là nguyên nhân phổ biến gây ra các vấn đề về giấc ngủ như khó ngủ, mất ngủ, ngủ chập chờn hoặc tỉnh giấc nhiều lần trong đêm. Bên cạnh căng thẳng, các yếu tố khác như thói quen sinh hoạt thiếu khoa học, môi trường ngủ không phù hợp, hoặc bệnh nền cũng góp phần khiến chất lượng giấc ngủ ngày càng suy giảm. Giấc ngủ kém không chỉ làm suy giảm hiệu suất làm việc và học tập mà còn làm tăng nguy cơ mắc các bệnh lý nghiêm trọng như cao huyết áp, tiểu đường, trầm cảm và suy giảm miễn dịch.

Mặc dù đã có nhiều nỗ lực trong việc phát triển các phương pháp giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ, các giải pháp hiện tại như thiền, trị liệu tâm lý, dùng thuốc nhưng vẫn còn thụ động, thiếu tương tác và khó đánh giá hiệu quả. Điều này đặt ra một yêu cầu cấp thiết về một giải pháp mới có tính chủ động, dễ tiếp cận và có khả năng theo dõi, cải thiện tình trạng sức khỏe một cách rõ ràng, đo lường được. Xuất phát từ nhu cầu này, SEV phát triển sản phẩm Samsung MindFlow - thiết bị tập thở thông minh giúp người dùng giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ hiệu quả thông qua các bài thở khoa học, kết hợp cảm biến theo dõi chỉ số sức khỏe theo thời gian thực và khách hàng có thể theo dõi kết quả luyện tập thông qua ứng dụng hỗ trợ của sản phẩm.

1.2.1.3 Sáng tạo (Ideate)

Thông qua vấn đề vừa được xác định ở trên, SEV đã quyết định hình thành ý tưởng sản xuất sản phẩm “Samsung MindFlow”. Tại thị trường Việt Nam hầu hết các phương pháp hỗ trợ vấn đề trên hiện nay như thiền, nhạc thư giãn, hoặc vòng đeo tay chỉ mang tính thụ động thì thiết bị hỗ trợ tập thở mang đến trải nghiệm tương tác cảm giác hoàn toàn mới: thiết bị mô phỏng chính xác nhịp thở lý tưởng bằng cách co giãn phồng lên và xẹp xuống trong lòng bàn tay người dùng. Thay vì phải nhìn vào màn hình hay lắng nghe hướng dẫn, người dùng có thể hoàn toàn dựa vào cảm nhận xúc giác để luyện tập

một cách hiệu quả.

Tính mới lạ của Samsung MindFlow còn nằm ở điểm có sử dụng công nghệ sinh trắc học với cảm biến đa năng bằng cách trang bị cảm biến đặt dưới ngón tay cái đo nhịp tim (HR) và chỉ số biến thiên nhịp tim (HRV - Heart Rate Variability), đo nồng độ oxy trong máu, ECG. Sản phẩm có khả năng phản hồi sinh học theo thời gian thực (real-time biofeedback), từ đó đưa ra phản hồi tức thì thông qua ứng dụng về trạng thái sức khỏe, mức độ cải thiện sau mỗi lần luyện tập và nhờ công nghệ AI cá nhân hóa đề xuất bài tập thở trong vòng 30 giây đầu. Điều này giúp người dùng không chỉ cảm nhận sự thư giãn mà còn nhìn thấy hiệu quả cụ thể trên số liệu, đó là điều hiếm thấy ở các sản phẩm thiền hay sản phẩm giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ hiện tại.

Không chỉ đơn thuần là một thiết bị tập thở, sản phẩm đại diện cho một xu hướng chăm sóc tinh thần chủ động. Thiết kế nhỏ gọn, dễ mang theo, giao diện tối giản và cách sử dụng dễ dàng giúp người dùng duy trì thói quen dễ dàng, sản phẩm có thể dùng ở nhiều nơi dù ở văn phòng, trên xe hay trước khi đi ngủ. Đây là sản phẩm đầu tiên trên thị trường kết hợp hài hòa giữa công nghệ, xúc giác, khoa học thần kinh, mang lại trải nghiệm thư giãn toàn diện.

1.2.1.4 Thiết kế mẫu (Prototype)

Trong quy trình thiết kế sản phẩm Samsung MindFlow, bước thiết kế mẫu đóng vai trò quan trọng trong việc hiện thực hóa ý tưởng và kiểm tra tính khả thi của sản phẩm trước khi phát triển hoàn chỉnh. Bằng cách xây dựng các nguyên mẫu (prototype), phòng thiết kế và phòng nghiên cứu và phát triển sản phẩm có thể hợp tác mô phỏng giao diện và chức năng của sản phẩm, từ đó thu thập phản hồi từ người dùng thử và các bên liên quan. Điều này giúp phát hiện sớm các vấn đề về trải nghiệm của người dùng, giảm thiểu rủi ro và chi phí phát triển sản phẩm sau này. Nhờ vào bước thiết kế mẫu, sản phẩm Samsung MindFlow có thể được hoàn thiện và tối ưu hóa trước khi ra mắt chính thức.

1.2.1.5 Kiểm tra (Test)

Kiểm tra là bước cuối cùng trong quy trình tư duy thiết kế (Design Thinking), đóng vai trò thiết yếu trong việc đánh giá hiệu quả và tính khả thi của sản phẩm, bước này cần lặp đi lặp lại nhiều lần cho đến khi đạt kết quả mong muốn. Trong suốt giai đoạn này, việc liên tục thử nghiệm và thu thập phản hồi từ người dùng là rất quan trọng để tiếp tục cải tiến sản phẩm và đưa ra cách giải quyết các vấn đề còn tồn tại. Các phản hồi bao gồm lỗi không đạt yêu cầu đề ra và ý kiến cảm quan của khách hàng về sản phẩm là hai yếu tố quan trọng để phát triển và hoàn thiện sản phẩm. Vì vậy, Samsung Electronics

Việt Nam (SEV) cần bám sát thực tế và đảm bảo có những thay đổi phù hợp để tạo ra sản phẩm thực sự chất lượng và giải quyết được các vấn đề của khách hàng, nâng cao thành công cho sản phẩm khi ra mắt thị trường.

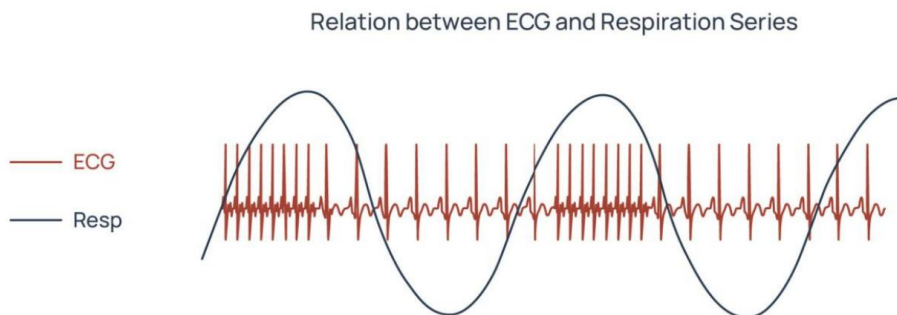
1.2.2 Các nguồn hình thành ý tưởng

Ý tưởng cho sản phẩm Samsung MindFlow được hình thành từ sự kết hợp giữa tư duy thiết kế sáng tạo và việc thu thập, phân tích thông tin từ nhiều nguồn khác nhau. Để phát triển ý tưởng này, Samsung Electronics Việt Nam (SEV) đã áp dụng phương pháp Design Thinking kết hợp với việc tổng hợp dữ liệu từ các nguồn thông tin bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Việc kết hợp này giúp SEV tạo ra một sản phẩm không chỉ mang tính sáng tạo mà còn thực tế và phù hợp với nhu cầu thị trường.

1.2.2.1 Nguồn thông tin bên ngoài

Thở chậm có tác động sâu sắc lên hoạt động thần kinh hệ thần kinh tự chủ. Kỹ thuật này làm tăng sóng alpha, giảm sóng theta trên EEG - Electroencephalogram, thúc đẩy sự đồng bộ hóa trong mạng DMN - Default Mode Network và điều chỉnh các vùng não liên quan đến cảm xúc. Đồng thời, thở chậm tăng cường hoạt động dây thần kinh phế vị, hỗ trợ thư giãn sâu và tối ưu hóa chức năng tim mạch [2].

Việc tập thở chậm có kiểm soát giúp kích hoạt hệ thần kinh phó giao cảm, đồng thời làm giảm hoạt động của hệ thần kinh giao cảm, từ đó tăng khả năng điều hòa nhịp tim (Heart Rate Variability - HRV). Khi hít vào, hoạt động của dây thần kinh phế vị giảm, khiến nhịp tim tăng nhẹ; ngược lại, khi thở ra, dây phế vị hoạt động mạnh hơn, giúp làm chậm nhịp tim. Quá trình này tạo ra một hiện tượng sinh lý lành mạnh gọi là loạn nhịp xoang hô hấp - biểu hiện của sự đồng bộ tự nhiên giữa nhịp thở và nhịp tim.



Hình 1.4 Mối quan hệ giữa nhịp tim (đo bằng điện tâm đồ) và nhịp thở

Tổng hợp các nghiên cứu cho thấy, điều hòa hơi thở bằng kỹ thuật thở chậm mang

lại hai lợi ích then chốt: giảm căng thẳng hiệu quả và nâng cao chất lượng giấc ngủ.

Thông tin về vấn đề căng thẳng

Trong thời gian gần đây, các vấn đề liên quan đến sức khỏe tâm thần đang nổi lên như một mối lo ngại lớn, gây ảnh hưởng sâu sắc không chỉ đến cuộc sống của từng cá nhân mà còn đến cộng đồng và toàn xã hội. Đặc biệt, khi áp lực từ học hành, công việc cũng như ảnh hưởng từ thiên tai, dịch bệnh ngày càng gia tăng, các rối loạn tâm thần do căng thẳng trở nên nghiêm trọng hơn và cần được quan tâm hơn.

Theo báo Sức khỏe & Đời sống, tỷ lệ người gặp vấn đề về sức khỏe tâm thần đã gia tăng đáng kể trong những năm gần đây. Đặc biệt, trong năm 2022, WHO ước tính có khoảng 1/8 người trưởng thành trên toàn thế giới trải qua tình trạng lo âu và căng thẳng. Một khảo sát gần đây từ Bệnh viện Tâm thần Trung ương chỉ ra rằng khoảng 20% người trưởng thành ở Việt Nam (15 triệu người) gặp phải các vấn đề liên quan đến căng thẳng, lo âu và trầm cảm trong năm 2023 [3]. Các yếu tố chính bao gồm căng thẳng công việc, áp lực tài chính và mối quan hệ gia đình.

Theo báo Tuổi trẻ, trong khuôn khổ Hội nghị doanh nghiệp Vương quốc Bỉ - Luxembourg tại Việt Nam, các chuyên gia cho biết, tại Việt Nam, khoảng 42% người lao động thường xuyên gặp căng thẳng. Riêng công nhân, có 22% cho biết cuộc sống cá nhân và gia đình là nguyên nhân chính gây căng thẳng tại nơi làm việc.

Căng thẳng ở lứa tuổi học sinh, sinh viên ngày càng phổ biến do nhiều nguyên nhân như: khối lượng học tập quá tải, áp lực thi cử, áp lực từ gia đình và xã hội, khó khăn trong tài chính. Nhiều khảo sát cho thấy tỷ lệ học sinh, sinh viên gặp vấn đề về tâm lý khá cao.

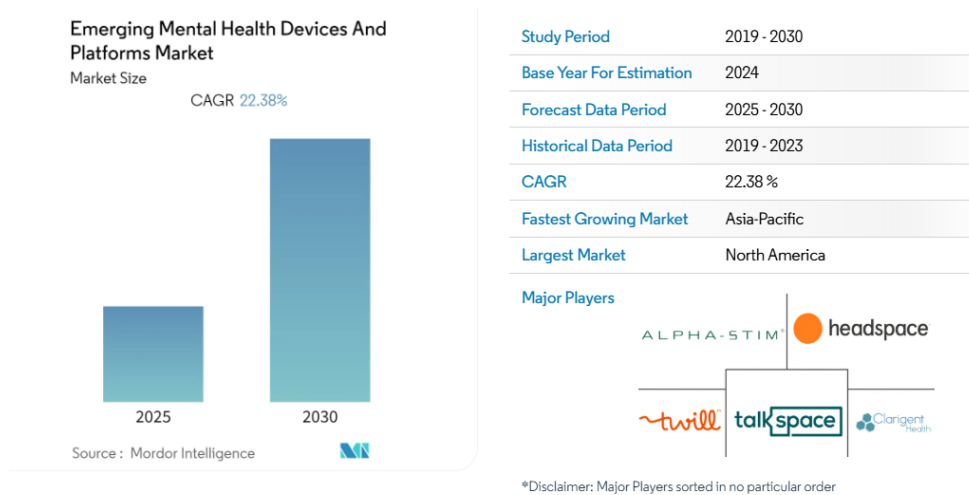
Theo Đài Phát Thanh và Truyền Hình Thái Bình (2023), có hơn 35% bệnh nhân đến khám tại Bệnh viện Tâm thần Thái Bình đang mắc các rối loạn liên quan đến áp lực cuộc sống. Tuy nhiên, tỷ lệ người phát hiện và điều trị bệnh từ giai đoạn sớm lại rất thấp, chỉ dưới 20%, cho thấy nhiều người vẫn chưa ý thức đầy đủ về tình trạng sức khỏe tâm thần của bản thân.

Thông tin về vấn đề mất ngủ

Theo thông tin Bộ Y tế Việt Nam, hiện nay tỷ lệ người mắc bệnh lý rối loạn giấc ngủ trên thế giới và tại Việt Nam đang gia tăng. Trên thế giới, khoảng 20-30% trẻ em, 20% thanh thiếu niên, 10-30% người trưởng thành và 50% người già gặp các vấn đề về giấc ngủ. Tại Việt Nam, ước tính có khoảng 10 triệu người Việt gặp các vấn đề về giấc

ngủ, trong đó khoảng 20% trẻ em, 15-20% thanh thiếu niên, 15-20% người trưởng thành và 30-40% người già mắc rối loạn giấc ngủ [4]. Các bệnh đồng mắc phổ biến bao gồm trầm cảm, lo âu, bệnh tim mạch và tiểu đường.

Theo như phân tích của Mordor Intelligence, ngành công nghiệp thiết bị và nền tảng hỗ trợ sức khỏe tinh thần hiện đang trải qua một giai đoạn chuyển mình mạnh mẽ, nhờ vào tiến bộ công nghệ và sự chấp nhận rộng rãi đối với các giải pháp chăm sóc sức khỏe kỹ thuật số. Thị trường này được dự báo sẽ có tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) đạt 22,38% trong giai đoạn từ năm 2025 đến 2030 [5].



Hình 1.5 Thị trường thiết bị và nền tảng sức khỏe tâm thần

Kết luận: Trước thực trạng căng thẳng và rối loạn giấc ngủ gia tăng, thở chậm nổi lên như một phương pháp khoa học hiệu quả và an toàn giúp điều hòa hệ thần kinh và cải thiện sức khỏe tinh thần. Cùng với xu hướng tăng trưởng mạnh mẽ của thị trường thiết bị sức khỏe tâm thần và y tế di động, đây là cơ hội lớn để phát triển các sản phẩm hỗ trợ thở chậm, đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe cá nhân hiện đại.

1.2.2.2 Nguồn thông tin bên trong doanh nghiệp

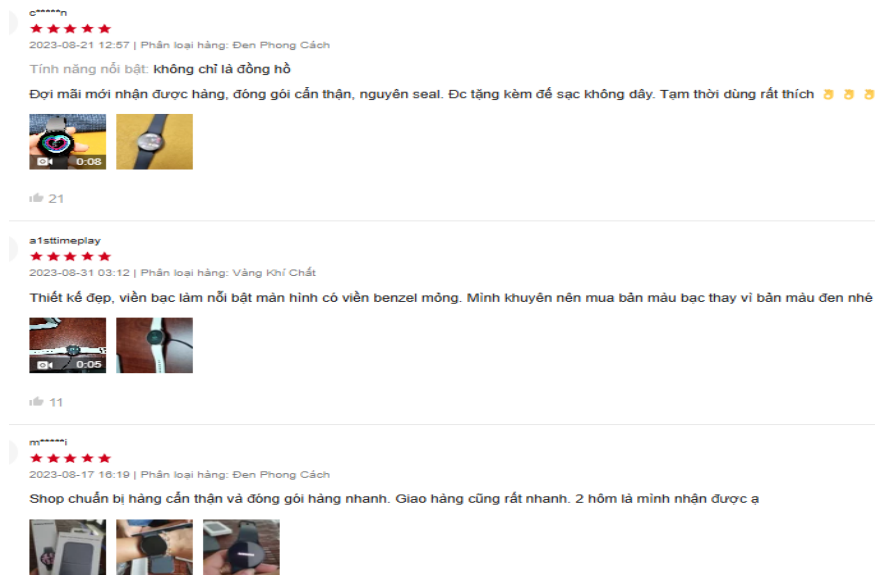
Samsung Electronics Việt Nam (SEV) Bắc Ninh là một trong những nhà máy sản xuất lớn nhất toàn cầu của Tập đoàn Samsung, với quy mô hàng chục nghìn lao động và dây chuyền công nghệ hiện đại. SEV đóng vai trò chiến lược trong chuỗi cung ứng toàn cầu, sản xuất hàng loạt thiết bị điện tử như điện thoại thông minh, đồng hồ và máy tính bảng cho thị trường quốc tế. Với năng lực sản xuất vượt trội và ứng dụng dây chuyền công nghệ tiên tiến, SEV là một trong những doanh nghiệp dẫn đầu về xuất khẩu và phát triển công nghiệp công nghệ cao tại Việt Nam.

SEV đã và đang ứng dụng công nghệ hiện đại vào các sản phẩm hỗ trợ sức khỏe, đặc biệt là tính năng phát hiện mức độ căng thẳng, theo dõi giấc ngủ, nhịp tim, nhịp thở. Những công nghệ này được phát triển dựa trên hệ thống cảm biến sinh học kết hợp AI, cho phép cá nhân hóa trải nghiệm theo thời gian thực. Với kinh nghiệm trong sản xuất thiết bị đeo tay, cùng khả năng tự chủ sản xuất cảm biến và các linh kiện quan trọng, SEV không chỉ đảm bảo chất lượng mà còn nâng cao hiệu quả hoạt động của các sản phẩm sức khỏe số.

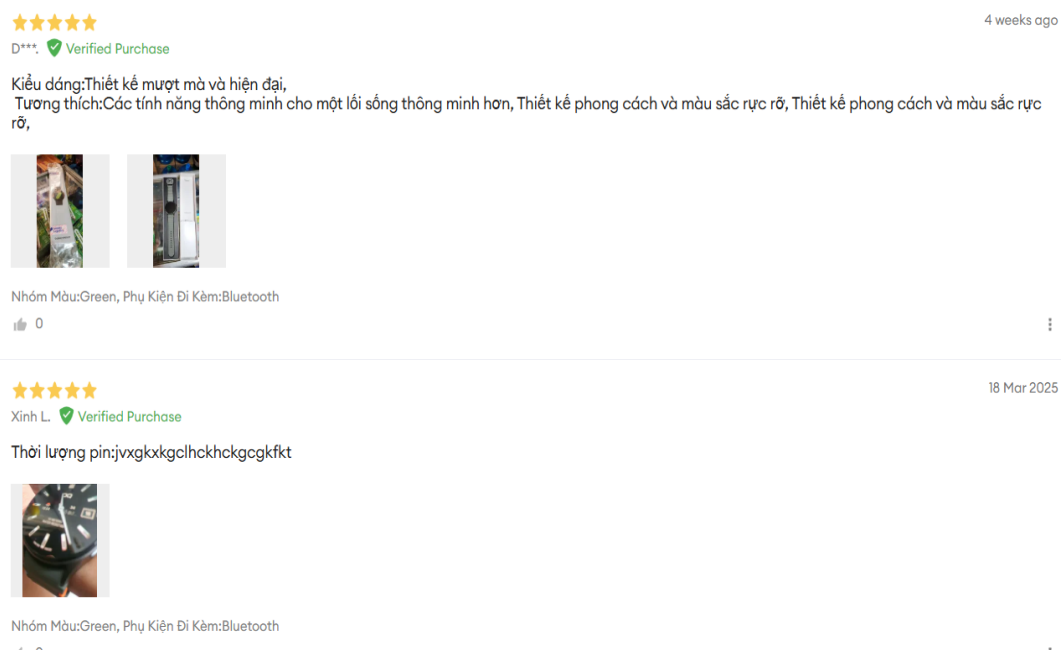
Hơn nữa, hệ sinh thái Galaxy với khả năng kết nối giữa các thiết bị, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thu thập và phân tích dữ liệu sức khỏe liên tục, toàn diện. Việc tích hợp các tính năng chăm sóc sức khỏe vào thiết bị đeo tay cho thấy SEV không chỉ đơn thuần là nhà sản xuất thiết bị công nghệ, mà còn là doanh nghiệp dẫn đầu trong xu hướng công nghệ sức khỏe, sẵn sàng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người dùng trong thời đại áp lực tâm lý gia tăng.

Dựa trên dự báo tài chính quý I năm 2025 và số liệu từ các quý trước mà Samsung Newsroom Việt Nam công bố, có thể thấy hoạt động kinh doanh của Samsung Electronics Việt Nam đang trên đà tăng trưởng ổn định. Cụ thể, doanh thu hợp nhất quý I/2025 dự kiến đạt khoảng 79 nghìn tỷ won (tương đương khoảng 1,501 nghìn tỷ VND), tăng so với doanh số 75,79 nghìn tỷ won (khoảng 1,440 nghìn tỷ VND) của quý IV/2024 và 71,92 nghìn tỷ won (khoảng 1,366 nghìn tỷ VND) tại quý I/2024. Về lợi nhuận hoạt động, dự báo đạt khoảng 6,6 nghìn tỷ won (khoảng 125 nghìn tỷ VND) trong quý I/2025, tăng nhẹ so với 6,49 nghìn tỷ won (khoảng 123 nghìn tỷ VND) của quý IV/2024, cho thấy sự ổn định trong hiệu quả vận hành. Những con số trên phản ánh nền tảng kinh doanh vững chắc và tiềm năng tăng trưởng bền vững của Samsung tại thị trường Việt Nam trong thời gian tới.

Ngoài ra, sản phẩm đồng hồ còn rất được yêu thích trên các sàn thương mại điện tử. Từ những đánh giá từ khách hàng, có thể thấy sản phẩm này nhận được phản hồi tích cực trên nhiều khía cạnh. Bên cạnh những lời khen về chất lượng sản phẩm, dịch vụ của shop cũng được đánh giá cao về sự chuẩn bị hàng cẩn thận, tốc độ đóng gói và giao hàng nhanh chóng. Những phản hồi tích cực này cho thấy sản phẩm của công ty đã nhận được sự hài lòng và yêu thích từ phía khách hàng khi kinh doanh trên các sàn thương mại điện tử.



Hình 1.6 Các phản hồi về đồng hồ của khách hàng trên sàn thương mại Shopee



Hình 1.7 Các phản hồi về đồng hồ của khách hàng của sàn thương mại Lazada

Kết luận: Từ những điều trên có thể thấy, SEV sở hữu lợi thế mạnh mẽ cả về công nghệ, nhân lực lẫn tiềm lực tài chính để phát triển các sản phẩm chăm sóc sức khỏe tinh thần. Với kinh nghiệm phong phú trong lĩnh vực thiết bị đeo thông minh, hệ sinh thái sản phẩm hoàn chỉnh, SEV hoàn toàn có thể thành công trong việc phát triển một thiết bị Samsung MindFlow.

1.3. Phân tích môi trường và cơ hội phát triển sản phẩm

Sau khi xác định ý tưởng tiềm năng cho thiết bị tập thở hỗ trợ giảm căng thẳng “Samsung MindFlow”, bước tiếp theo là đánh giá khả năng phát triển của sản phẩm trên thị trường. Quá trình này bao gồm phân tích môi trường vĩ mô và vi mô để hiểu rõ các yếu tố ảnh hưởng đến doanh nghiệp. Môi trường vĩ mô bao gồm các yếu tố như chính trị, kinh tế, xã hội, công nghệ, trong khi môi trường vi mô liên quan đến khách hàng, nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh, sản phẩm thay thế và đối thủ tiềm năng. Thông qua việc phân tích này, doanh nghiệp có thể đưa ra quyết định đầu tư phát triển sản phẩm mới một cách sáng suốt và xây dựng chiến lược marketing hiệu quả để tiếp cận khách hàng mục tiêu.

1.3.1. Môi trường vĩ mô

Phân tích môi trường vĩ mô theo mô hình PEST cho Công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam (SEV) như sau:

1.3.1.1 Chính trị (Political)

Việt Nam được đánh giá là một quốc gia có sự ổn định chính trị cao, với vai trò lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam được khẳng định trong mọi lĩnh vực của đời sống. Chính phủ Việt Nam duy trì chính sách xây dựng quan hệ tốt với các quốc gia trên thế giới, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư nước ngoài như Samsung. Theo báo cáo từ Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ, sự ổn định chính trị là một trong những yếu tố thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Việt Nam, với tổng vốn FDI đạt 297 tỷ USD vào cuối năm 2023.

Chính phủ Việt Nam khuyến khích đầu tư nước ngoài, đặc biệt trong các ngành công nghiệp công nghệ cao và sản xuất thiết bị y tế. Luật Đầu tư sửa đổi năm 2020 và Luật Quan hệ Công tư (Public-Private Partnership) được ban hành nhằm khuyến khích đầu tư vào các dự án cơ sở hạ tầng và công nghệ cao, giảm gánh nặng tài chính cho chính phủ và tăng cường liên kết giữa các nhà đầu tư nước ngoài và tư nhân Việt Nam. Bên cạnh đó, Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách liên quan cho các doanh nghiệp sản xuất như sau:

- Luật Bảo vệ môi trường 2020 và Nghị định 08/2022/NĐ-CP: Nghị định này quy định về việc lập giấy phép môi trường cho các dự án sản xuất linh kiện điện tử. Cụ thể, các dự án thuộc mã ngành 26 hoặc 27 theo Quyết định số 27/2018/QĐ-TTg được xác định là loại hình sản xuất linh kiện, thiết bị điện, điện tử và phải tuân thủ các quy định về bảo vệ môi trường.

- Nghị định 118/2015/NĐ-CP: Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đầu tư, trong đó ngành sản xuất linh kiện điện tử thuộc danh mục ngành nghề ưu đãi đầu tư.
- Nghị định số 31/2022/NĐ-CP ngày 20 tháng 5 năm 2022 của Chính phủ về hỗ trợ lãi suất từ ngân sách nhà nước đối với khoản vay của doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ kinh doanh. Công ty có thể vay vốn ưu đãi từ các ngân hàng thương mại do Nhà nước nắm giữ cổ phần chi phối với lãi suất thấp hơn lãi suất thị trường.
- Công văn 862/BTC-CST năm 2023: Bộ Tài chính hướng dẫn về việc hoàn thuế giá trị gia tăng (GTGT) và ưu đãi thuế nhập khẩu đối với nguyên liệu, vật tư, thiết bị dùng để sản xuất, lắp ráp thiết bị y tế.

Việt Nam là một đất nước có nền chính trị ổn định và có nhiều chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp. Các quy định, chính sách của Việt Nam có thể ảnh hưởng đến việc kinh doanh của công ty tại thị trường này. Do đó, việc tuân thủ đầy đủ các yêu cầu pháp lý và chính sách địa phương là điều kiện tiên quyết để đảm bảo hoạt động kinh doanh hiệu quả và tránh các rủi ro pháp lý không mong muốn. Việc đáp ứng đầy đủ các yêu cầu này sẽ giúp SEV hoạt động suôn sẻ và bền vững tại thị trường Việt Nam.

1.3.1.2 Kinh tế

Nền kinh tế Việt Nam đang trên đà tăng trưởng ổn định trong khu vực và trên thế giới. Năm 2024, GDP của Việt Nam đạt 476,3 tỷ USD, tăng trưởng 7,09% so với năm trước, chủ yếu nhờ vào xuất khẩu mạnh mẽ và dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài ổn định. GDP bình quân đầu người Việt Nam vào năm 2024 theo giá hiện hành ước đạt 114 triệu đồng/người/năm. Và thu nhập bình quân đầu người năm 2024 gần 8 triệu đồng/tháng, tăng 8,6% so với năm trước [6].

Theo Cơ quan thống kê quốc gia, tính đến tháng 4 năm 2025, nền kinh tế Việt Nam tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực, mặc dù đối mặt với một số thách thức từ môi trường thương mại toàn cầu. Trong quý I năm 2025, GDP của Việt Nam tăng 6,93% so với cùng kỳ năm trước, mức cao nhất trong 5 năm qua, nhờ sự phục hồi của công nghiệp và dịch vụ. Chính phủ đặt mục tiêu tăng trưởng GDP năm 2025 từ 6,5% đến 7%, với khả năng đạt trên 8% trong điều kiện thuận lợi [7].

Trong tháng 1 năm 2025, Việt Nam thu hút hơn 4,33 tỷ USD vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), tăng 48,6% so với cùng kỳ năm trước, cho thấy niềm tin của nhà đầu tư vào triển vọng kinh tế của đất nước. Việt Nam và Hàn Quốc đã cam kết tăng cường hợp tác kinh tế, đặt mục tiêu nâng kim ngạch thương mại song phương lên 150 tỷ USD

vào năm 2030, nhằm đối phó với những biến động từ chính sách thương mại của Hoa Kỳ.

Theo Tập đoàn nghiên cứu thị trường IMARC, quy mô thị trường sức khỏe tâm thần Việt Nam đạt 2,2 tỷ đô la vào năm 2024 và dự kiến sẽ đạt 2,8 tỷ đô la vào năm 2033, với tốc độ tăng trưởng (CAGR) là 2,1% trong giai đoạn 2025-2033. Nhận thức ngày càng tăng của quần chúng về tầm quan trọng của sức khỏe tâm thần, tỷ lệ mắc các vấn đề sức khỏe tâm thần ngày càng tăng và sự phát triển của các nền tảng trị liệu trực tuyến và chăm sóc sức khỏe từ xa là một số yếu tố chính thúc đẩy thị trường.

Theo đánh giá của Ngân hàng Thế giới, Việt Nam là một trong những nền kinh tế tăng trưởng cao nhất khu vực, có ngành y tế ngày càng tiên tiến trong những năm gần đây. Việt Nam được kỳ vọng sẽ duy trì vị trí TOP 20 thị trường thiết bị y tế ổn định và bền vững nhất toàn cầu.

Tóm lại, với nền kinh tế phát triển ổn định và ngành thiết bị chăm sóc sức khỏe tâm thần tăng trưởng tích cực, Việt Nam là một thị trường đầy tiềm năng để mở rộng hoạt động và đầu tư lâu dài.

1.3.1.3 Văn hóa - Xã hội

Dân số Việt Nam đạt hơn 101 triệu người vào năm 2024, là quốc gia đông dân thứ ba trong khu vực Đông Nam Á (sau In-đô-nê-xi-a và Phi-li-pin) và thứ 16 trên thế giới, với 67,4% dân số trong độ tuổi lao động (15-64 tuổi). Tuy nhiên, tỷ lệ người từ 65 tuổi trở lên đã tăng lên 9,3%, tương đương khoảng 14,2 triệu người, và dự kiến sẽ đạt xấp xỉ 18 triệu người vào năm 2030. Cơ cấu dân số đang dịch chuyển theo hướng tăng tỷ lệ người cao tuổi và giảm tỷ lệ dân số trẻ. Việt Nam hiện đang trong thời kỳ cơ cấu dân số vàng và cũng đồng thời trong quá trình già hóa dân số.

Sự gia tăng dân số cao tuổi đồng nghĩa với việc nhiều người phải đối mặt với các vấn đề sức khỏe, trong đó bao gồm căng thẳng và lo âu. Trong khi đó, văn hóa truyền thống Việt Nam đề cao việc chăm sóc người già trong gia đình, nhưng nhịp sống hiện đại khiến nhiều người trẻ không thể thường xuyên ở bên cạnh để chăm sóc cha mẹ. Điều này tạo ra nhu cầu về các thiết bị hỗ trợ sức khỏe tại nhà, giúp người cao tuổi tự theo dõi và cải thiện sức khỏe tinh thần một cách chủ động. Ngoài ra, áp lực từ công việc, học tập và cuộc sống hàng ngày đang ảnh hưởng đến sức khỏe tinh thần của nhiều người trong xã hội. Một nghiên cứu cho thấy tỷ lệ căng thẳng trong số nhân viên y tế Việt Nam là 22%, với các mức độ từ nhẹ đến nghiêm trọng. Tuy nhiên, nhận thức về sức khỏe tâm thần vẫn còn hạn chế, dẫn đến việc tìm kiếm sự hỗ trợ chuyên nghiệp chưa phổ biến.

Người tiêu dùng Việt Nam có xu hướng ưa chuộng các sản phẩm công nghệ cao từ các thương hiệu quốc tế uy tín. Vì vậy, con đường phát triển cho những công ty điện tử nhỏ lẻ, ít nổi trội tại Việt Nam gặp nhiều khó khăn, còn Samsung đã trở thành thương hiệu quen thuộc của người Việt. Điều này tạo cơ hội cho các doanh nghiệp như Samsung Electronics Việt Nam tại Bắc Ninh phát triển và giới thiệu các thiết bị hỗ trợ thở giảm căng thẳng, đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe cá nhân ngày càng tăng.

Tổng hợp lại, sự kết hợp giữa cơ cấu dân số, văn hóa gia đình truyền thống, nhận thức ngày càng tăng về sức khỏe tâm thần và tâm lý tiêu dùng ưa chuộng công nghệ cao tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển và triển khai các sản phẩm thiết bị tập thở hỗ trợ giảm căng thẳng tại thị trường Việt Nam.

1.3.1.4 Công nghệ

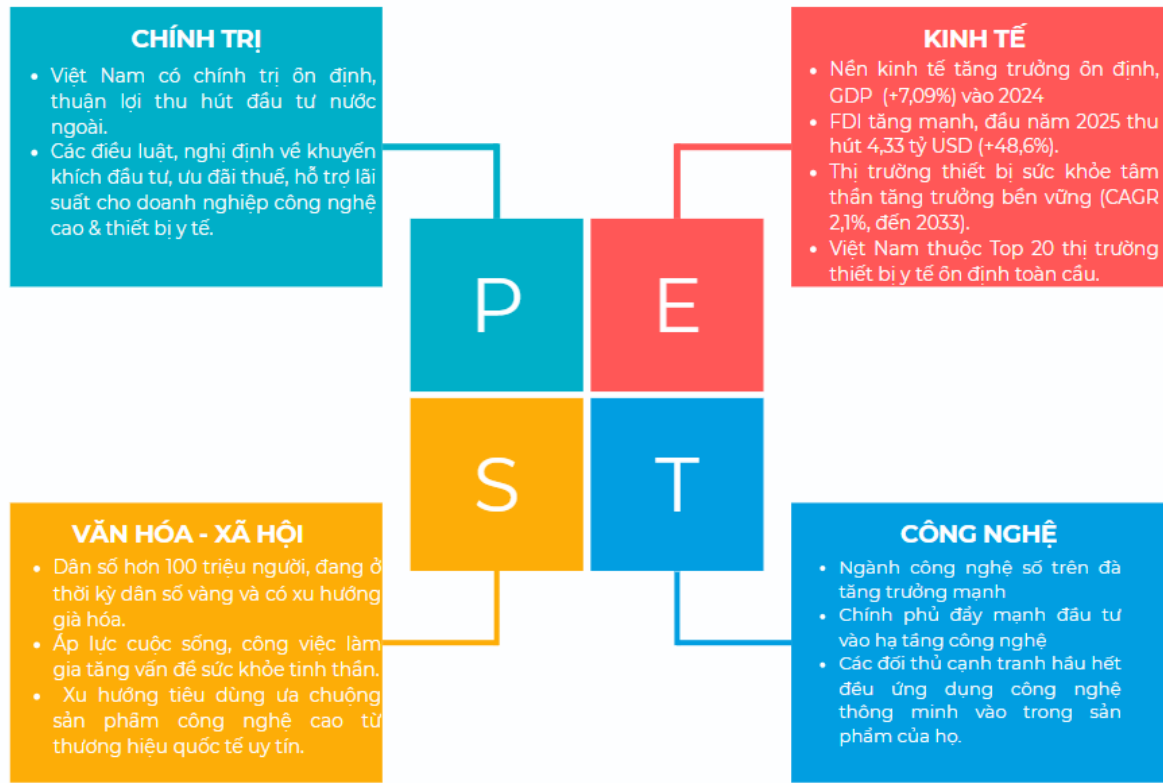
Trong bối cảnh toàn cầu hóa công nghệ, Việt Nam đang chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ trong lĩnh vực công nghệ. Ngành công nghiệp công nghệ số Việt Nam cũng ghi nhận sự tăng trưởng ấn tượng. Trong 6 tháng đầu năm 2024, doanh thu ngành ước đạt hơn 1,858 triệu tỷ đồng, tăng 27% so với cùng kỳ năm trước, với kim ngạch xuất khẩu phần cứng và điện tử đạt hơn 1,753 triệu tỷ đồng, tăng 28,1%. Sự phát triển này được thúc đẩy bởi việc đón đầu các xu hướng công nghệ toàn cầu và sự hội tụ của các công nghệ tiên tiến như AI, IoT, điện toán đám mây và thực tế ảo [8].

Chính phủ đang đẩy mạnh đầu tư vào hạ tầng công nghệ, bao gồm các trung tâm dữ liệu xanh và triển khai IPv6 toàn quốc vào năm 2025. Cùng với đó, nguồn nhân lực trẻ, sáng tạo và có kỹ năng cao trong ngành công nghệ đang góp phần vào sự phát triển này. Nền kinh tế số dự kiến sẽ đạt 45 tỷ USD vào năm 2025 và có thể tăng lên 200 tỷ USD vào năm 2030, chiếm hơn 12% GDP quốc gia. Các công nghệ như AI, IoT, blockchain và điện toán đám mây đang được ứng dụng rộng rãi, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp kinh doanh thiết bị điện tử phát triển.

Trong bối cảnh này, nhu cầu sử dụng thiết bị hỗ trợ sức khỏe đang tăng mạnh, đặc biệt sau đại dịch COVID-19. Các đối thủ cạnh tranh của thiết bị hỗ trợ tập thở đều tích hợp công nghệ thông minh vào sản phẩm nhằm hỗ trợ giảm căng thẳng và cải thiện sức khỏe tinh thần. Moonbird sử dụng cảm biến PPG đo nhịp tim, độ dao động nhịp tim và tập thở xúc giác; Apple Watch sử dụng cảm biến đo nhịp tim trong ứng dụng Mindfulness; Fitbit trang bị cảm biến EDA đo độ dẫn điện da cho phép phân tích căng thẳng sâu; Garmin nổi bật với Body Battery - công nghệ AI tổng hợp dữ liệu sinh lý để tối ưu thời điểm nghỉ ngơi và thở; Xiaomi với Mi Band giá rẻ chỉ thực hiện tính năng cơ

bản đồ chỉ số nhịp tim, dao động nhịp tim.

Dưới đây là hình ảnh tóm tắt của phân tích môi trường vĩ mô:



Hình 1.8 Tóm tắt phân tích môi trường vĩ mô

1.3.2 Phân tích môi trường vi mô theo mô hình 5 lực lượng cạnh tranh của Michael Porter

1.3.2.1 Nhà cung cấp

Samsung Electronics Việt Nam (SEV) là một trong những công ty sản xuất linh kiện, lắp ráp điện thoại, máy tính,... với quy mô lớn tại Việt Nam nên có khả năng tự cung cấp phần lớn các chi tiết cho các thiết bị của mình. Với những sản phẩm như Samsung MindFlow, linh kiện chủ yếu bao gồm cảm biến, bộ vi điều khiển và pin. SEV có thể tự sản xuất một phần lớn chi tiết trong số này và có sự hỗ trợ từ các công ty trong hệ thống các công ty Samsung hoặc mua từ các đối tác lớn như Bosch, InvenSense, STMicroelectronics hoặc Nidec, Linak, Mabuchi Motor,... Chính vì vậy, quyền lực đàm phán của nhà cung cấp bị giới hạn do SEV có nhiều lựa chọn thay thế và khả năng phát triển nội bộ. SEV cũng có thể chuyển đổi nhà cung cấp dễ dàng, bởi vì có nhiều nhà cung cấp cạnh tranh về giá cả và chất lượng. Ngoài yếu tố giá cả, chất lượng linh kiện, kinh nghiệm sản xuất, SEV còn ưu tiên lựa chọn những công ty có các tiêu chí như vị

trí địa lý gần để tối ưu chuỗi cung ứng.

Bảng 1.1 Bảng nhà cung cấp các chi tiết của thiết bị Samsung MindFlow

Chi tiết	Nhà cung cấp	Địa điểm sản xuất	Lựa chọn nhà cung cấp
Vi điều khiển	Samsung System LSI	Hàn Quốc	x
Cảm biến gia tốc	Bosch Sensortec	Malaysia, Đài Loan, Trung Quốc	x
	InvenSense	Thái Lan, Trung Quốc Malaysia	
	STMicroelectronics	Singapore, Malaysia, Trung Quốc	
Cảm biến BioActive	Samsung Electronics Việt Nam (SEV)	Việt Nam	x
Động cơ tuyến tính	Nidec	Việt Nam, Nhật Bản, Trung Quốc	x
	Actuonix	Canada, Hồng Kông	
	Linak	Đan Mạch, Trung Quốc, Mỹ.	
Đèn LED	Samsung Electronics Việt Nam (SEV)	Việt Nam	x
Pin	Samsung SDI Việt Nam	Việt Nam	x
Bộ phận sạc từ tính	Samsung Electro - Mechanics	Việt Nam	x
Vỏ	Samsung Electronics Việt Nam (SEV)	Việt Nam	x
Bao bì	Samsung Electronics Việt Nam (SEV)	Việt Nam	x

Tóm lại, SEV sẽ ưu tiên các nhà cung cấp có nhà máy tại Việt Nam, thuộc hệ sinh

thái Samsung, hoặc có năng lực cung ứng ổn định trong khu vực châu Á. Các linh kiện như cảm biến BioActive, vỏ, đèn LED và bao bì được công ty tự sản xuất. Pin và vi điều khiển, bộ phận sạc từ tính (IC sạc từ tính, nam châm sạc) sẽ nhập từ các công ty thuộc sở hữu Samsung lần lượt là Samsung SDI Việt Nam và Samsung System LSI Hàn Quốc, Samsung Electro-Mechanics để tối ưu chi phí và không lo về nguồn cung. Bosch Sensortec được chọn cho cảm biến gia tốc nhờ uy tín nhà cung cấp cảm biến hàng đầu, có nhiều kinh nghiệm trong thiết bị sức khỏe. Nidec là lựa chọn lý tưởng vì có thể cung cấp động cơ tuyến tính có nhà máy tại Việt Nam, giúp tối ưu hóa chi phí vận chuyển, rút ngắn thời gian tạo ra sản phẩm.

1.3.2.2 Đối thủ cạnh tranh

Hiện nay, trên thị trường thiết bị hỗ trợ luyện tập thở nhằm giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ, sản phẩm Moonbird đến từ châu Âu là một trong những đối thủ đáng chú ý của Samsung MindFlow. Moonbird hướng đến trải nghiệm người dùng bằng cách luyện tập thông qua xúc giác, không yêu cầu phải tương tác với màn hình như TV hay điện thoại. Thiết bị này có thể đo nhịp tim và chỉ số dao động nhịp tim (HRV), đồng thời cung cấp sẵn các bài tập được thiết kế sẵn phục vụ mục đích thư giãn tinh thần. Tuy nhiên, Moonbird hiện chỉ được phân phối chủ yếu tại các quốc gia châu Âu và Bắc Mỹ thông qua các kênh bán hàng trực tuyến quốc tế, chưa có hệ thống phân phối tại Việt Nam. Đây có thể xem là một rào cản tiếp cận đối với nhóm người dùng trong nước vốn có xu hướng ưu tiên sản phẩm dễ tiếp cận và có dịch vụ hậu mãi rõ ràng. Tóm lại, sản phẩm cạnh tranh trực tiếp với sản phẩm của công ty không có nhiều và sản phẩm cạnh tranh trực tiếp duy nhất chưa bán phổ biến tại thị trường Việt Nam. Nên mức độ cạnh tranh của đối thủ không đáng lo ngại.

Bảng 1.2 So sánh đối thủ cạnh tranh của Samsung MindFlow

Tên sản phẩm	Loại sản phẩm	Giá cả (đồng)	Đặc điểm sản phẩm	Phân phối
Moonbird	Thiết bị cầm tay	5.000.000	- Tập thở thông qua phản hồi xúc giác và không cần nhìn màn hình TV, máy tính, điện thoại - Đo nhịp tim, chỉ số dao động nhịp tim (HRV) - Bài tập thở thiết kế sẵn	- Chủ yếu ở các quốc gia EU (Bỉ, Hà Lan, Đức, Pháp), Bắc Mỹ - Bán online qua website chính thức của công ty, sàn thương mại quốc tế. - Sản phẩm không bán phổ biến tại Việt Nam
Samsung MindFlow	Thiết bị cầm tay	4.490.000	- Tập thở bằng phản hồi xúc giác, không cần nhìn màn hình TV máy tính, điện thoại - Đo nhịp tim, chỉ số dao động nhịp tim (HRV), nồng độ oxy trong máu, chỉ số ECG - Bài tập thở có sẵn - Cá nhân hóa bài tập thở cá nhân trong vòng 30 giây nhờ công nghệ AI	- Phân phối tại các cửa hàng Samsung chính hãng, các đại lý ủy quyền và cửa hàng bán lẻ như Thế Giới Di Động, FPT Shop, CellphoneS,... - Phân phối các sàn thương mại điện tử phổ biến tại Việt Nam như Shopee, Lazada

1.3.2.3 Khách hàng

Với tính chất mới mẻ của sản phẩm Samsung MindFlow - thiết bị tập thở thông

minh giúp giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ sẽ có mức độ quyền thương lượng từ phía khách hàng ở mức tầm trung. Đối tượng khách hàng cá nhân chủ yếu là người quan tâm đến sức khỏe tinh thần, có nhu cầu hỗ trợ đi vào giấc ngủ, kiểm soát căng thẳng. Trong bối cảnh thị trường Việt Nam hiện nay tuy có nhiều sản phẩm thay thế nhưng chưa có nhiều sản phẩm thay thế có thể đáp ứng được khả năng tập thở qua xúc giác và cá nhân hóa bài tập của thiết bị, người tiêu dùng ít có cơ hội so sánh hoặc chuyển đổi sang sản phẩm tương đương. Điều này góp phần làm giảm khả năng gây áp lực lên giá cả hoặc yêu cầu điều chỉnh tính năng từ phía khách hàng cá nhân.

Tuy nhiên, đối với khách hàng là nhà phân phối lớn mức độ thương lượng có thể cao hơn một chút so với khách hàng cá nhân. Những khách hàng này thường đặt hàng với số lượng lớn hoặc có thể yêu cầu điều chỉnh sản phẩm phù hợp, hoặc các mức giá ưu đãi hơn. Do đó, SEV cần có chính sách linh hoạt hơn về giá, dịch vụ hậu mãi, cũng như cam kết bảo hành để xây dựng quan hệ hợp tác bền vững.

Dù vậy, nhờ vào lợi thế thương hiệu mạnh, độ uy tín cao, mạng lưới phân phối rộng và mức độ đổi mới công nghệ cao, Samsung Electronics Việt Nam vẫn giữ được vị thế kiểm soát trên bàn đàm phán với khách hàng. Quyền thương lượng của khách hàng được đánh giá ở mức trung bình, giúp SEV có điều kiện thiết lập định giá và chiến lược dịch vụ theo hướng chủ động.

1.3.2.4 Đối thủ tiềm năng

Ngành thiết bị hỗ trợ sức khỏe cá nhân đang phát triển nhanh và thu hút nhiều sự quan tâm từ cả các công ty công nghệ lớn và các công ty nhỏ, công ty khởi nghiệp mới. Mức độ gia nhập ngành của các công ty mới nhìn chung là không cao, do việc phát triển một thiết bị kết hợp giữa phần cứng, phần mềm và công nghệ cảm biến yêu cầu nguồn lực tài chính lớn, đội ngũ kỹ thuật có chuyên môn cao, cùng với thời gian nghiên cứu và thử nghiệm lâu dài. Ngoài ra, những công ty mới này còn thiếu hụt về mạng lưới khách hàng, hệ thống phân phối, lòng tin từ khách hàng. Những điều này có thể khiến họ khó cạnh tranh với những ông lớn đã hoạt động trong ngành.

Tuy nhiên, đối với các công ty lớn có kinh nghiệm trong lĩnh vực thiết bị công nghệ như Viettel, Apple, Xiaomi, hoặc Google,... mức độ gia nhập được đánh giá là trung bình, do họ, vì đã có nền tảng công nghệ mạnh, năng lực tài chính tốt và mạng lưới khách hàng rộng. Họ có thể dễ dàng tận dụng hệ sinh thái thiết bị hiện có như đồng hồ thông minh, điện thoại và tích hợp thêm các chức năng thở mới, cạnh tranh trực tiếp với các thiết bị chuyên biệt như Samsung MindFlow. Tuy vậy, việc phát triển một sản phẩm

thở chuyên sâu cạnh tranh với MindFlow đòi hỏi R&D chuyên biệt và hiểu sâu hành vi người dùng, không dễ dàng sao chép trong thời gian ngắn. Đây là SEV có thể tận dụng để kéo dài lợi thế cạnh tranh.

1.3.2.5 Sản phẩm thay thế

Các sản phẩm và phương pháp thay thế cho thiết bị tập thở xúc giác như Samsung MindFlow hiện nay rất phong phú và phổ biến trong đời sống hàng ngày. Nổi bật nhất là các ứng dụng thiền định và hướng dẫn hít thở như *Headspace*, *Calm*. Những ứng dụng này có lợi thế lớn nhờ nội dung phong phú, có một số tính năng miễn phí, và dễ dàng sử dụng trên điện thoại thông minh. Tuy nhiên, chúng chỉ cung cấp trải nghiệm dưới dạng âm thanh và hình ảnh, không có thiết bị phản cứng phản hồi xúc giác hoặc khả năng đo lường các chỉ số sinh lý như nhịp tim, nhịp thở, mức độ căng thẳng, nên thiếu tính cá nhân hóa sâu. Ngoài ra, cần trả phí để sử dụng những tính năng nâng cao như chương trình thiền sâu, âm thanh đặc biệt,... và sẽ mất nhiều chi phí nếu có ý định dùng lâu dài vì cần phải đóng phí định kỳ, tổng những lần đóng phí có thể sẽ cao hơn chi phí mua một lần cho thiết bị phản cứng.

Bên cạnh đó, nhiều phương pháp truyền thống cũng đang được sử dụng rộng rãi như yoga, thiền, tập thể dục, nghe nhạc thư giãn, đốt tinh dầu, dùng trà thảo mộc, hay đơn giản là nghỉ ngơi trong không gian yên tĩnh. Đây đều là những phương pháp giúp giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ một cách tự nhiên, chi phí thấp và phù hợp với thói quen văn hóa của người Việt. Tuy nhiên, các phương pháp này là thụ động, không có sự phản hồi kết quả và chủ yếu phụ thuộc vào ý thức và khả năng tự thực hành của người dùng, không có hướng dẫn định lượng hay phản hồi sinh lý cụ thể, dẫn đến hiệu quả không ổn định và khó duy trì thường xuyên.

Các sản phẩm thay thế là thiết bị điện tử như sản phẩm Apple Watch với khả năng theo dõi giấc ngủ, nhịp tim, và nổi bật Apple Watch series 9 có đo chỉ số hô hấp và tính năng cảnh báo ngưng thở - được chứng nhận bởi FDA (Food and Drug Administration), nhưng chưa tích hợp phản hồi xúc giác cho luyện thở. Garmin mạnh ở nhóm người dùng thể thao chuyên sâu nhưng chưa tối ưu cho thư giãn tinh thần. Fitbit nổi bật ở phân khúc tầm trung nhưng còn hạn chế về độ chính xác và thiếu phản hồi vật lý. Trong khi đó, Huawei và Xiaomi chiếm lĩnh phân khúc giá rẻ hơn với các tính năng cơ bản.

Mức độ uy hiếp từ sản phẩm thay thế đối với Samsung MindFlow ở mức trung bình, vì mặc dù có các lựa chọn thay thế như ứng dụng thiền và các thiết bị đeo khác, nhưng những sản phẩm này chưa thể cung cấp một giải pháp chuyên biệt và toàn diện như

Samsung MindFlow. Tuy nhiên, với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và nhu cầu ngày càng cao về sự tiện lợi, các sản phẩm thay thế vẫn có thể thu hút người tiêu dùng nếu Samsung không duy trì được sự khác biệt.

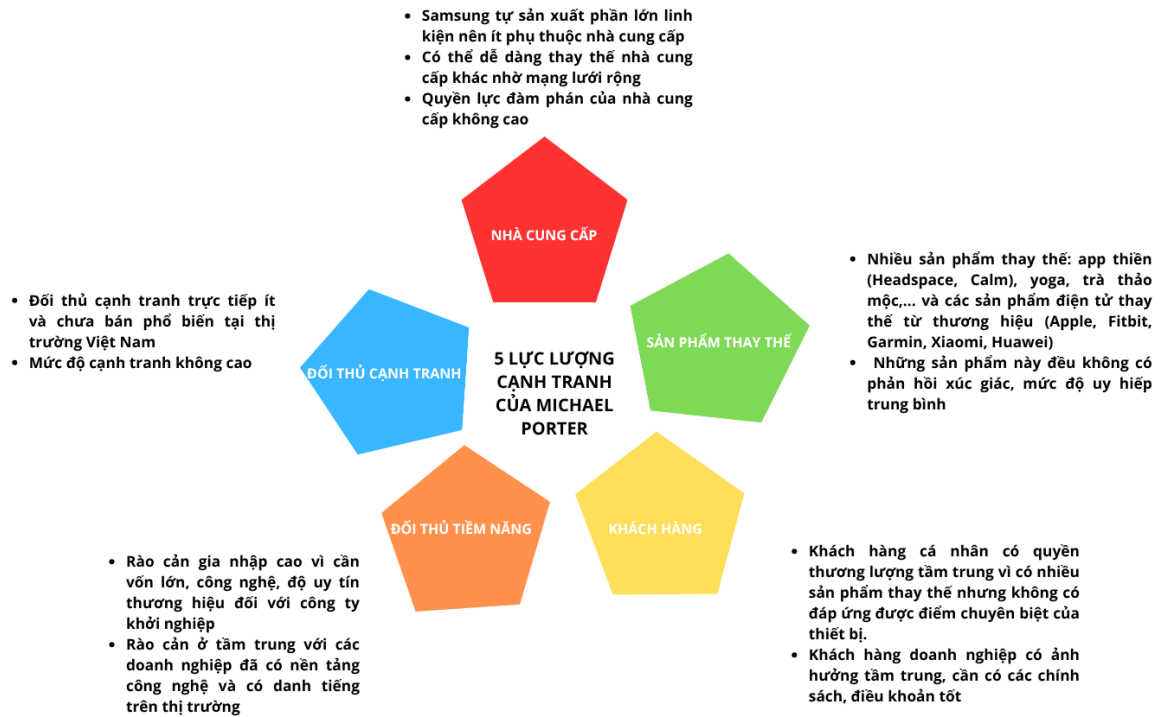
Dưới đây là bảng tóm tắt các sản phẩm thay thế của thiết bị bao gồm các ứng dụng, phương pháp truyền thông và các thiết bị điện tử

Bảng 1.3 Các sản phẩm thay thế của Samsung MindFlow

Sản phẩm	Giá cả	Đặc điểm sản phẩm	Phân phối
Ứng dụng thiền	- Miễn phí khi giới hạn về nội dung. - Về lâu dài, tổng chi phí có thể vượt qua mức giá của một thiết bị phần cứng trả một lần như MindFlow nếu dùng gói nâng cấp.	Hướng dẫn thiền thông qua giọng nói, âm thanh thư giãn, có đo nhịp tim nếu có kết nối với thiết bị vòng đeo, đồng hồ thông minh	Sản phẩm phổ biến trên các nền tảng App Store, Google Play nên mọi người đều có thể tải và sử dụng khi có kết nối internet
Phương pháp truyền thống	Thấp	Những phương pháp này mang tính chất tự nhiên không có can thiệp của yếu tố công nghệ, quen thuộc với đời sống văn hóa Á Đông và dễ hòa nhập vào thói quen sinh hoạt hàng ngày.	Các phương pháp truyền thống không bị giới hạn bởi kênh phân phối, có thể tự thực hiện tại nhà, học từ cộng đồng, trung tâm yoga hoặc mua sản phẩm hỗ trợ từ siêu thị, hiệu thuốc và các kênh thương mại điện tử trong nước.
Đồng hồ Apple Series 9	~8 triệu đồng	Đo nhịp tim, giấc ngủ, SpO2, chỉ số hô hấp, cảnh báo ngưng thở	Bắc Mỹ, Châu Âu, Đông Á (Nhật, Hàn), Đông Nam Á (Việt Nam, Thái Lan,

			Singapore, Malaysia...), Úc
Đồng hồ Garmin Venu 2	~7 triệu đồng	Đo chỉ số HRV, theo dõi căng thẳng, hướng dẫn hít thở, cảm biến cao cấp phục vụ vận động thể thao	Mỹ, Châu Âu, Úc, Đông Nam Á (Việt Nam, Thái, Malaysia, Singapore), Nhật, Hàn
Đồng hồ Fitbit Charge 6	~3 triệu đồng	Nhịp tim, stress, giấc ngủ, hướng dẫn thở cơ bản	Mỹ, Châu Âu, Úc, Đông Nam Á (Việt Nam, Thái, Malaysia, Singapore), Nhật, Hàn
Đồng hồ Xiaomi Band 8 Pro	~1 triệu đồng	Cảm biến nhịp tim, nồng độ oxy trong máu	Có mặt tại trên toàn cầu như Trung Quốc, Ấn Độ, Đông Nam Á, Châu Âu, Mỹ Latinh, đặc biệt phổ biến với người dùng tại Việt Nam
Đồng hồ Huawei Watch GT 4	~ 4 triệu đồng	Theo dõi nhịp tim, căng thẳng, đo nồng độ oxy trong máu	Được bán tại nhiều nơi trên toàn cầu như Châu Âu, Mỹ Latinh, Trung Quốc, Đông Nam Á và khá phổ biến tại Việt Nam

Sau khi phân tích môi trường vì mô theo mô hình 5 lực lượng cạnh tranh của Michael Porter xong, phần tóm tắt sẽ được thể hiện thông qua hình ảnh dưới đây.



Hình 1.9 Tóm tắt mô hình 5 lực lượng cạnh tranh của Michael Porter

1.3.3 Phân tích SWOT

1.3.3.1 Điểm mạnh (Strengths)

- Sản phẩm của công ty Samsung Electronics Việt Nam SEV thuộc thương hiệu Samsung. Đây là một trong những thương hiệu công nghệ uy tín, giúp tăng độ tin cậy khi ra mắt sản phẩm mới và có nguồn lực tài chính doanh nghiệp mạnh mẽ.
- Hệ sinh thái tích hợp mạnh mẽ giúp MindFlow dễ dàng kết nối với Samsung Health, Galaxy Watch, smartphone,... mang đến trải nghiệm liền mạch cho người dùng.
- Đầu tư lớn vào AI, cảm biến sinh học, giúp thiết bị có khả năng cá nhân hóa và phản hồi thời gian thực.
- Samsung có mạng lưới phân phối rộng khắp Việt Nam và hình thức đa dạng từ online đến bán lẻ truyền thống, giúp đưa sản phẩm đến tay khách hàng nhanh chóng.
- Khả năng chủ động chuỗi cung ứng nhờ năng lực sản xuất linh kiện nội bộ và sử dụng của các công ty trong hệ sinh thái Samsung, giảm sự phụ thuộc bên ngoài.

1.3.3.2 Điểm yếu (Weaknesses)

- Thiết bị tập thở chuyên biệt của doanh nghiệp chưa có độ nhận diện cao trong phân khúc thiết bị chăm sóc sức khỏe khách hàng.
- Việc định vị chỗ đứng cho sản phẩm này trong tâm trí khách hàng cần tốn nhiều

thời gian và công sức do sản phẩm mới chưa phổ biến nên ít người biết đến.

- Phụ thuộc vào công nghệ cao do thiết bị yêu cầu cảm biến chính xác, phần mềm thông minh, dẫn đến chi phí sản xuất cao và giá bán cao.

1.3.3.3 Cơ hội (Opportunities)

- Vấn đề căng thẳng, mất ngủ ngày càng phổ biến tạo nhu cầu cao cho sản phẩm hỗ trợ thư giãn, hỗ trợ giấc ngủ và thiền thở.

- Thị trường thiết bị đeo được người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng nhờ tính tiện lợi dễ mang theo nên có thể mở rộng thị phần cho sản phẩm chuyên biệt như MindFlow.

- Sự phát triển của xu hướng wellness toàn cầu với các cộng đồng yêu thiền, yoga, mindfulness... sẽ là môi trường thuận lợi để MindFlow phát triển.

- Ngành công nghệ và xu hướng sử dụng đồ công nghệ tăng cùng với việc người Việt luôn có xu hướng ưa chuộng, tin tưởng sử dụng đồ ngoại có thương hiệu lớn.

- Chính phủ Việt Nam khuyến khích chuyển đổi số, phát triển y tế kỹ thuật số và chăm sóc sức khỏe dự phòng.

1.3.3.4 Thách thức (Threats)

- Sự biến động về tình hình chính trị, kinh tế, xã hội có thể ảnh hưởng đến sức mua của người tiêu dùng do đây không phải là nhu yếu phẩm.

- Sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường do có nhiều sản phẩm thay thế và có khả năng bị các đối thủ lớn có nền tảng công nghệ vượt mặt.

- Rủi ro từ sự đón nhận của khách hàng vì là một thiết bị mới mẻ trên thị trường nên có thể khách hàng chưa hiểu rõ nhu cầu và chưa hình thành thói quen sử dụng thiết bị cho vấn đề này.

Nội dung tóm tắt các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức theo mô hình SWOT được trình bày ở hình dưới đây.



Hình 1.10 Phân tích SWOT

1.4 Mục tiêu phát triển sản phẩm

Mục tiêu là yếu tố quan trọng trong chiến lược kinh doanh của Samsung Electronics Việt Nam SEV, giúp đáp ứng nhu cầu và mong muốn của khách hàng, tăng tính cạnh tranh trên thị trường và tăng doanh số bán hàng. Mục tiêu phát triển sản phẩm được chia thành hai phần là mục tiêu về sản phẩm và mục tiêu về thị trường.

1.4.1 Mục tiêu về sản phẩm

Mục tiêu về sản phẩm “Samsung MindFlow” được đặt ra dựa trên nguyên tắc SMART như sau: Trong giai đoạn nghiên cứu và phát triển sản phẩm diễn ra đến cuối tháng 12/2025, Sản phẩm “Samsung MindFlow” được phát triển hoàn thiện chức năng cá nhân hóa bài tập thở trong vòng 30 giây sau khi ghi nhận dữ liệu sinh học nhằm đưa ra bài tập hỗ trợ người dùng giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ một cách hiệu quả.

Specific (Cụ thể): Samsung MindFlow là thiết bị cầm tay được phát triển nhằm hướng dẫn người dùng thực hiện bài tập thở giúp giảm căng thẳng và cải thiện chất lượng giấc ngủ có khả năng cá nhân hóa theo sinh lý người dùng.

Measurable (Đo lường được): Thiết bị sẽ cá nhân hóa bài tập thở trong vòng 30

giây sau khi ghi nhận dữ liệu sinh học từ người dùng như nhịp tim, dao động nhịp tim.

Achievable (Có thể đạt được): Samsung Electronics Việt Nam - SEV là một trong những nhà máy sản xuất lớn của tập đoàn Samsung và là nhà máy đầu tiên của tập đoàn tại Việt Nam. SEV có kinh nghiệm trong sản xuất các thiết bị đeo theo dõi chăm sóc sức khỏe và có thể nhận được sự hỗ trợ từ Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển lớn nhất khu vực Đông Nam Á tại Hà Nội của tập đoàn. Trung tâm này được đầu tư mạnh mẽ vào các lĩnh vực tiên tiến như trí tuệ nhân tạo AI, IoT, và các công nghệ cảm biến, đây chính là điểm lợi thế để phát triển Samsung MindFlow. Sản phẩm tích hợp hệ thống Samsung Health và nền tảng AI cá nhân hóa giúp dễ dàng đề xuất bài tập thở cá nhân hóa trong vòng 30 giây và thuận tiện cho quá trình theo dõi sự cải thiện khi luyện tập của người tiêu dùng.

Relevant (Phù hợp): Samsung MindFlow đáp ứng nhu cầu cấp thiết về các giải pháp chăm sóc sức khỏe tâm thần không dùng thuốc, phù hợp với xu hướng toàn cầu về nâng cao nhận thức sức khỏe tinh thần hậu đại dịch. Sản phẩm củng cố vị thế của Samsung trong lĩnh vực công nghiệp chăm sóc sức khỏe, đồng thời mở rộng danh mục thiết bị chăm sóc sức khỏe chủ động, tạo giá trị bền vững cho người dùng và thương hiệu.

Time-bound (Có thời hạn): Quá trình nghiên cứu, phát triển, thử nghiệm và hoàn thiện sản phẩm sẽ diễn ra đến hết tháng 12/2025, đảm bảo kịp thời gian ra mắt và tiếp cận người dùng trong quý đầu năm 2026.

1.4.2 Mục tiêu thị trường

Mục tiêu thị trường của sản phẩm Samsung MindFlow đề ra là doanh số đạt 35.000 sản phẩm trong vòng năm đầu tiên từ khi ra mắt 01/2026 đến cuối năm 2026 tại thị trường Việt Nam.

Specific (Cụ thể): Đạt mục tiêu doanh số đề ra cho sản phẩm Samsung MindFlow tại thị trường Việt Nam.

Measurable (Đo lường được): Mục tiêu bán ra 35.000 sản phẩm trong năm đầu tiên, chiếm 2,5% thị trường khách hàng mục tiêu mà doanh nghiệp hướng đến theo vòng đời chấp nhận sản phẩm của khách hàng trong năm đầu tiên, cụ thể lượng sản phẩm trung bình bán ra mỗi quý là 8750 sản phẩm.

Achievable (Có thể đạt được): Tại Việt Nam, mức độ quan tâm đến sức khỏe tinh thần ngày càng gia tăng, đặc biệt sau đại dịch COVID-19. Không những thế môi trường làm việc và cuộc sống đầy áp lực, thói quen làm việc xuyên đêm hoặc sử dụng thiết bị

điện tử trước khi đi ngủ, thiếu vận động cũng làm tăng nhu cầu về thiết bị có khả năng giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ không dùng đến thuốc. Samsung MindFlow thuộc thương hiệu uy tín Samsung với nền tảng công nghệ vững chắc, hệ sinh thái thiết bị sức khỏe hoàn toàn có đủ khả năng khai thác thị trường đầy tiềm năng này. Mục tiêu doanh số đề ra 35.000 sản phẩm trong năm hoàn toàn khả thi khi xét đến quy mô và thị trường mục tiêu. Sản phẩm hướng đến nhóm khách hàng khoảng 35-54 tuổi, những người có thu nhập cao với mức thu nhập trên 11 triệu đồng. Dân số Việt Nam hiện nay tầm khoảng 100 triệu dân, trong số đó có khoảng 20% người dân mắc các vấn đề bệnh lý về căng thẳng và giấc ngủ tương đương với khoảng 20 triệu người. Và 20% dân số Việt Nam có thu nhập trên 11 triệu cùng với 35% dân số lao động thuộc độ tuổi 35-54 tức thị trường có khoảng 1,4 triệu khách hàng tiềm năng. Kết hợp với mô hình vòng đời chấp nhận sản phẩm ở giai đoạn giới thiệu, doanh nghiệp đề ra mục tiêu thị trường chiếm khoảng 2,5% người tiêu dùng sẵn sàng chi trả để thử nghiệm sản phẩm mới, ước tính tương đương khoảng 35.000 sản phẩm. Do đó, mục tiêu doanh nghiệp đề ra doanh số của năm đầu tiên là 35.000 sản phẩm. Với nguồn lực hiện tại của doanh nghiệp, nhiều lợi thế về kinh nghiệm, thương hiệu, hệ thống kênh phân phối và chiến lược triển khai tốt thì việc đạt được doanh số đề ra là có khả thi.

Relevant (Phù hợp): Các sản phẩm thuộc lĩnh vực sức khỏe của thương hiệu Samsung rất được khách hàng đánh giá cao và công ty không ngừng nỗ lực trong lĩnh vực này liên tục nghiên cứu và cho ra mắt sản phẩm mới, trong đó mới ra mắt và bắt đầu bán sản phẩm nhấn sức khỏe. Đồng thời, sản phẩm phục vụ có khách hàng có thu nhập cao, đúng với phân khúc chủ lực đang kinh doanh hiện tại.

Timebound (Có thời hạn): Mục tiêu cần đạt được trong vòng 1 năm.

CHƯƠNG 2: THIẾT KẾ VÀ THỬ NGHIỆM SẢN PHẨM

2.1 Thiết kế sản phẩm

2.1.1 Xác định mục đích, nguyên lý hoạt động, công dụng và đặc điểm kỹ thuật của sản phẩm

2.1.1.1 Mục đích

Samsung MindFlow được phát triển với mục đích trở thành giải pháp công nghệ chăm sóc sức khỏe cá nhân, chủ yếu tập trung vào việc giảm căng thẳng và hỗ trợ đi vào giấc ngủ một cách an toàn, chủ động và khoa học. Trong cuộc sống hiện đại đầy rẫy áp lực từ nhiều phía như công việc, học tập, gánh nặng tài chính,... vì vậy việc duy trì trạng thái tinh thần tích cực là nhu cầu thiết yếu. Samsung MindFlow tạo ra nhằm giúp người dùng dễ dàng kiểm soát cảm xúc tiêu cực, thư giãn tinh thần thông qua các bài tập thở cá nhân hóa được đề xuất dựa trên thời gian thực của dữ liệu sinh học.

Ngoài ra sản phẩm còn hướng đến mục tiêu xa hơn là giúp người dùng hình thành thói quen sống lành mạnh, nâng cao nhận thức về sức khỏe tinh thần. Sản phẩm vô cùng hữu ích với những người thường xuyên gặp mất ngủ như rối loạn giấc ngủ, vốn không chỉ xuất phát từ nguyên nhân tâm lý, mà còn từ thói quen sinh hoạt không điều độ, tình trạng sức khỏe thể chất và môi trường sống.

2.1.1.2 Nguyên lý hoạt động

Samsung MindFlow hoạt động dựa trên cảm biến BioActive kết hợp công nghệ AI theo dõi các chỉ số sức khỏe theo thời gian thực như nhịp tim, dao động nhịp tim, nồng độ oxy trong máu, chỉ số ECG. Khi lắc nhẹ thiết bị để khởi động và người dùng đặt ngón cái lên trên vị trí cảm biến, MindFlow sẽ được kích hoạt đo chỉ số sức khỏe và gửi dữ liệu đến ứng dụng Samsung Health để xử lý và đưa ra bài tập thở cá nhân hóa. Dựa trên kết quả phân tích trạng thái tinh thần hiện tại của người dùng, thiết bị sẽ đề xuất một số bài tập thở theo công dụng hoặc người dùng có thể tập các bài tập thở được thiết kế sẵn như 4-6, 4-7-8, hay Box Breathing. Người dùng sẽ thực hiện theo phản hồi xúc giác, chính là thực hiện theo cơ chế phòng xếp mô phỏng nhịp thở lý tưởng của thiết bị giúp điều hòa nhịp thở, thư giãn nhanh và lấy lại sự cân bằng trong tâm trí.

2.1.1.3 Công dụng

Samsung MindFlow mang đến nhiều công dụng cụ thể, hướng đến việc hỗ trợ người dùng điều hòa hơi thở, kiểm soát căng thẳng và hỗ trợ đi vào giấc ngủ thông qua các bài tập thở khoa học được cá nhân hóa theo thời gian thực. Thiết bị giúp làm dịu hệ thần kinh, giảm áp lực tâm lý và hỗ trợ cân bằng sinh lý nhờ các bài tập thở cá nhân hóa theo thời gian thực. Việc sử dụng thường xuyên không chỉ góp phần điều hòa nhịp tim và giảm căng thẳng mà còn cải thiện chất lượng giấc ngủ. Đồng thời, nhờ khả năng ghi nhận và phân tích các chỉ số sinh học, sản phẩm đóng vai trò như một công cụ theo dõi sức khỏe cá nhân hiệu quả, giúp người dùng duy trì lối sống lành mạnh và chủ động hơn trong việc chăm sóc bản thân mỗi ngày.

Samsung MindFlow là một thiết bị cầm tay thông minh được trang bị cảm biến BioActive hiện đại, cho phép đo lường chính xác các thông số sinh lý như nhịp tim, HRV, SpO₂, ECG. Nhờ tích hợp công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI), thiết bị có khả năng xử lý dữ liệu nhanh chóng, từ đó đưa ra hướng dẫn cá nhân hóa chỉ trong vòng 30 giây. Sản phẩm cung cấp các bài tập thở được thiết kế phù hợp với trạng thái thực tế của người dùng, kết hợp hiệu ứng phòng xẹp mô phỏng nhịp thở lý tưởng. Bên cạnh đó, Samsung MindFlow có thể kết nối với ứng dụng Samsung Health để theo dõi tiến trình luyện tập và đánh giá sức khỏe toàn diện theo thời gian. Thiết kế nhỏ gọn, hiện đại giúp thiết bị dễ dàng mang theo và sử dụng linh hoạt trong nhiều môi trường khác nhau.

2.1.1.4 Đặc điểm kỹ thuật của sản phẩm

a. Cấu tạo sản phẩm

- Vỏ ngoài: Lớp vỏ ngoài cùng của Samsung MindFlow được chế tạo từ silicone y tế mềm mại, đàn hồi, thân thiện với da và không gây kích ứng khi sử dụng lâu dài. Chất liệu này không chỉ mang lại cảm giác thoải mái khi cầm nắm mà còn có khả năng cách điện, chống nước nhẹ, dễ dàng lau chùi và vệ sinh. Vỏ ngoài cũng đóng vai trò như một lớp bảo vệ cho các linh kiện điện tử bên trong khỏi bụi bẩn và va đập nhẹ trong quá trình sử dụng hàng ngày.

- Khung sườn: Bên trong lớp vỏ silicone là phần khung sườn được làm từ nhựa ABS. Đây là một loại vật liệu có độ bền cao, trọng lượng nhẹ và có độ ổn định cơ học cao phù hợp cho sản xuất hàng loạt với chi phí hợp lý. Khung sườn này giữ cố định tất cả các linh kiện điện tử, cảm biến và động cơ bên trong thiết bị, đảm bảo thiết bị duy trì hình dáng ổn định, không bị biến dạng trong quá trình sử dụng hoặc vận chuyển.

- Cảm biến BioActive: Cảm biến này là công nghệ cảm biến tích hợp do Samsung

phát triển, đã được sử dụng trên các thiết bị đeo như Galaxy Watch. Nó kết hợp các cảm biến quan trọng: cảm biến nhịp tim quang học (PPG), cảm biến điện tim (ECG). Nhờ sự tích hợp này, BioActive cho phép người dùng theo dõi toàn diện các chỉ số sức khỏe như nhịp tim, độ dao động nhịp tim, nồng độ oxy trong máu, ECG. Khi đo các chỉ số sức khỏe như nhịp tim, các đèn LED màu xanh lá, đỏ, xanh lam hoặc tím sẽ phát sáng tùy theo chức năng của từng cảm biến. Cảm biến này hoạt động như trung tâm dữ liệu sinh học của thiết bị, giúp thu thập và truyền tải thông tin đến ứng dụng trên điện thoại có hệ thống AI để đưa ra các phân tích trạng thái sức khỏe và tinh thần hiện tại của từng người dùng.

- Cảm biến gia tốc: Cảm biến này để phát hiện chuyển động của thiết bị, người dùng chỉ cần lắc nhẹ thiết bị là có thể khởi động mà không cần nhấn nút, mang lại trải nghiệm sử dụng nhanh chóng và tiện lợi.

- Động cơ truyền động mô phỏng phòng - xẹp: Một trong những điểm nổi bật của Samsung MindFlow là hệ thống động cơ truyền động mô phỏng chuyển động phòng - xẹp như khi thở. Động cơ này tạo ra chuyển động nhịp nhàng giúp người dùng cảm nhận được trực tiếp nhịp thở cần thực hiện, mà không cần nhìn vào màn hình hoặc sử dụng tai nghe. Đây là một hình thức phản hồi xúc giác tự nhiên, giúp việc tập thở trở nên dễ tiếp cận, đặc biệt trong môi trường không thuận tiện sử dụng âm thanh hoặc hình ảnh.

- Vi xử lý: Samsung MindFlow có thể sử dụng vi xử lý dòng S3 MCU do chính Samsung LSI phát triển, phù hợp với các thiết bị nhỏ gọn và tiết kiệm năng lượng. Dòng S3 MCU hỗ trợ xử lý dữ liệu từ cảm biến nhịp thở, nhịp tim và có khả năng tích hợp kết nối Bluetooth Low Energy (BLE) để truyền dữ liệu đến ứng dụng di động. Việc sử dụng vi xử lý trong chuỗi công ty nội bộ giúp Samsung kiểm soát tốt hơn về hiệu suất, bảo mật và tối ưu chi phí sản xuất.

- Đèn LED báo hiệu: Sản phẩm tích hợp hệ thống đèn LED đa năng nhằm hiển thị trạng thái hoạt động của thiết bị như đang hoạt động, đang sạc pin, hết pin. Khi pin yếu, đèn sẽ nhấp nháy ánh sáng màu đỏ để cảnh báo; trong quá trình sạc đèn sáng màu đỏ và đổi sang xanh lá khi sạc đầy. Nhờ đó, người dùng dễ dàng nhận biết tình trạng hoạt động của thiết bị chỉ qua màu đèn.

- Pin: Thiết bị sử dụng pin lithium-ion có dung lượng cao, trọng lượng nhẹ và khả năng sạc lại nhiều lần. Loại pin này giúp thiết bị hoạt động ổn định trong thời gian dài và phù hợp với thiết kế nhỏ gọn, cầm tay.

- IC sạc từ tính: IC do Samsung Electro-Mechanics phát triển là giải pháp sạc từ tính lý tưởng dành cho các thiết bị nhỏ gọn như Samsung MindFlow. Khi được kết hợp với cơ chế hít nam châm, IC này giúp duy trì khả năng truyền năng lượng ổn định và an

toàn trong quá trình sạc. Ngoài ra, nó còn hỗ trợ tiết kiệm điện năng, phù hợp với các thiết bị cầm tay thông minh.

- Dây sạc: Samsung MindFlow sử dụng dây sạc nam châm từ tính có cổng kết nối nguồn là USB Type A và cổng sạc nối với thiết bị là nam châm, mang đến sự linh hoạt và tiện lợi tối đa cho người dùng. Cổng USB Type A đảm bảo khả năng tương thích cao với nhiều thiết bị và hỗ trợ sạc nhanh hiệu quả. Trong khi đó, cổng sạc nam châm giúp thao tác sạc trở nên dễ dàng và an toàn hơn nhờ cơ chế tự động hút khớp, hạn chế hao mòn cổng kết nối và tăng độ bền cho thiết bị trong quá trình sử dụng lâu dài.

b. Thông số kỹ thuật

Các thông số kỹ thuật của sản phẩm Samsung MindFlow sẽ được trình bày ở bảng 2.1 dưới đây, nội dung gồm các đặc tính sản phẩm và các thông tin mô tả tương ứng.

Bảng 2.1 Bảng thông số kỹ thuật của sản phẩm

Đặc tính	Mô tả
Tên sản phẩm	Samsung MindFlow
Công dụng	Giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ
Kích thước (dài × rộng × cao)	12,2 cm x 5,4 cm x 4,4 cm
Thời gian lượng sử dụng pin	Khoảng 4 giờ
Thời gian sạc	Khoảng 1.5 giờ
Hình thức sạc pin	Cáp sạc nam châm và cổng kết nối nguồn điện USB Type A
Tương thích	Hệ điều hành iOS và Android
Trọng lượng	188g
Cảm biến	Cảm biến BioActive Cảm biến gia tốc
Kết nối Bluetooth	Bluetooth 5.3 - Bluetooth Low Energy (BLE)
Phạm vi kết nối	Khoảng 40-60m

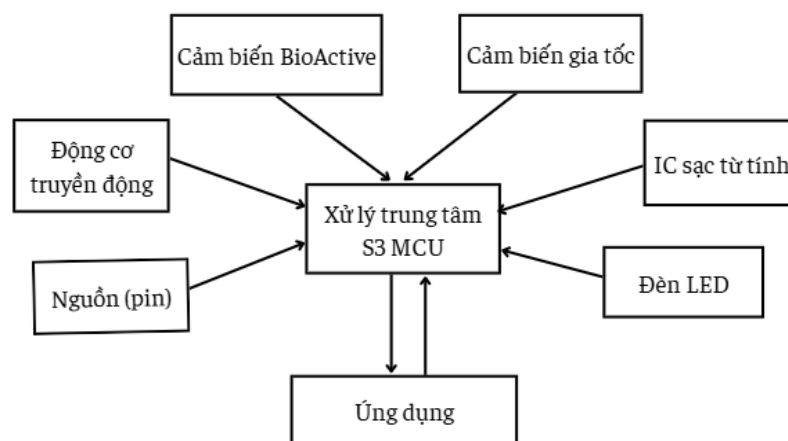
Samsung MindFlow và Moonbird đều là thiết bị hỗ trợ tập thở, tuy nhiên chúng khác nhau về thiết kế, tính năng và hiệu suất. Xét về kích thước, Moonbird nhỏ gọn hơn một chút với kích thước $12 \times 5,2 \times 4,3$ cm và trọng lượng chỉ khoảng 186g. Trong khi

đó, MindFlow có thiết kế tương đương kích thước và nặng hơn khoảng $12,2 \times 5,4 \times 4,4$ cm, 188g do có cảm biến tích hợp BioActive. Về thời lượng pin, MindFlow có thể hoạt động liên tục trong khoảng 4 giờ và sạc đầy chỉ mất khoảng 1,5 giờ, giúp người dùng duy trì luyện tập trong nhiều ngày mà không lo hết pin. Trái lại, Moonbird chỉ hoạt động được khoảng 2 giờ và cần đến 3 giờ để sạc đầy. Về khả năng kết nối, Moonbird sử dụng Bluetooth 5.0 Low Energy, trong khi MindFlow được trang bị Bluetooth 5.3 BLE phiên bản mới hơn, hỗ trợ truyền dữ liệu ổn định và tiết kiệm năng lượng hơn, với phạm vi kết nối có thể đạt từ 40 đến 60 mét. Về cảm biến, Samsung MindFlow tích hợp cả cảm biến BioActive và cảm biến gia tốc để ghi nhận chuyển động và phản hồi sinh lý trong thời gian thực. Moonbird đơn giản hơn khi chỉ có cảm biến nhịp tim phục vụ hướng dẫn nhịp thở. Tóm lại, MindFlow có nhiều điểm vượt trội hơn so với Moonbird ngoại trừ kích thước và trọng lượng có nhỉnh hơn một chút, tuy nhiên sự chênh lệch đó không đáng kể.

2.1.2. Thiết kế hệ thống và concept sản phẩm

2.1.2.1 Thiết kế hệ thống

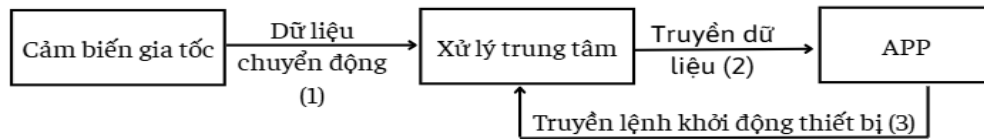
Hình dưới đây là sơ đồ minh họa tổng quát của hệ thống thiết bị tập thở Samsung MindFlow. Trung tâm điều khiển là bộ vi xử lý S3 MCU đã có tích hợp Bluetooth, bộ phận này có nhiệm vụ tiếp nhận và xử lý dữ liệu từ các thành phần như cảm biến BioActive, cảm biến gia tốc, IC sạc từ tính và động cơ truyền động. Đồng thời, nó điều phối hoạt động của đèn LED, nhận nguồn năng lượng từ pin, và truyền dữ liệu tới ứng dụng thiết bị phân tích dữ liệu và để hiển thị tương tác với người dùng. Tất cả các bộ phận sẽ hoạt động phối hợp với nhau hỗ trợ quá trình tập thở và theo dõi sức khỏe của người tiêu dùng.



Hình 2.1 Sơ đồ hệ thống của thiết bị Samsung MindFlow

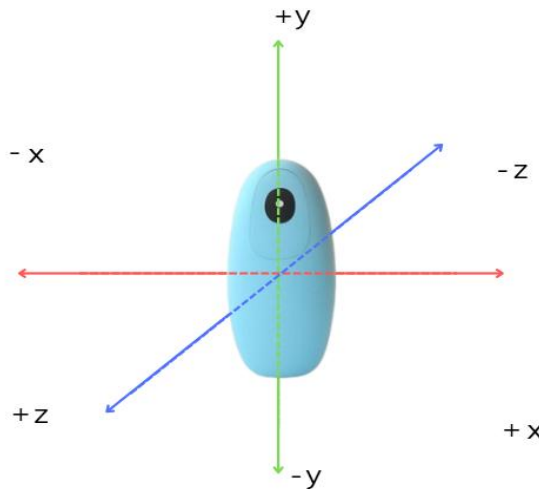
a. Cách thức khởi động thiết bị bằng cảm biến gia tốc

Khi có dao động đột ngột, cảm biến sẽ phát hiện và sinh ra tín hiệu dữ liệu tương ứng. Dữ liệu chuyển động sau khi được ghi nhận sẽ được truyền đến bộ xử lý trung tâm trong thiết bị. Tại đây, hệ thống lọc và phân loại thông tin để gửi đến ứng dụng. Ứng dụng sẽ tiếp nhận dữ liệu này và thực hiện phân tích nâng cao bằng các thuật toán AI đã được lập trình, nếu đạt yêu cầu sẽ gửi tín hiệu khởi động thiết bị.



Hình 2.2 Sơ đồ hệ thống xử lý chuyển động của cảm biến gia tốc

Cơ chế hoạt động của cảm biến gia tốc như sau:



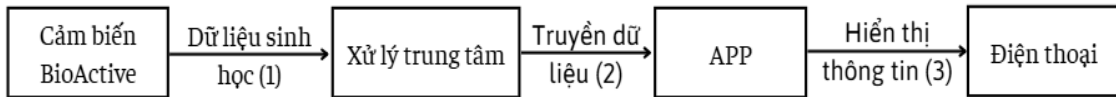
Hình 2.3 Ba trục chuyển động XYZ

Hình trên mô tả các chiều chuyển động mà cảm biến có thể theo dõi trong không gian 3 chiều. Gồm có 3 trục XYZ và chiều hướng chuyển động của mỗi trục là khác nhau. Nếu thiết bị được di chuyển theo chiều lên xuống gia tốc thay đổi theo trục Y, thể hiện dao động dọc. Khi lắc thiết bị sang trái phải đó là dao động ngang theo trục X. Trường hợp di chuyển tới lùi, thiết bị tạo ra dao động theo trục Z.

Samsung MindFlow được trang bị cảm biến gia tốc thông minh cho phép khởi động thiết bị tiện lợi hơn thông qua thao tác lắc tay loại bỏ hoàn toàn nút bấm vật lý. Người dùng chỉ cần lắc nhẹ thiết bị theo chiều ngang (trục X) 3 lần, tức là chuyển động sang trái và phải 3 lần để khởi động thiết bị. Đây là thao tác tự nhiên rất thuận tay khi cầm

sản phẩm. Cảm biến gia tốc tích hợp trong Samsung MindFlow có khả năng nhận diện chính xác kiểu chuyển động đặc trưng dựa trên phương hướng và số lần lặp. Sản phẩm được thiết kế chỉ khởi động khi lắc thiết bị theo chiều trục X 3 lần trong thời gian ngắn để tránh các trường hợp vô tình khởi động thiết bị khi rơi hay bỏ trong túi, balo trong quá trình di chuyển.

b. Cách thức hoạt động của cảm biến BioActive



Hình 2.4 Sơ đồ hệ thống xử lý dữ liệu sinh học của người dùng

Sơ đồ trên mô tả quy trình thu thập và xử lý dữ liệu sinh học trong hệ thống cảm biến BioActive. Đầu tiên, cảm biến BioActive tiếp nhận các tín hiệu sinh lý từ cơ thể người dùng, chẳng hạn như nhịp tim, độ dao động nhịp tim, nồng độ oxy trong máu, ECG. Các tín hiệu này sau đó được chuyển đến bộ xử lý trung tâm để phân tích, lọc nhiễu và chọn những dữ liệu có giá trị. Tiếp theo, dữ liệu đã được chọn sẽ truyền đến ứng dụng cài đặt trên thiết bị di động. Cuối cùng, ứng dụng hiển thị kết quả đo lường dưới dạng trực quan trên màn hình điện thoại giúp người dùng dễ dàng theo dõi tình trạng sức khỏe của mình theo thời gian thực.

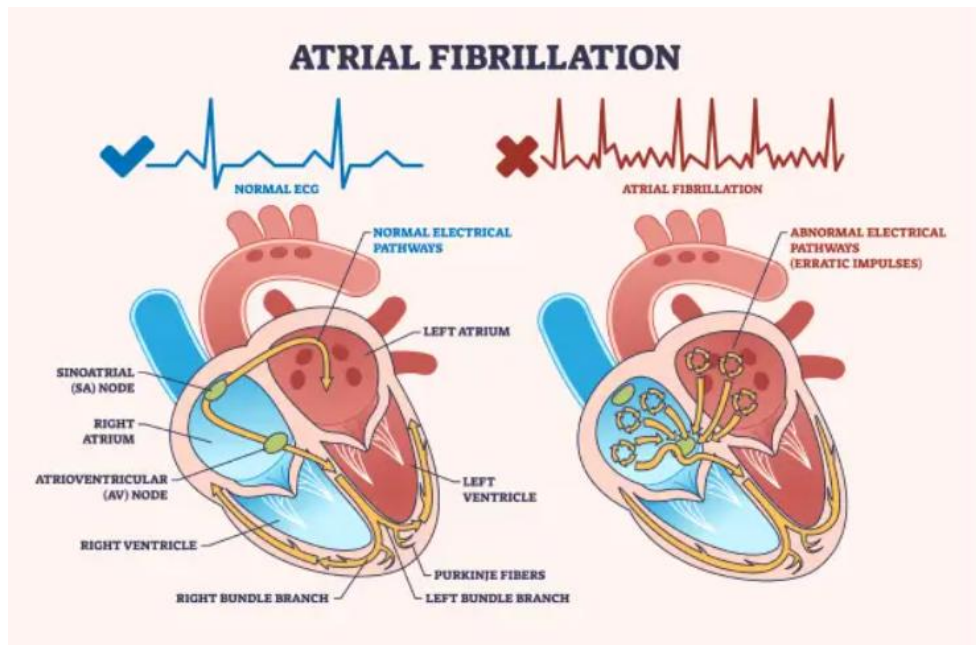
- Cảm biến nhịp tim quang học (PPG - Photoplethysmography)

Cảm biến PPG hoạt động dựa trên nguyên lý phản xạ ánh sáng để xác định sự thay đổi lưu lượng máu bên dưới da. Khi tim co bóp, lượng máu biến động tạo ra sự khác biệt về độ phản xạ ánh sáng, từ đó thiết bị ghi nhận và phân tích để xác định nhịp tim, độ dao động nhịp tim. Loại cảm biến này đóng vai trò quan trọng vì nó cho phép người dùng theo dõi nhịp tim liên tục và đo nồng độ oxy trong máu. Dựa trên dữ liệu thu được, ứng dụng sức khỏe Samsung Health có thể đưa ra các đề xuất hướng dẫn tập thở nhằm điều hòa nhịp tim và làm dịu hệ thần kinh, góp phần cải thiện trạng thái tinh thần của người dùng.

- Cảm biến điện tim (ECG - Electrocardiogram)

Cảm biến ECG có chức năng ghi lại các tín hiệu điện học phát ra khi tim đập. Thông qua việc đặt ngón tay tiếp xúc với bề mặt cảm ứng, thiết bị sẽ xây dựng biểu đồ điện tâm đồ, từ đó cho thấy tình trạng nhịp xoang bình thường hay phát hiện các rối loạn nhịp tim như rung nhĩ (AFbi - Atrial Fibrillation) - một tình trạng rối loạn nhịp tim do buồng

trên của tim (tâm nhĩ) trải qua hoạt động điện không đều, không đồng bộ với buồng tim dưới (tâm thất). Những triệu chứng này thường gặp ở người chịu áp lực kéo dài. Dữ liệu ECG cung cấp một cái nhìn sâu hơn về hoạt động tim mạch và có thể sử dụng để đánh giá hiệu quả của các phương pháp điều chỉnh tâm trạng như tập thở. Khi kết hợp cùng PPG, ECG giúp theo dõi sự thay đổi trong hệ thần kinh tự chủ, từ đó hỗ trợ người dùng thực hiện các bài thở chậm và đều nhằm đưa cơ thể về trạng thái cân bằng.



Hình 2.5 Nhịp tim bình thường và rung nhĩ

2.1.2.2 Thiết kế concept sản phẩm

a. Tên sản phẩm

Tên gọi "Samsung MindFlow" được lựa chọn với mục đích truyền tải rõ ràng thông điệp về một thiết bị hỗ trợ sức khỏe tinh thần đến người dùng. Trong đó, "Mind" đại diện cho sức khỏe tinh thần, trí tuệ, khả năng nhận thức, suy nghĩ. "Flow" hay được biết đến là "Flow state" - trạng thái được đặt tên bởi nhà tâm lý học người Mỹ gốc Hungary Mihaly Csikszentmihalyi, nó gợi về trạng thái dòng chảy trong tâm lý học, trạng thái tập trung sâu, đắm chìm vào việc nào đó mà có thể khiến bản thân cảm thấy sung sướng, hạnh phúc. Sự kết hợp này không chỉ tạo nên một cái tên ngắn gọn, hiện đại, dễ nhớ và có ý nghĩa sâu sắc, mà còn khơi gợi cảm xúc tinh thần tích cực giúp người dùng có thể quay về với chính mình thông qua sự đồng điệu giữa nhịp thở và tâm trí.

b. Cam kết sản phẩm

Samsung MindFlow không chỉ là một thiết bị chăm sóc sức khỏe thông minh, mà

còn đóng vai trò như là người bạn đồng hành đáng tin cậy trong hành trình chăm sóc sức khỏe tinh thần của người dùng. Được trang bị hệ thống cảm biến sinh học thế hệ mới kết hợp với nền tảng trí tuệ nhân tạo (AI), MindFlow không chỉ đo chính xác các chỉ số sinh học liên quan mà còn phân tích trạng thái sức khỏe tinh thần để đưa ra các hướng dẫn điều chỉnh phù hợp theo thời gian thực. Sản phẩm cam kết mang đến trải nghiệm chăm sóc sức khỏe tinh thần tích hợp toàn diện, chủ động và an toàn hỗ trợ người dùng lấy lại sự cân bằng tinh thần, nâng cao chất lượng cuộc sống.

c. Thấu hiểu khách hàng

Trong nhịp sống xô bồ hiện tại, việc mọi người gặp căng thẳng và các vấn đề về giấc ngủ không phải là điều quá xa lạ. Dù nhận thức được vấn đề, họ vẫn thiếu công cụ hiệu quả và tiện lợi để điều tiết tinh thần một cách chủ động và khoa học. Những người này mong muốn một thiết bị không chỉ nhỏ gọn và thông minh, mà còn có khả năng cá nhân hóa trải nghiệm, giúp họ thư giãn nhanh chóng, và tính tiện lợi cao khi có thể sử dụng ở mọi nơi từ nơi làm việc, lớp học cho đến không gian riêng tư tại nhà. Họ tìm kiếm một giải pháp số hóa nhưng vẫn gần gũi, dễ sử dụng và mang lại cảm giác an tâm trong từng nhịp thở.

d. Claim sản phẩm

Samsung MindFlow là thiết bị hỗ trợ giảm căng thẳng và giấc ngủ thông minh, là sự kết hợp giữa yếu tố khoa học và công nghệ số, hoạt động dựa trên cơ chế phòng - xẹp mô phỏng nhịp thở. Thiết bị tích hợp nhiều tính năng đo lường sinh lý và năng phân tích dữ liệu sinh học chuyên sâu để đưa ra đề xuất hợp lý giúp người dùng dễ dàng trong việc tập luyện và theo dõi sức khỏe, từ đó điều hòa hơi thở, thư giãn hệ thần kinh nhanh chóng đạt trạng thái cân bằng tinh thần. Với thiết kế nhỏ gọn, an toàn, không dùng thuốc, MindFlow mang lại giải pháp khoa học, tự nhiên và là giải pháp lý tưởng cho người dùng.

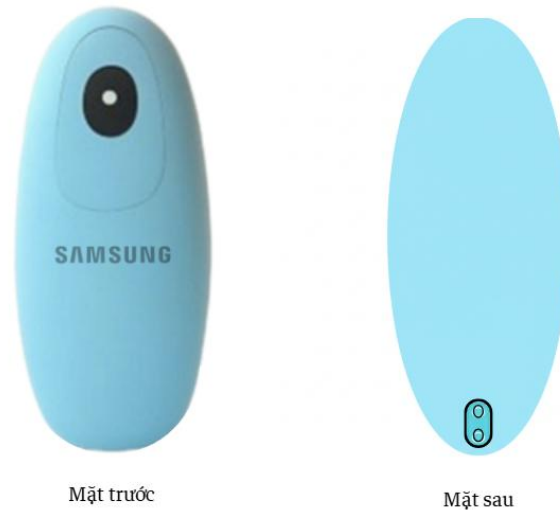
e. Lý do để tin

Thiết bị Samsung MindFlow được phát triển có sự góp mặt của công nghệ cảm biến BioActive thế hệ mới, đã được chứng minh hiệu quả và độ chính xác trên các dòng thiết bị cao cấp của Samsung như Galaxy Watch. Việc tích hợp sâu với Samsung Health giúp dữ liệu không chỉ được ghi nhận mà còn được xử lý thông minh, mang lại trải nghiệm liền mạch và đáng tin cậy.

Được hậu thuẫn bởi uy tín thương hiệu công nghệ hàng đầu thế giới, SEV không

chỉ mang đến một thiết bị công nghệ, mà là một cam kết vững chắc trong lĩnh vực sức khỏe công nghệ số: cung cấp giải pháp khoa học, hiện đại cho nhu cầu chăm sóc sức khỏe tinh thần ngày càng cấp thiết. Với MindFlow, người dùng có thể an tâm tự điều chỉnh cảm xúc một cách nhẹ nhàng, chủ động và hiệu quả.

2.1.3. Thiết kế sản phẩm mẫu (prototype)



Hình 2.6 Sản phẩm mẫu của Samsung MindFlow

Sản phẩm mẫu trong hình trên thể hiện một thiết kế tinh gọn và tối giản, phù hợp với mục tiêu sử dụng là hỗ trợ người dùng luyện tập thở và thư giãn. Phía mặt trước của thiết bị được thiết kế bo tròn mềm mại với chất liệu silicone y tế, tạo cảm giác dễ chịu khi cầm nắm. Phía dưới khu vực trung tâm phía trên là nơi đặt cảm biến BioActive có thể đo các chỉ số sinh học, được biểu thị bằng một vòng đen và chấm trắng ở giữa chính là đèn led. Logo "SAMSUNG" được in chìm ở phần giữa, vừa đảm bảo tính thẩm mỹ vừa khẳng định thương hiệu.

Mặt sau của thiết bị giữ nguyên phong cách tối giản, với điểm nhấn duy nhất là khu vực cổng sạc từ tính dạng nam châm. Thiết kế hình elip dọc giúp thiết bị dễ dàng cầm tay và mang theo. Sản phẩm có gam màu chủ đạo là xanh dương pastel phù hợp với mục tiêu tạo cảm giác thư giãn. Tổng thể nguyên mẫu này hài hòa giữa công năng và trải nghiệm, hướng đến người dùng mong muốn cải thiện sức khỏe tinh thần một cách nhẹ nhàng, công nghệ cao nhưng gần gũi.

2.2 Thiết kế quy trình và công nghệ sản xuất

2.2.1. Lựa chọn công nghệ (tùy chọn nếu có)

Trong hành trình phát triển Samsung MindFlow - thiết bị hỗ trợ người dùng tập thở với mục đích chính nhằm giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ. Bộ phận nghiên cứu đã tích hợp nhiều công nghệ hiện đại nhằm tạo nên trải nghiệm toàn diện, khoa học và cá nhân hóa. Năm công nghệ cốt lõi dưới đây chính là nền tảng tạo nên giá trị khác biệt của sản phẩm.

Đầu tiên, cảm biến sinh học đa năng thế hệ mới đóng vai trò trung tâm trong việc thu thập dữ liệu cơ thể một cách chính xác và liên tục. Cảm biến này giúp thiết bị theo dõi các chỉ số quan trọng như nhịp tim và sự biến thiên nhịp tim, ECG, nồng độ oxy trong máu - những yếu tố có thể phản ánh trạng thái thần kinh của người dùng. Nhờ đó, thiết bị có thể đưa ra phản hồi theo thời gian thực, giúp người sử dụng điều chỉnh hơi thở một cách khoa học và hiệu quả hơn.

Tiếp theo là công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI), kết hợp cùng các thuật toán học máy. Khả năng xử lý dữ liệu thông minh này giúp thiết bị có thể phân tích xu hướng thay đổi sinh lý, nhận diện dấu hiệu sức khỏe tinh thần và chủ động đề xuất các bài tập phù hợp. Việc cá nhân hóa chương trình luyện tập dựa trên dữ liệu thực tế là một bước tiến lớn trong chăm sóc sức khỏe tinh thần.

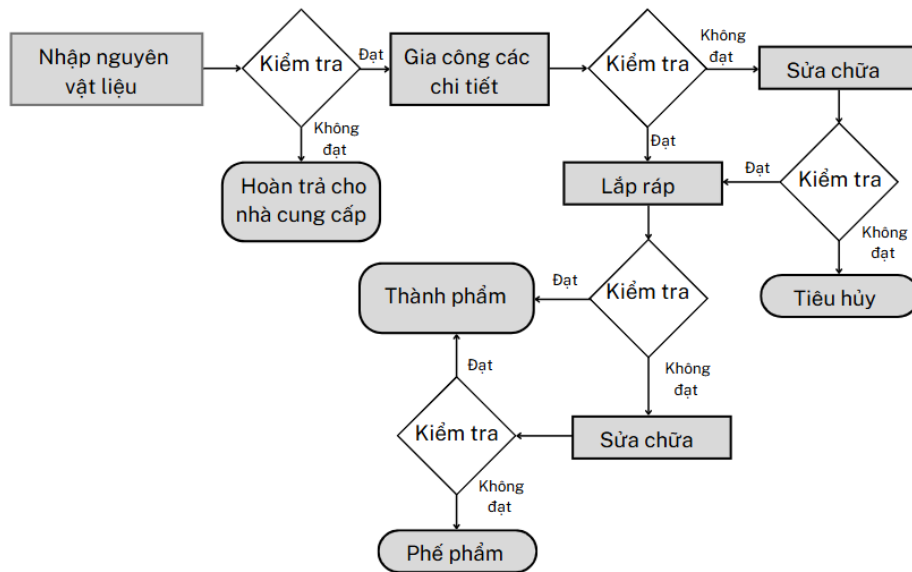
Về mặt kết nối, Samsung MindFlow sử dụng chuẩn Bluetooth 5.3 tích hợp công nghệ BLE (Bluetooth Low Energy). Nhờ đó, thiết bị có thể truyền dữ liệu ổn định với mức tiêu thụ điện năng thấp, đồng thời dễ dàng liên kết với các thiết bị trong hệ sinh thái Samsung như điện thoại, đồng hồ thông minh. Điều này giúp người dùng kiểm soát tiến độ luyện tập và theo dõi các chỉ số sức khỏe một cách trực quan, liền mạch.

Bên cạnh đó, công nghệ phản hồi xúc giác được thiết kế để hướng dẫn người dùng điều chỉnh nhịp thở mà không cần nhìn vào màn hình hay thiết bị. Sự thay đổi độ phồng lên xẹp xuống theo chu kỳ hít - giữ - thở, đóng vai trò như một “người dẫn đường vô hình” giúp người dùng duy trì sự tập trung, đặc biệt hữu ích trong khi thiền hoặc thư giãn.

Cuối cùng, công nghệ phản hồi sinh học theo thời gian thực (real - time biofeedback) đặc biệt của công nghệ này nằm ở khả năng thu thập tất cả dữ liệu, kể cả các biến động nhỏ nhất trong dữ liệu sinh học theo đúng thời gian diễn ra.

Tổng thể, các công nghệ nói trên đã tạo nên một hệ sinh thái thu nhỏ trong lòng bàn tay - nơi công nghệ và sự thấu hiểu cảm xúc con người giao thoa để hỗ trợ sức khỏe một cách thông minh.

2.2.2. Xây dựng quy trình công nghệ sản xuất và các yêu cầu cung cấp

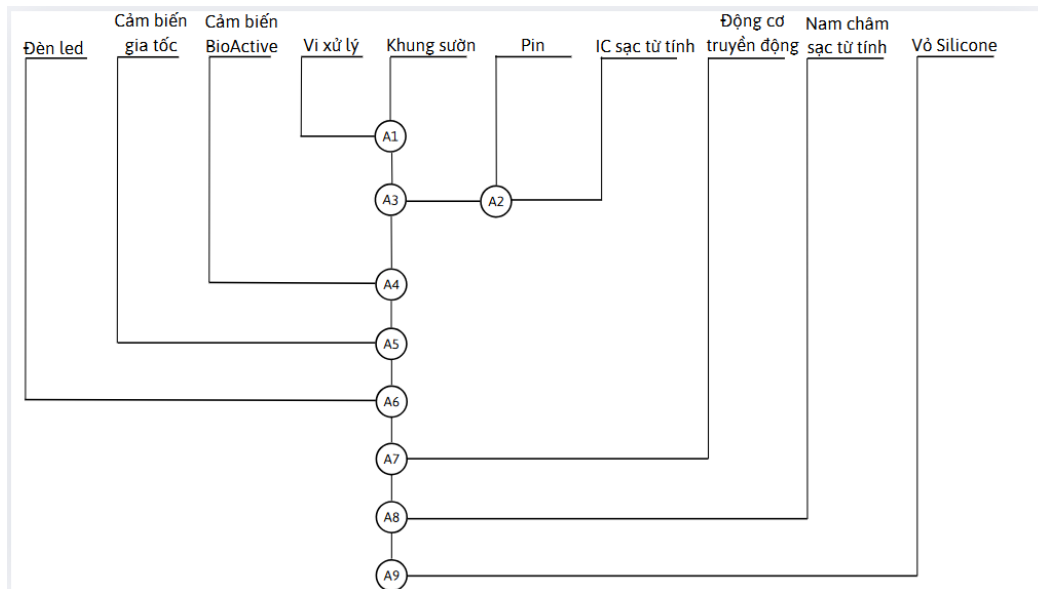


Hình 2.7 Sơ đồ quy trình công nghệ sản phẩm

Quy trình sản xuất thiết bị Samsung MindFlow bắt đầu bằng việc tiếp nhận nguyên vật liệu/linh kiện từ các nhà cung cấp trong nước và quốc tế. Trong đó, cảm biến BioActive, bao bì, đèn led, vỏ thiết bị được SEV tự sản xuất nội bộ và nhập vi xử lý trung tâm, pin, bộ sạc từ tính từ chuỗi công ty thuộc tập đoàn Samsung để đảm bảo kiểm soát chất lượng và tính bảo mật. Các nguyên liệu khác như cảm biến gia tốc, động cơ truyền động được nhập từ đối tác đáng tin cậy. Trước khi đi vào sản xuất, toàn bộ nguyên vật liệu đều trải qua khâu kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt. Những nguyên liệu/linh kiện không đạt yêu cầu sẽ được loại bỏ hoặc hoàn trả về cho nhà cung cấp.

Sau khi đạt tiêu chuẩn, nguyên vật liệu được chuyển sang giai đoạn gia công thành từng chi tiết cụ thể như vỏ silicone, khung nhựa ABS, bao bì, đèn led, linh kiện cảm biến BioActive. Từng chi tiết sau gia công tiếp tục được kiểm tra để đảm bảo không có sai sót trước khi bước vào giai đoạn lắp ráp.

Giai đoạn lắp ráp bao gồm việc tích hợp các bộ phận như: vỏ silicone y tế, khung sườn ABS, cảm biến BioActive, cảm biến gia tốc, vi xử lý S3 MCU, đèn LED báo hiệu, pin lithium-ion, IC sạc từ tính, động cơ mô phỏng nhịp thở và nam châm sạc từ tính. Các linh kiện được cố định trên khung sườn ABS và được bao bọc bởi lớp vỏ ngoài silicone y tế, tạo nên cấu trúc hoàn chỉnh cho thiết bị. Các chi tiết được lắp ráp theo trình tự được thể hiện ở hình sau.



Hình 2.8 Sơ đồ lắp ráp của Samsung MindFlow

Thiết bị sau khi lắp ráp sẽ trải qua một lần kiểm tra tổng thể để đánh giá hoạt động của hệ thống cảm biến, độ bền của vỏ ngoài, độ ổn định của kết nối Bluetooth và hiệu suất pin. Nếu phát hiện lỗi, sản phẩm sẽ được đưa vào sửa chữa và kiểm tra lại. Những sản phẩm không thể sửa chữa sẽ bị loại bỏ để đảm bảo chất lượng đầu ra. Khi hoàn tất, sản phẩm đạt tiêu chuẩn sẽ được đóng gói cùng cáp sạc nam châm và tài liệu hướng dẫn. Toàn bộ thành phẩm sau đó được kiểm tra lần cuối trước khi xuất xưởng và phân phối ra thị trường.

2.2.3. Các vấn đề liên quan đến SHTT của sản phẩm và công nghệ

Sản phẩm “Samsung MindFlow” thuộc quyền sở hữu công nghiệp, tức là quyền của tổ chức, cá nhân đối với sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn, nhãn hiệu, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý, bí mật kinh doanh do mình sáng tạo ra hoặc sở hữu và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh.

Bảo hộ dấu hiệu có khả năng phân biệt thông qua nhãn hiệu của sản phẩm “Samsung MindFlow”. Tên của sản phẩm MindFlow thuộc dòng thiết bị sức khỏe kỹ thuật số do công ty Samsung phát triển sẽ được đăng ký bản quyền cho sản phẩm. Ngoài ra, việc in ấn logo độc quyền Samsung lên trên thiết bị có thể giúp khách hàng nhận diện, phân biệt sản phẩm của thương hiệu Samsung so với các sản phẩm của các doanh nghiệp khác. Mục đích của việc bảo hộ này giúp kích thích, đảm bảo cạnh tranh công bằng và bảo vệ người tiêu dùng bằng cách cho phép họ đưa ra những lựa chọn sáng suốt giữa các hàng hóa và dịch vụ khác nhau. Việc bảo hộ có thể kéo dài vô thời hạn với điều kiện dấu hiệu

được đề cập tiếp tục có khả năng phân biệt.

Bên cạnh quyền bảo hộ các dấu hiệu có khả năng phân biệt, còn có các loại quyền sở hữu công nghiệp khác như:

- **Bằng sáng chế:** Samsung Electronics Việt Nam có thể cung cấp bằng sáng chế cho công nghệ trí tuệ nhân tạo kết hợp cảm biến sinh học dùng để phân tích dữ liệu thở và trạng thái căng thẳng trong sản phẩm “Samsung MindFlow”. Bằng sáng chế sẽ mô tả chi tiết công nghệ được sử dụng trong sản phẩm và khẳng định quyền sở hữu của Samsung.
- **Thiết kế công nghiệp:** Công ty cần cung cấp bằng chứng về việc đăng ký thiết kế công nghiệp cho sản phẩm Samsung MindFlow. Thiết kế công nghiệp sẽ bảo vệ hình thức bên ngoài của sản phẩm như màu sắc, kích thước, hình dáng, chất liệu, bố cục giao diện,... tránh trường hợp sản phẩm bị đối thủ mô phỏng tương tự.
- **Bí mật thương mại:** Bí mật thương mại có thể bao gồm thuật toán AI cá nhân hóa bài tập thở, dữ liệu sinh lý thu thập được từ người dùng, quy trình sản xuất và thiết kế thiết bị.
- **Bằng chứng khác:** Các bài báo khoa học, báo cáo nghiên cứu người dùng, tài liệu kỹ thuật, tài liệu marketing, hoặc thông tin từ website chính thức của SEV cũng có thể là những bằng chứng khác chứng minh quyền sở hữu công nghiệp của Samsung MindFlow.

Việc bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp thường có thời hạn nhất định, bằng sáng chế thường được bảo hộ trong vòng 20 năm. Các loại quyền sở hữu khác cũng được bảo hộ nhằm khuyến khích sự đổi mới, sáng tạo và thiết kế công nghệ. Mục tiêu chính là bảo vệ thành quả từ việc đầu tư vào phát triển công nghệ mới, qua đó tạo động lực và nguồn tài chính cho các hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D). Bên cạnh đó, sở hữu trí tuệ còn góp phần thúc đẩy chuyển giao công nghệ thông qua các hình thức như đầu tư trực tiếp nước ngoài, liên doanh hoặc cấp phép sử dụng.

Để sản phẩm của doanh nghiệp được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, cụ thể là quyền sở hữu công nghiệp, công ty cần đăng ký bản quyền tại Cục Sở hữu trí tuệ quốc gia. Quyền sở hữu công nghiệp đối với sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý được xác lập trên cơ sở quyết định của cơ quan quản lý nhà nước về quyền sở hữu công nghiệp cấp văn bằng bảo hộ cho bên nộp đơn đăng ký các đối tượng đó theo quy định tại Chương VII, Chương VIII và Chương IX của Luật sở hữu trí tuệ và Phụ lục I của Nghị định số 65/2023/NĐ-CP có hiệu lực thi hành ngày 23/8/2023. Khi

đăng ký sở hữu trí tuệ cho sản phẩm Samsung MindFlow, công ty cần chuẩn bị hồ sơ gồm các giấy tờ liên quan như: thông tin chủ sở hữu, tờ khai đăng ký kiểu dáng công nghiệp, bản chụp tất cả các mặt của sản phẩm, tờ khai đăng ký nhãn hiệu, bản mô tả sáng chế,... Sau khi hoàn tất các bước, nộp hồ sơ và theo dõi hồ sơ đăng ký bản quyền sản phẩm.

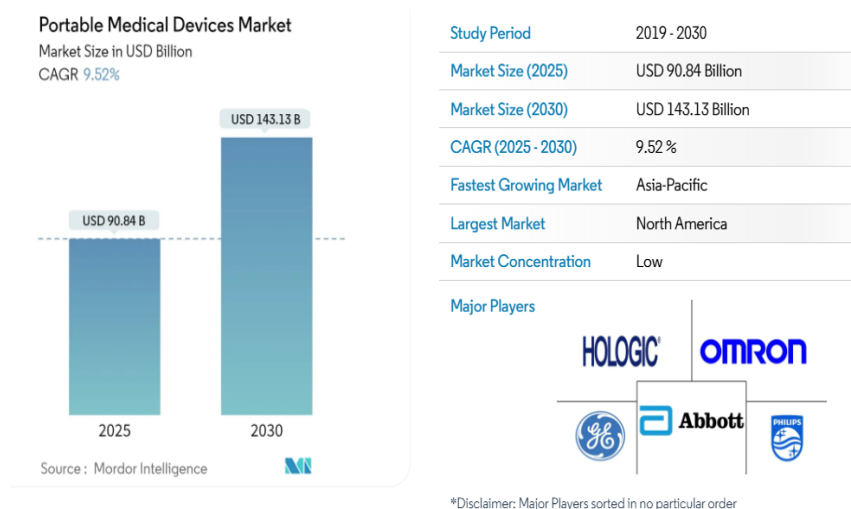
CHƯƠNG 3: PHÁT TRIỂN CHIẾN LƯỢC MARKETING

3.1. Phân tích thị trường và khách hàng mục tiêu

3.1.1 Phân tích tình hình thị trường hiện tại

Thị trường thiết bị tập thở giúp giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ hiện đang có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển, đặc biệt tại các quốc gia đang phát triển như Việt Nam. Theo Cơ quan Thống kê Quốc gia, GDP bình quân đầu người Việt Nam năm 2024 theo giá hiện hành ước đạt khoảng 114 triệu đồng/năm và dự báo sẽ tiếp tục tăng trong thời gian tới. Thu nhập bình quân đầu người vào cuối năm 2024 đạt gần 8 triệu đồng/tháng. Sự cải thiện về kinh tế kéo theo sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng, khi người dân ngày càng quan tâm đến sức khỏe thể chất và tinh thần, sẵn sàng chi tiêu cho các thiết bị hỗ trợ chăm sóc sức khỏe cá nhân, đặc biệt là trong bối cảnh hậu đại dịch COVID-19.

Song song đó theo Mordor Intelligence, thị trường thiết bị chăm sóc sức khỏe tinh thần đang chứng kiến nhiều đổi mới đột phá trong thiết kế và phát triển sản phẩm. Các thiết bị ngày càng được tối ưu hóa về mặt kích thước, tính tiện dụng, thân thiện với người dùng và hiệu quả sử dụng. Theo dự báo, quy mô thị trường thiết bị y tế di động toàn cầu sẽ đạt khoảng 90,84 tỷ USD vào năm 2025 và dự kiến đạt 143,13 tỷ USD vào năm 2030, với tốc độ tăng trưởng CAGR đạt 9,52%.



Hình 3.1 Thị trường thiết bị y tế di động trong những năm 2025- 2030

Bên cạnh đó, các thiết bị đeo thông minh như Apple Watch, Fitbit, Xiaomi hay Garmin đang ngày càng phổ biến với các tính năng theo dõi sức khỏe như đo nhịp tim, SpO2, theo dõi giấc ngủ và hướng dẫn thiền. Tuy nhiên, phần lớn những thiết bị này chỉ tích hợp bài tập thở như một chức năng phụ, thiếu tính chuyên sâu và không tạo ra phản hồi sinh học tương tác. Đây là khoảng trống rõ rệt mà Samsung MindFlow có thể khai thác - một thiết bị chuyên hướng đến hỗ trợ sức khỏe tinh thần với khả năng phản hồi sinh học, giúp người dùng chủ động thư giãn và hỗ trợ đi vào giấc ngủ.

Trong bối cảnh tỷ lệ căng thẳng, mất ngủ ngày càng gia tăng do áp lực từ đô thị hóa, công việc và học tập, cùng với xu hướng công nghệ hóa chăm sóc sức khỏe tinh thần, Samsung MindFlow có cơ hội lớn để đi đầu trong một phân khúc tiềm năng nhưng còn thiếu vắng các sản phẩm chuyên biệt thực sự hiệu quả.

3.1.2 Các phân khúc thị trường và xác định thị trường mục tiêu cho sản phẩm

3.1.2.1 Các phân khúc thị trường

Phân đoạn thị trường là việc chia một thị trường lớn thành các nhóm khách hàng riêng biệt dựa trên các tiêu chí cụ thể. Các khách hàng này có những đặc điểm, nhu cầu và hành vi mua tương đồng. Công ty Samsung Electronics Việt Nam (SEV) sẽ phân đoạn thị trường khách hàng tiêu dùng cuối cùng dựa trên những lợi ích mà khách hàng tìm kiếm và độ tuổi, thu nhập của khách hàng.

Độ tuổi

- Dưới 12 tuổi

Nhóm trẻ em dưới 12 tuổi hầu hết sẽ không chịu nhiều áp lực từ cuộc sống, trong đó có một số trẻ em bắt đầu vào học cấp 2 sẽ có sự thay đổi lớn về vấn đề học tập và thói quen sinh hoạt. Mặc dù có thể gặp một số căng thẳng nhẹ do khối lượng học tập, chế độ thi cử, kỳ vọng từ cha mẹ nhưng nhìn chung mức độ áp lực thấp và khả năng nhận thức về quản lý căng thẳng cũng còn hạn chế.

- Nhóm 12-24 tuổi

Nhóm tuổi này thường là các học sinh, sinh viên và người mới đi làm, là nhóm người trẻ đang trong giai đoạn học tập và khởi đầu sự nghiệp. Họ thường xuyên thức khuya để học tập; đối mặt với căng thẳng do áp lực học tập, thi cử, định hướng tương lai và phải thích nghi với môi trường làm việc mới. Nhóm khách hàng này có nhu cầu về các giải pháp giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ, tuy nhiên họ thường bị giới hạn về khả năng chi trả.

- Nhóm 25-34 tuổi

Đây là nhóm khách hàng dân văn phòng trẻ, trí thức phần lớn còn độc thân. Họ thường làm việc trong môi trường áp lực cao, đang trên hành trình phát triển sự nghiệp và có thu nhập trung bình khá. Họ thậm chí phải thức xuyên đêm để chạy deadline công việc, nỗ lực để hoàn thành tốt công việc được giao. Họ có nhận thức rõ ràng về tầm quan trọng của sức khỏe tinh thần, mong muốn cải thiện giấc ngủ và đặc biệt quan tâm đến quản lý căng thẳng hiệu quả. Họ sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm hỗ trợ sức khỏe có thiết kế hiện đại, tích hợp công nghệ thông minh nếu họ thích và có khả năng chi trả cho sản phẩm đó.

- Nhóm 35-54 tuổi

Đây là nhóm khách hàng trưởng thành có sự ổn định trong công việc, năng lực tài chính tốt, thường đã lập gia đình và đang gánh vác nhiều trách nhiệm trong công việc cũng như cuộc sống cá nhân. Họ thường xuyên phải đối mặt với áp lực kép từ công việc và gia đình, dẫn đến tình trạng căng thẳng kéo dài và xuất hiện các vấn đề về giấc ngủ. Người trong độ tuổi này có tiềm lực chi tiêu cao nhưng đồng thời họ cũng ngày càng quan tâm đến sức khỏe và thận trọng hơn trong việc lựa chọn sản phẩm.

- Trên 55 tuổi

Nhóm người thuộc độ tuổi này thường là những người sắp hoặc đã nghỉ hưu, và họ quan tâm đến các vấn đề sức khỏe tinh thần, đặc biệt là giấc ngủ. Họ có thu nhập ổn định nếu vẫn còn đang làm việc, có tài sản tích lũy và còn được hưởng lương hưu nếu họ đã nghỉ hưu. Những khách hàng này cần sản phẩm an toàn có thể hỗ trợ giải quyết vấn đề của họ và họ có khả năng chi trả cho sản phẩm đó tuy nhiên vẫn có sự suy xét kỹ càng về giá cả.

Thu nhập hàng tháng

- Thu nhập dưới 11 triệu đồng

Đây là nhóm có năng lực tài chính nằm ở mức thấp - trung bình, chiếm tỷ lệ khá lớn trong dân số lao động của Việt Nam. Với mức thu nhập này họ có khả năng chi trả được các nhu cầu cơ bản và các sản phẩm công nghệ tầm trung. Đối với sản phẩm công nghệ cao như Samsung MindFlow nếu họ thực sự cảm thấy thích và nó có thể giải quyết nhu cầu của họ thì họ sẽ cân nhắc mua sản phẩm vì giá sản phẩm khá cao.

- Thu nhập trên 11 triệu đồng

Mức thu nhập hàng tháng trên 11 triệu đồng là mức thu nhập bị đánh thuế thu nhập

cá nhân tại Việt Nam. Những người này thuộc nhóm khách hàng có năng lực tài chính tốt và hoàn toàn có khả năng chi trả cho sản phẩm công nghệ cao như Samsung MindFlow. Đối với họ, việc mua sản phẩm công nghệ hiện đại có khả năng giải quyết vấn đề sức khỏe tinh thần của họ, mang lại trải nghiệm dùng tốt là một khoản đầu tư hợp lý cho bản thân.

Lợi ích khách hàng tìm kiếm

- **Tính năng sản phẩm:** Sản phẩm Samsung MindFlow là một thiết bị tập thở hỗ trợ giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ mà có thể không cần đến liệu pháp tâm lý hay dùng thuốc. Thiết bị này sẽ đo các chỉ số sức khỏe như nhịp tim, HRV, nồng độ oxy trong máu và truyền dữ liệu đến máy có công nghệ AI phân tích dữ liệu giúp đưa ra bài tập thở phù hợp cho từng cá nhân. Các thông tin sẽ tổng hợp và đánh giá sau các lần tập giúp người dùng biết được sự cải thiện trong sức khỏe một cách trực quan.
- **Thẩm mỹ:** Khách hàng ưa chuộng các sản phẩm có thiết kế ưa nhìn, nhỏ gọn, các màu sắc trung tính dễ sử dụng.
- **Tiện lợi:** Đây là yếu tố mà khách hàng khá quan tâm khi mua sản phẩm chăm sóc sức khỏe cầm tay như Samsung MindFlow, thiết bị được thiết kế nhỏ gọn dễ mang theo và sử dụng ở nhiều nơi như nhà, văn phòng, thậm chí khi đang di chuyển trên các phương tiện như xe khách, máy bay,... Việc sử dụng đơn giản và khả năng đồng bộ với hệ sinh thái Samsung cũng hỗ trợ người dùng theo dõi sức khỏe một cách dễ dàng.
- **Dễ tiếp cận:** Khách hàng ngày càng ưu tiên những sản phẩm dễ tìm mua, dễ kiểm chứng và có các chính sách hậu mãi tốt. Sản phẩm Samsung MindFlow sẽ được phân phối rộng rãi trên toàn quốc và có thể dễ dàng mua ở trên website chính thức, Thế Giới Di Động, Điện Máy Xanh, FPT Shop, các đại lý bán lẻ khác hoặc trên các sàn thương mại điện tử. Điều này giúp khách hàng mua được sản phẩm chính hãng và nhận đầy đủ được các ưu đãi tốt khi mua sản phẩm.

3.1.2.2 Xác định thị trường mục tiêu cho sản phẩm

Lựa chọn thị trường mục tiêu là một bước quan trọng trong chiến lược marketing của hầu hết các doanh nghiệp. Ở giai đoạn này doanh nghiệp tiến hành đánh giá tính hấp dẫn của từng phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường để thâm nhập dựa trên yếu tố thước đo hấp dẫn của thị trường và khả năng tương đối của công ty. Việc xác định đúng thị trường mục tiêu sẽ giúp doanh nghiệp tập trung nguồn lực và nỗ lực marketing hiệu quả hơn, từ đó đạt được mục tiêu kinh doanh đề ra.

Thước đo độ hấp dẫn thị trường

Thước đo độ hấp dẫn thị trường được đánh giá dựa trên *Quy mô thị trường, Tốc độ tăng trưởng và Độ nhạy cảm về giá*

- Quy mô thị trường (30%): Quy mô thị trường là yếu tố quan trọng khi quyết định tung ra một sản phẩm mới như Samsung MindFlow - thiết bị hỗ trợ giảm căng thẳng và đi vào giấc ngủ dễ. Với sự gia tăng nhanh chóng của các vấn đề về sức khỏe tinh thần trong xã hội hiện đại, thị trường cho các thiết bị hỗ trợ thở, thiền và thư giãn đang mở rộng rõ rệt. Doanh nghiệp cần đánh giá quy mô thị trường để xác định nhu cầu tiêu dùng, mức độ cạnh tranh cũng như khả năng tiếp cận người dùng mục tiêu. Một thị trường có quy mô lớn và đang gia tăng như lĩnh vực chăm sóc sức khỏe tinh thần sẽ tạo điều kiện thuận lợi để công ty tăng doanh số, nâng cao độ nhận diện thương hiệu và mở rộng hệ sinh thái sản phẩm. Vì vậy, yếu tố này cần được cân nhắc kỹ lưỡng trong chiến lược phát triển và được đề xuất trọng số 30%.

- Tốc độ tăng trưởng thị trường (30%): Một sản phẩm mới khi được nghiên cứu và phát triển đưa ra thị trường thường phải cân nhắc đến nhiều yếu tố thị trường, trong đó có tốc độ tăng trưởng thị trường cũng quan trọng không kém so với quy mô thị trường. Đây là yếu tố thể hiện sự tăng trưởng để doanh nghiệp đánh giá đưa ra quyết định nên chọn đoạn thị trường nào có tiềm năng nhất trong tương lai hơn. Đoạn thị trường có tốc độ tăng trưởng tốt trong khoảng thời gian nhất định sau đó có thể xảy ra biến đổi, nên doanh nghiệp cần phải nhanh chóng tận dụng thời điểm tốc độ tăng trưởng nhanh để xâm nhập mở rộng, chiếm lĩnh thị trường. Đề xuất trọng số cho tiêu chí này là 30%.

- Độ nhạy cảm về giá (25%): Độ nhạy cảm về giá đóng vai trò quan trọng trong quyết định mua hàng, tùy vào mức độ nhạy cảm mà doanh nghiệp cần định giá cho sản phẩm cao hay thấp. Mức độ nhạy cảm về giá sẽ khác nhau tùy theo từng nhóm đối tượng, ví dụ học sinh, sinh viên và người mới đi làm thường có khả năng chi trả hạn chế, trong khi người trưởng thành có thu nhập ổn định sẽ quan tâm nhiều hơn đến giá trị nhận được so với giá bán. Về giá cả sản phẩm, công ty có thể linh hoạt đưa ra giá tùy theo nhóm khách hàng mục tiêu và có đưa ra các chính sách ưu đãi giá. Nếu sản phẩm được định giá phù hợp với cảm nhận giá trị mà người dùng mong đợi (hiệu quả giảm căng thẳng, hỗ trợ giấc ngủ mà không cần thuốc), họ sẽ sẵn sàng chi trả. Trong một phân khúc ít nhạy cảm về giá, doanh nghiệp có thể xây dựng hình ảnh sản phẩm chất lượng cao, từ đó tăng lợi nhuận và nâng tầm thương hiệu. Vì vậy, yếu tố độ nhạy cảm về giá được đánh giá kỹ và được đề xuất trọng số là 25 %.

Khả năng tương đối của công ty

Được đánh giá dựa trên tiêu chí chính là *Dịch vụ chăm sóc khách hàng*

- Dịch vụ chăm sóc khách hàng (15%): Sản phẩm Samsung MindFlow thuộc thương hiệu Samsung - thương hiệu uy tín có hệ thống chăm sóc khách hàng rộng khắp và chất lượng cao. Vì người tiêu dùng ngày nay không chỉ tìm kiếm hiệu quả sử dụng mà còn mong muốn được hỗ trợ nhanh chóng, tận tâm khi có vấn đề phát sinh trong quá trình sử dụng. Chính vì hiểu điều đó, công ty đã xây dựng hệ thống dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp gồm tổng đài chăm sóc 24/7, hỗ trợ qua email, trò chuyện trực tuyến và hơn 100 trung tâm bảo hành trên toàn quốc. Đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản, luôn sẵn sàng hỗ trợ khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả. Nhờ vào mạng lưới dịch vụ phủ rộng cùng chính sách bảo hành minh bạch, Samsung Electronics Việt Nam SEV có khả năng tạo dựng niềm tin và giữ chân khách hàng lâu dài. Do đó, tiêu chí này được đề xuất trọng số 15%.

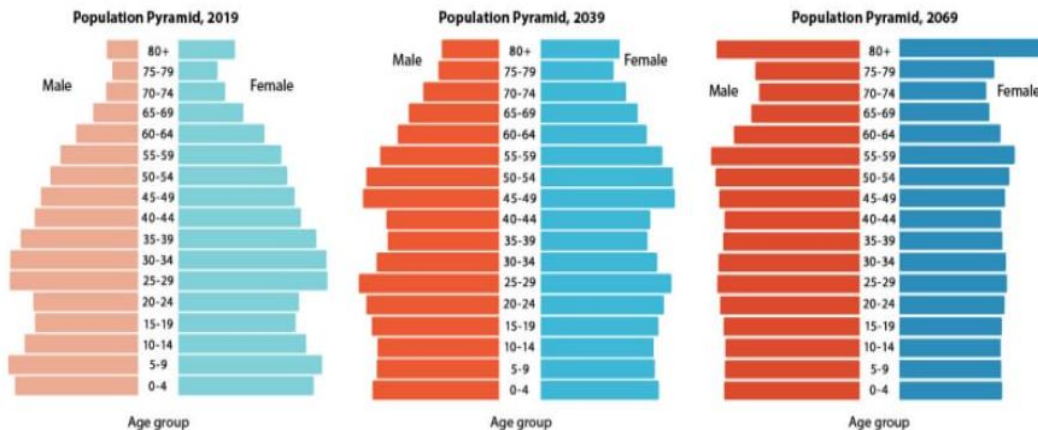
Sau khi đánh giá trọng số của các tiêu chí, sẽ tiến hành lập bảng tính điểm đánh giá phân đoạn theo từng tiêu chí đó dựa trên tiêu thức nhân khẩu học gồm độ tuổi và thu nhập của khách hàng ở bảng 3.1 và bảng 3.2.

Bảng 3.1 Bảng điểm đánh giá phân đoạn dựa trên độ tuổi

Tiêu chí	Trọng số	Dưới 12 tuổi	12-24 tuổi	25-34 tuổi	35-54 tuổi	Trên 55 tuổi
Quy mô thị trường lớn	0,3	8	7	8	9	8
Tốc độ tăng trưởng thị trường	0,3	5	8	7	8	9
Ít nhạy cảm về giá	0,25	5	5	7	8	7
Dịch vụ chăm sóc khách hàng	0,15	8	8	8	9	9
Tổng	1	6,35	6,95	7,45	8,45	8,2

- Quy mô thị trường được đánh giá dựa trên số lượng dân số trong từng nhóm tuổi theo thông tin của Tổng cục Thống kê Việt Nam (GSO) [9]. Trên thực tế, nhóm 35-54 tuổi, trên 55 tuổi, 25-34 tuổi và dưới 12 tuổi có quy mô thị trường lớn hơn nhờ chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu dân số, trong đó 35-54 tuổi là cao nhất. Các nhóm này được đánh giá có quy mô thị trường lớn hơn đáng kể so với nhóm 12-24 tuổi. Doanh nghiệp có thể có nhiều khách hàng hơn, bán được nhiều sản phẩm hơn ở phân đoạn 35-54 tuổi vì quy mô thị trường lớn và có năng lực tài chính ổn.

- Tốc độ tăng trưởng thị trường: Theo UNFPA - Cơ quan sức khỏe sinh sản và tình dục của Liên hợp quốc [10], tốc độ tăng trưởng của nhóm người trên 55 tuổi cao nhất và nhóm trẻ dưới 12 là thấp nhất vì dân số Việt Nam tuy đang ở cơ cấu dân số vàng nhưng có xu hướng già hóa trong những năm tới do tỷ lệ sinh thấp. Các nhóm tuổi 12-24, 25-35, 35-54 có đều có tốc độ tăng trưởng ổn định tuy nhiên độ tuổi 25-35 là tăng nhẹ nhất.



Hình 3.2 Kim tự tháp cơ cấu dân số Việt Nam trong những năm 2019, 2039 và 2069 (Theo UNFPA)

- Độ nhạy cảm về giá được đánh giá dựa trên khả năng chi trả của người tiêu dùng trong từng nhóm tuổi. Nhóm 35-54 tuổi có thu nhập ổn định và mức chi tiêu cao, ít nhạy cảm về giá nhất nên được chấm điểm cao nhất. Nhóm 25-34, nhóm trên 55 tuổi cũng có khả năng tài chính tương đối tốt, sẵn sàng chi cho sản phẩm công nghệ nếu phù hợp. Trong khi đó, dưới 12 tuổi và nhóm 12-24 tuổi không có khả năng chi trả hoặc có khả năng chi trả thấp cần có sự hỗ trợ tài chính từ cha mẹ khi mua sản phẩm nên rất nhạy cảm về giá và được chấm điểm thấp.

- Khả năng đáp ứng dịch vụ chăm sóc khách hàng phản ánh mức độ kỳ vọng vào dịch vụ của từng nhóm. Mỗi khách hàng đều có mong muốn sử dụng dịch vụ khách hàng tốt, tuy nhiên mức độ yêu cầu của họ khác nhau. Nhóm 35-54 tuổi đã có nhiều trải nghiệm về dịch vụ hậu mãi nên thường đòi hỏi cao về dịch vụ hậu mãi, và sự chuyên nghiệp trong hỗ trợ khách hàng từ nhân viên. Nhóm trên 55 tuổi thường không sử dụng thành thạo các thiết bị công nghệ cao nên chú trọng sản phẩm đơn giản, dễ dùng, sự hỗ trợ tận tình về cách thức sử dụng và theo dõi sức khỏe từ nhân viên. Trong khi đó, nhóm 12-24, 25-34 tuổi đã quen sử dụng công nghệ và dịch vụ trực tuyến nên chỉ cần sự hỗ trợ nhanh chóng từ nhân viên khi gặp vấn đề. Nhóm dưới 12 tuổi cũng có sự hỗ trợ sử dụng từ phụ huynh và ưu tiên các sản phẩm dễ sử dụng nên cũng không cần dịch vụ

chăm sóc khách hàng chuyên sâu.

=> Sau khi đánh giá các tiêu chí, Samsung Electronics Việt Nam SEV có thể xem xét lựa chọn nhóm 35-54 tuổi là phân khúc khách hàng mục tiêu trọng tâm. Đây là nhóm vừa có khả năng chi trả cao, tốc độ tăng trưởng thị trường ổn định và vừa có nhận thức rõ ràng về giá trị sức khỏe tinh thần, đồng thời ưu tiên sản phẩm chất lượng, phù hợp với định vị cao cấp của Samsung MindFlow. Ngoài ra, công ty có thể xem xét nhóm người trên 55 tuổi là nhóm khách hàng tiềm năng vì có mức điểm gần tương đồng với mức điểm cao nhất khi phân đoạn thị trường.

Bảng 3.2 Bảng điểm đánh giá phân đoạn dựa trên mức thu nhập

Tiêu chí	Trọng số	Dưới 11 triệu	Trên 11 triệu
Quy mô thị trường lớn	0.3	9	7
Tốc độ tăng trưởng thị trường	0.3	6	8
Ít nhạy cảm về giá	0.25	7	9
Dịch vụ chăm sóc khách hàng	0.15	7	9
Tổng	1	7.3	8.1

Nhóm thu nhập dưới 11 triệu có số lượng đông đảo nhất chiếm đến 80% dân số lao động Việt Nam nên được đánh giá điểm cao nhất. Nhóm có thu nhập trên 11 triệu có quy mô nhỏ hơn chỉ chiếm khoảng 20% dân số lao động. Nhóm thu nhập trên 11 triệu tuy có quy mô nhỏ nhưng là nhóm có tiềm năng chi tiêu mạnh.

Về độ nhạy cảm về giá, nhóm có thu nhập cao trên 11 triệu thường ít nhạy cảm về giá bởi họ chú trọng đến sự mới lạ, các công nghệ hay trải nghiệm khi dùng sản phẩm nên được chấm điểm cao nhất. Nhóm thu nhập dưới 11 triệu có thu nhập ở mức thấp - trung bình, họ vẫn có khả năng chi trả cho sản phẩm nếu như nó đáp ứng được nhu cầu của họ, tuy nhiên họ vẫn sẽ cân nhắc kỹ càng khi quyết định mua.

Mọi khách hàng đều có mong muốn có dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt. Đối với nhóm thu nhập trên 11 triệu, họ đã có các trải nghiệm dịch vụ chăm sóc khách hàng từ các sản phẩm công nghệ tầm trung hoặc cao cấp khác nên sẽ có sự so sánh và kỳ vọng cao về dịch vụ trước và sau khi bán hàng, trải nghiệm toàn diện. Nhóm khách hàng thu nhập dưới 11 triệu, họ chỉ thường mua xoay quanh các sản phẩm giá rẻ hoặc tầm trung để phù hợp với kinh phí của họ. Những sản phẩm này thường chú trọng đến chất lượng sản phẩm hơn là dịch vụ khách hàng. Do đó, họ thường không có nhiều trải nghiệm về

dịch vụ khách hàng nên không có sự so sánh hay đặt quá nhiều vào kỳ vọng dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt.

=> Sau khi đánh giá các phân đoạn dựa trên thu nhập, công ty có thể lựa chọn nhóm khách hàng có thu nhập trên 11 triệu. Họ là những khách hàng có khả năng chi trả cho sản phẩm, ít nhạy cảm về giá, tốc độ tăng trưởng thị trường tốt và quan tâm đến dịch vụ chăm sóc khách hàng.

Ngoài đánh giá dựa trên tiêu thức nhân khẩu học, doanh nghiệp có thể đánh giá dựa trên tiêu thức hành vi khách hàng.

Bảng 3.3 Bảng điểm đánh giá phân đoạn dựa trên lợi ích tìm kiếm

Tiêu chí	Trọng số	Tính năng	Thẩm mỹ	Tính tiện lợi	Dễ tìm mua
Quy mô thị trường lớn	0,3	9	7	8	8
Tốc độ tăng trưởng thị trường	0,3	9	6	8	8
Ít nhạy cảm về giá	0,25	8	7	7	7
Dịch vụ chăm sóc khách hàng	0,15	8	7	7	7
Tổng	1	8.6	6.7	7.6	7.6

Đối với quy mô thị trường, số khách hàng chú trọng đến tính năng sản phẩm sẽ cao hơn lượng khách hàng quan tâm đến thẩm mỹ, tính tiện lợi và dễ tìm mua nên quy mô người tìm kiếm lợi ích về tính năng sẽ cao nhất. Ngoài tính năng thì tính tiện lợi và khả năng dễ tìm mua sản phẩm cũng được khách hàng quan tâm không kém. Tính thẩm mỹ ở một thiết bị liên quan đến hỗ trợ sức khỏe sẽ không được chú tâm nhiều vì họ chủ yếu lựa chọn thiết bị có tính năng giúp ích cho sức khỏe thay vì chọn một thiết bị đẹp mà không giải quyết được nhu cầu của họ.

Trong một thị trường đang tăng trưởng nhanh, khách hàng có xu hướng tìm kiếm các sản phẩm mới có tính năng đột phá và dễ nhận biết giá trị sử dụng. Những tính năng hỗ trợ thư giãn thần kinh hay đồng bộ hóa sức khỏe toàn diện như trên Samsung MindFlow là yếu tố tạo đà phát triển nhanh chóng. Ngoài ra, yếu tố tiện lợi khi sử dụng và khả năng dễ tìm mua cũng có tốc độ tăng trưởng mức khá dù không có tăng trưởng vượt trội như yếu tố tính năng. Mặc dù yếu tố thẩm mỹ có thể giúp thu hút người dùng

qua hình ảnh truyền thông hoặc trải nghiệm thị giác, nhưng nó không đủ sức thúc đẩy sự lan tỏa mạnh mẽ như giá trị chức năng thật sự mà sản phẩm có thể mang lại cho khách hàng.

Khi khách hàng đánh giá cao hiệu quả tính năng của sản phẩm hỗ trợ sức khỏe trong việc cải thiện chất lượng sống, họ thường ít nhạy cảm yếu tố giá cả vì họ hiểu tính năng tốt thì đồng nghĩa giá sẽ không thấp. Tuy nhiên, nếu khách hàng chú trọng hơn về yếu tố thẩm mỹ, tính tiện lợi và khả năng dễ tìm mua thiết bị thì có thể có nhiều thiết bị đáp ứng được nhu cầu này của họ, dẫn đến họ có nhiều sự lựa chọn và có mức nhạy cảm cao hơn so với khách hàng tìm kiếm lợi ích về tính năng.

Đối với yếu tố dịch vụ hậu mãi của những thiết bị công nghệ có tính năng đặc thù như MindFlow, khách hàng thường cần sự hỗ trợ trong quá trình cài đặt, đồng bộ hóa dữ liệu sinh học hoặc xử lý các sự cố kỹ thuật liên quan đến cảm biến, ứng dụng hỗ trợ. Vì vậy, lợi ích liên quan đến tính năng có mối liên hệ mật thiết với chất lượng dịch vụ sau bán nên được đánh điểm cao nhất. Ngược lại, những yếu tố như thiết kế, tiện dụng hay khả năng dễ mua tuy vẫn cần được hỗ trợ trong một số trường hợp, nhưng mức độ phụ thuộc vào dịch vụ chăm sóc khách hàng là không cao. Điều này lý giải vì sao mức điểm của các lợi ích này ở tiêu chí này chỉ nằm ở mức trung bình.

Kết luận chung về lựa chọn thị trường mục tiêu: Sau khi đánh giá Thước đo độ hấp dẫn thị trường và Khả năng tương đối của doanh nghiệp cho các phân đoạn thị trường theo thu nhập và độ tuổi và lợi ích khách hàng tìm kiếm, doanh nghiệp đã xác định được thị trường mục tiêu là nhóm khách hàng thuộc độ tuổi 35-54 và có thu nhập trên 11 triệu đồng/tháng và lợi ích tìm kiếm của họ là tính năng của sản phẩm.

3.1.3 Định vị sản phẩm

Định vị là giai đoạn cuối cùng trong chiến lược STP (Segmentation - Targeting - Positioning). Đó là cách doanh nghiệp xác định và truyền tải một hình ảnh hoặc thông điệp nhất quán về sản phẩm hoặc thương hiệu của mình trong tâm trí khách hàng. Để qua đó, làm cho sản phẩm của doanh nghiệp trở nên độc đáo và khác biệt so với đối thủ cạnh tranh, từ đó tạo ra giá trị nhận thức cao hơn cho khách hàng.

3.1.3.1 Phân tích lợi thế cạnh tranh

Sau khi đã xác định nhóm khách hàng mục tiêu là người từ 35-54 tuổi có thu nhập trên 11 triệu đồng, chú trọng đến tính năng sản phẩm và có nhu cầu cao trong việc giảm căng thẳng, dễ vào giấc ngủ; doanh nghiệp Samsung Electronics Việt Nam (SEV) đã

tiến hành đánh giá với năng lực hiện tại của công ty để đảm bảo rằng sản phẩm Samsung MindFlow sẽ phù hợp với thị trường mục tiêu.

Thiết bị Samsung MindFlow là thiết bị tập thở khoa học giúp giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ. Thiết bị sẽ chuyển động phòng xếp mô phỏng nhịp thở lý tưởng giúp người dùng có thể dễ dàng luyện tập một cách hiệu quả, hạn chế được ảnh hưởng khi dùng thuốc. Sản phẩm đa tính năng có thể đo các chỉ số sức khỏe như nhịp tim, biến thiên nhịp tim, nồng độ oxy trong máu, ECG và truyền thông tin qua ứng dụng có trí tuệ nhân tạo xử lý dữ liệu đưa ra phản hồi theo thời gian thực giúp người dùng cá nhân hóa bài tập và theo dõi sự chuyển biến trong tình trạng sức khỏe. Doanh nghiệp có thể mạnh vượt trội, kinh nghiệm trong việc sản xuất các thiết bị hỗ trợ sức khỏe liên quan đến giấc ngủ, căng thẳng và có các cảm biến đa năng, ứng dụng và nền tảng trí tuệ nhân tạo AI cá nhân hóa hỗ trợ sức khỏe người tiêu dùng.

Kết luận lựa chọn lợi thế cạnh tranh: Đối với nhóm khách hàng có độ tuổi 35-54 tuổi và những người có thu nhập trên 11 triệu, sản phẩm họ tìm kiếm không chỉ là sản phẩm hỗ trợ sức khỏe thông thường mà sản phẩm họ tìm kiếm phải có tính năng vượt trội xử lý được vấn đề của họ. Đây cũng chính là thế mạnh cạnh tranh của doanh nghiệp với kinh nghiệm lâu năm trong sản xuất các thiết bị hỗ trợ sức khỏe có thiết kế nhỏ gọn và nền tảng AI cá nhân hóa hỗ trợ sức khỏe.

3.1.3.2 Mô tả định vị

Bảng 3.4 Bảng mô tả định vị

Phân đoạn lựa chọn	Nhóm khách hàng ở khoảng 35-54 tuổi, thu nhập trên 11 triệu đồng, chú trọng tính năng sản phẩm
Ưu thế về lợi ích	Tính năng sản phẩm
Lợi thế cạnh tranh	Kinh nghiệm sản xuất các thiết bị đeo thông minh có các tính năng đo chỉ số sức khỏe liên quan đến căng thẳng và giấc ngủ Có ứng dụng Samsung Health và nền tảng AI cá nhân hóa hỗ trợ sức khỏe người tiêu dùng

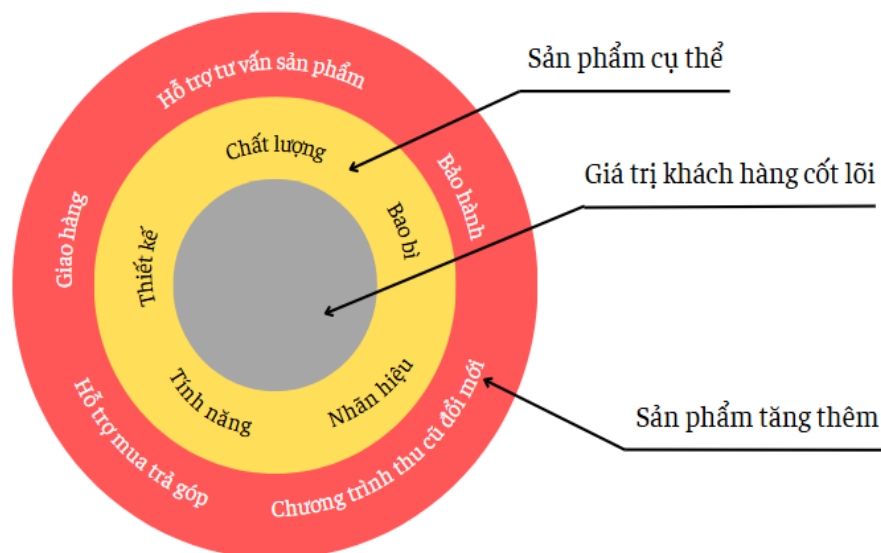
Bảng 3.4 mô tả các đặc điểm định vị của sản phẩm Samsung MindFlow dành cho nhóm khách hàng ở độ tuổi 35-54 có thu nhập hàng tháng trên 11 triệu đồng và chú

trọng đến tính năng sản phẩm. Trong phân khúc thiết bị chăm sóc sức khỏe tinh thần này, sản phẩm sẽ phải cạnh tranh trực tiếp với sản phẩm Moonbird ở châu Âu. Tuy nhiên, sản phẩm có lợi thế nổi bật về đa dạng tính năng sản phẩm do sử dụng các cảm biến đa năng thông minh để đo các chỉ số sức khỏe như nhịp tim, HRV, nồng độ oxy trong máu, ECG và có nền tảng AI cá nhân hóa hỗ trợ sức khỏe giúp phân tích tình trạng sức khỏe và đề xuất bài tập thở phù hợp, theo dõi kết quả quá trình luyện tập. Lĩnh vực chăm sóc hỗ trợ sức khỏe được công ty chú trọng phát triển trong nhiều năm qua với hàng loạt các thiết bị đeo như Galaxy Watch và mới cho ra mắt Galaxy Ring.

Tuyên ngôn định vị: Đối với những người thuộc độ tuổi 35-54 có thu nhập thu nhập trên 11 triệu và chú trọng đến tính năng sản phẩm. Những người đang tìm kiếm giải pháp cải thiện sức khỏe tinh thần như giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ, thiết bị tập thở khoa học Samsung MindFlow - thiết bị có thiết kế cầm tay nhỏ gọn vừa lòng bàn tay, mô phỏng nhịp thở lý tưởng thông qua cảm nhận xúc giác và tích hợp trí tuệ nhân tạo AI để giúp phân tích dữ liệu, cá nhân hóa bài tập theo thời gian thực. Samsung MindFlow là lựa chọn lý tưởng cho những ai muốn chăm sóc sức khỏe tinh thần một cách chủ động, an toàn và khoa học.

3.2 Chiến lược và các thành tố của marketing mix

3.2.1 Chính sách sản phẩm



Hình 3.3 Các lớp sản phẩm

Sản phẩm Samsung MindFlow là một sản phẩm mới trong hệ sinh thái thiết bị chăm sóc sức khỏe của thương hiệu Samsung được nghiên cứu và bán ra thị trường vào năm

tới. Sản phẩm sẽ có đủ 3 lớp chính của một sản phẩm hoàn chỉnh gồm giá trị khách hàng cốt lõi, sản phẩm cụ thể, sản phẩm gia tăng.

- Giá trị khách hàng cốt lõi: Đây là lớp lợi ích cốt lõi mà khách hàng thực sự tìm kiếm để giải quyết nhu cầu, vấn đề của họ.
- Sản phẩm cụ thể: Lớp này bao gồm tính năng, thiết kế, mức chất lượng, nhãn hiệu, bao bì của sản phẩm được kết hợp với nhau để mang lại lớp giá trị cốt lõi mà khách hàng mong muốn.
- Sản phẩm tăng thêm: Lớp này còn được gọi là lớp dịch vụ bổ sung, tức gồm các dịch vụ khách hàng và các lợi ích tăng thêm để cung cấp cho khách hàng như bảo hành hướng dẫn, sửa chữa, tư vấn,...

3.2.1.1 Giá trị khách hàng cốt lõi

Samsung MindFlow là thiết bị tập thở khoa học giúp giảm căng thẳng và hỗ trợ giấc ngủ. Thiết bị giúp người dùng tập trung luyện tập có hiệu quả bằng cơ chế phòng xếp mô phỏng nhịp thở lý tưởng của thiết bị. Sản phẩm mang đến một giải pháp chăm sóc sức khỏe tinh thần không dùng thuốc, đồng hành cùng người tiêu dùng trong hành trình hồi phục và duy trì sức khỏe tinh thần ở trạng thái tốt.

3.2.1.2 Sản phẩm cụ thể

a. Chất lượng sản phẩm

- Mức chất lượng: Thiết bị tập thở Samsung MindFlow được nghiên cứu, phát triển và sản xuất theo đúng thông số kỹ thuật của sản phẩm đề ra. Sản phẩm có thiết kế nhỏ gọn với trọng lượng chỉ 188g, giúp người dùng dễ dàng cầm nắm và mang theo bên mình, tiện sử dụng ở bất kỳ đâu. Bên cạnh đó, MindFlow sử dụng công nghệ Bluetooth 5.3 với chuẩn BLE, cho phép kết nối ổn định trong phạm vi rộng từ 40 đến 60 mét. Thiết bị còn được trang bị cảm biến gia tốc để khởi động thiết bị một cách dễ dàng, nhanh chóng và cảm biến BioActive nhằm theo dõi chính xác chỉ số sinh học của người dùng, hỗ trợ hiệu quả trong các bài tập thở.
- Độ nhất quán của chất lượng: Để đảm bảo mỗi thiết bị MindFlow đều hoạt động ổn định và không phát sinh sai lệch giữa các lô sản xuất dẫn đến sự không đồng đều về chất lượng sản phẩm, SEV triển khai quy trình kiểm soát chất lượng toàn diện ở mọi giai đoạn từ lựa chọn linh kiện, lắp ráp cho đến kiểm tra sản phẩm đầu ra. Hệ thống này không chỉ giúp duy trì độ chính xác, đảm bảo thiết bị vẫn giữ được hiệu suất như thiết kế ban đầu sau thời gian dài sử dụng. Sự nhất quán về chất lượng giữa các sản phẩm thể hiện cam kết của doanh nghiệp trong việc mang đến trải nghiệm tin cậy và đồng đều cho

người dùng trên thị trường.

b. Tính năng

Samsung MindFlow là thiết bị chăm sóc sức khỏe cá nhân được thiết kế khác biệt nhờ khả năng mô phỏng nhịp thở xúc giác, tích hợp cảm biến sinh học thể hệ mới cùng trí tuệ nhân tạo (AI) nhằm mang đến trải nghiệm theo dõi và điều chỉnh trạng thái tinh thần một cách chính xác. Không giống các thiết bị thông thường, MindFlow không chỉ đơn thuần ghi nhận dữ liệu mà còn phân tích chuyên sâu các chỉ số như nhịp tim, HRV (dao động nhịp tim), nồng độ oxy trong máu, và điện tâm đồ (ECG) thông qua cảm biến BioActive, từ đó đưa ra các gợi ý điều chỉnh hơi thở phù hợp với trạng thái hiện tại của người dùng.

Thiết bị có thể đồng bộ với ứng dụng Samsung Health, cho phép người dùng theo dõi sức khỏe toàn diện theo thời gian thực. Điểm nổi bật của MindFlow nằm ở khả năng xây dựng các bài tập thở được cá nhân hóa dựa trên dữ liệu sinh học cụ thể, từ đó giúp giảm lo âu, cải thiện chất lượng giấc ngủ. Nhờ sự kết hợp giữa dữ liệu sinh lý chính xác và các gợi ý hành vi cá nhân hóa, thiết bị mở ra hướng tiếp cận hoàn toàn mới trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe chủ động.

c. Thiết kế

- **Thiết kế tổng thể:** Samsung MindFlow được thiết kế tối giản, bề mặt thiết bị được bo cong nhẹ nhàng, tạo nên cảm giác mềm mại và thân thiện với người dùng. Phần tiếp xúc với người dùng được làm từ chất liệu silicone y tế thân thiện với da, giúp người dùng cảm thấy dễ chịu khi sử dụng trong thời gian dài. Thiết bị được thiết kế nằm gọn trong lòng bàn tay giúp người dùng cảm nhận nhịp thở lý tưởng một cách tốt nhất.

- **Màu sắc:** Samsung MindFlow sử dụng tông xanh dịu nhẹ làm chủ đạo. Gam màu này được lựa chọn dựa trên các nghiên cứu tâm lý học màu sắc, cho thấy màu xanh dương pastel gợi liên tưởng đến sự chữa lành và cân bằng nội tâm, mang lại cảm giác nhẹ nhàng, phù hợp với môi trường thiền định hoặc không gian nghỉ ngơi. Gam màu này không chỉ đẹp mắt mà còn góp phần nâng cao trải nghiệm thư giãn của người dùng, đồng thời phù hợp với mọi giới tính và độ tuổi.

- **Chất liệu:** Thiết bị được chế tạo từ các vật liệu bền nhẹ như nhựa sinh học và silicone y tế, đảm bảo an toàn cho người sử dụng và thân thiện với môi trường. Phần khung chính sử dụng nhựa ABS cao cấp giúp giảm trọng lượng, tăng sự chống va đập, còn phần tiếp xúc với da được làm từ silicone kháng khuẩn giúp hạn chế kích ứng và tạo cảm giác êm ái khi tiếp xúc.

- Kích thước và trọng lượng: Với cấu trúc nhỏ gọn, Samsung MindFlow có thể dễ dàng mang theo và sử dụng bất cứ lúc nào. Trọng lượng nhẹ giúp giảm thiểu sức nặng lên tay người dùng, phù hợp với cả người lớn và thanh thiếu niên trong các buổi tập thở từ 10 đến 20 phút mỗi ngày mà không gây mỏi tay.

d. Nhãn hiệu

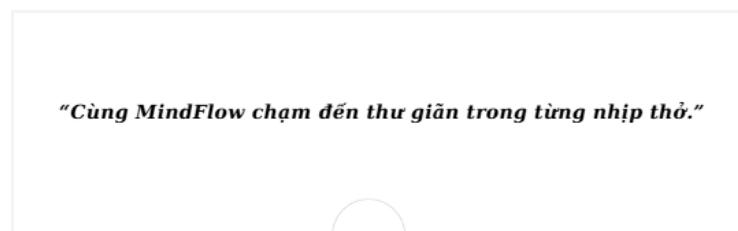
Thương hiệu Samsung là bảo chứng cho chất lượng và sự đổi mới công nghệ. Với hơn 80 năm kinh nghiệm, Samsung luôn tiên phong trong việc ứng dụng công nghệ để cải thiện chất lượng sống. Tên gọi “Samsung MindFlow” được chọn để thể hiện rõ sứ mệnh hỗ trợ sức khỏe tinh thần. “Mind” đại diện cho nhận thức và tâm trí, còn “Flow” gợi về trạng thái đắm chìm tích cực trong tâm lý học. Sự kết hợp này mang đến một cái tên ngắn gọn, dễ nhớ, đồng thời truyền cảm hứng về sự kết nối hài hòa giữa hơi thở và tinh thần.

e. Bao bì

Bao bì Samsung MindFlow được thiết kế theo phong cách tối giản, thanh lịch. Hộp có dạng hình chữ nhật nhỏ gọn, làm từ bìa giấy tái chế thân thiện với môi trường. Bên trong có lớp đệm bảo vệ bằng xốp định hình giúp cố định thiết bị, kèm theo dây sạc từ tính USB-C, sách hướng dẫn sử dụng. Mặt ngoài hộp in tên sản phẩm, logo Samsung, hình ảnh thiết bị và các thông số kỹ thuật cơ bản. Hộp có kích thước dài x rộng x cao tương ứng 14,2cm x 7,4cm x 6,5 cm và túi đựng có kích thước chiều dài x rộng x cao khoảng 16,2 cm x 9,4cm x 8,5cm. Ngoài ra, mặt bên của hộp sản phẩm còn có thông điệp “ Cùng MindFlow chạm đến thư giãn trong từng nhịp thở”, một câu nói ý nghĩa giúp truyền đạt được thông điệp đến khách hàng một cách gần gũi, dễ hiểu.



Hình 3.4 Hộp đựng sản phẩm Samsung MindFlow



Hình 3.5 Mặt bên của hộp sản phẩm



Hình 3.6 Túi xách đựng sản phẩm

3.2.1.3 Chính sách hỗ trợ sản phẩm

a. Chính sách bảo hành

Thời gian bảo hành áp dụng cho sản phẩm Samsung MindFlow là 12 tháng đối với các linh kiện bên trong, các phụ kiện kèm chỉ được bảo hành trong 6 tháng. Trong khoảng thời gian 12 tháng bảo hành, sản phẩm sẽ được hỗ trợ sửa chữa khi xảy ra bất kỳ hư hỏng nào. Đặc biệt, trong 7 ngày đầu tiên kể từ ngày nhận hàng, với điều kiện sản phẩm có lỗi sản xuất hoặc sản phẩm được giao không đúng với đơn đặt hàng khách hàng sẽ được hoàn trả sản phẩm miễn phí. Nếu sản phẩm hoàn trả không kèm theo toàn bộ phụ kiện gốc (như là sách hướng dẫn, dây sạc), người bán hàng có thể từ chối việc hoàn trả.

Chính sách bảo hành có hiệu lực kể từ ngày khách hàng mua sản phẩm đối với những khách hàng mua sản phẩm Samsung MindFlow chính hãng tại các kênh phân phối doanh nghiệp có liên kết, phiếu bảo hành hoặc có hóa đơn mua hàng, hồ sơ thông tin khách hàng và sản phẩm gặp các vấn đề có thể được hỗ trợ bảo hành mà doanh nghiệp đề ra. Sản phẩm có thể áp dụng chính sách bảo hành khi gặp các vấn đề sau:

- Lỗi kỹ thuật nhà sản xuất: Sản phẩm bị lỗi do nhà sản xuất, dẫn đến hoạt động không bình thường chẳng hạn như thiết bị không khởi động được, mô phỏng sai nhịp bài tập thở,...
- Sản phẩm không đáp ứng đúng đơn hàng của khách.
- Hư hỏng do vận chuyển: Sản phẩm bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển do lỗi của nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển. Trong trường hợp này, khách hàng cần giữ nguyên vẹn bao bì sản phẩm và phiếu giao hàng để làm bằng chứng khi yêu cầu bảo hành.

Ngoài ra, SEV còn cung cấp thêm dịch vụ bảo hành mở rộng Samsung Care+ (SC+) cho sản phẩm Samsung MindFlow. SC+ được bán kèm trong vòng 60 ngày kể từ ngày mua thiết bị. Khi sở hữu Samsung Care+, người dùng được tận hưởng đặc quyền bảo vệ thiết bị của mình trước hầu hết rủi ro, đặc biệt nhóm rủi ro liên quan đến rơi vỡ và rơi vào chất lỏng, hoặc lỗi kỹ thuật. Người dùng sẽ được thay một thiết bị hoàn toàn mới trong trường hợp tổng chi phí sửa chữa lớn hơn hoặc bằng 85% giá bán lẻ thiết bị. Thời hạn bảo hành có thể kéo dài 6 tháng, 1 năm hoặc tối đa 2 năm tùy theo gói với quy trình bảo hành đơn giản và dịch vụ giao nhận miễn phí tiện lợi.

b. Hỗ trợ tư vấn sản phẩm

Công ty Samsung Electronics Việt Nam SEV triển khai đa dạng các kênh hỗ trợ

nhằm mang đến trải nghiệm chăm sóc khách hàng toàn diện. Người dùng có thể tìm kiếm sự trợ giúp thông qua nền tảng trực tuyến như website chính thức tại địa chỉ www.samsung.com.vn, tham gia cộng đồng Samsung Members để trao đổi thông tin, liên hệ trực tiếp với trung tâm chăm sóc khách hàng qua số điện thoại 1800 588 889 để được tư vấn miễn phí mọi lúc. Ngoài ra, khách hàng còn có thể gửi yêu cầu hỗ trợ qua email hoặc nhắn tin trực tiếp trên fanpage Facebook chính thức để nhận phản hồi nhanh chóng từ đội ngũ nhân viên chuyên trách.

Đội ngũ nhân viên sẽ tư vấn cụ thể thông tin về sản phẩm mà khách hàng đến. Bên cạnh việc giải đáp thắc mắc chung, hệ thống hỗ trợ của doanh nghiệp còn cung cấp dịch vụ hướng dẫn sử dụng chi tiết cho khách hàng với các vấn đề liên quan đến kỹ thuật như kết nối thiết bị, hoặc cập nhật phần mềm, hướng dẫn khởi động, sử dụng các tính năng cho khách hàng sẽ được hướng dẫn cụ thể bởi đội ngũ kỹ thuật viên có chuyên môn. Đặc biệt, trung tâm bảo hành và sửa chữa tại các thành phố lớn luôn sẵn sàng tiếp nhận, kiểm tra và xử lý sự cố trong thời gian ngắn, giúp người dùng yên tâm trong quá trình trải nghiệm thiết bị.

Thông qua mạng lưới chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp, doanh nghiệp không chỉ đơn thuần cung cấp thông tin sản phẩm, mà còn đồng hành cùng khách hàng trong suốt vòng đời sử dụng, từ khâu cài đặt ban đầu cho đến bảo trì và hỗ trợ kỹ thuật chuyên sâu.

c. Chương trình thu cũ đổi mới

Bên cạnh dịch vụ bảo hành và dịch vụ hỗ trợ tư vấn sản phẩm, Samsung còn cung cấp cho khách hàng các chương trình vô cùng chất lượng là chương trình thu cũ đổi mới, góp phần làm tăng sự hài lòng khách hàng khi chọn mua sản phẩm của Samsung. Cụ thể, chương trình thu cũ đổi mới của Samsung là dịch vụ cho phép khách hàng đổi sản phẩm cũ lấy sản phẩm mới với giá ưu đãi. Dịch vụ này áp dụng cho tất cả các dòng điện thoại Samsung và nay mở rộng áp dụng cho sản phẩm Samsung MindFlow chính hãng. Những khách hàng có nhu cầu nâng cấp thiết bị, họ cần liên hệ với trung tâm bảo hành của công ty để thẩm định giá thu mua lại thiết bị của họ. Khách hàng sẽ phải bù thêm một khoản chi phí để sở hữu sản phẩm mới.

d. Giao hàng

Với mục tiêu nâng cao trải nghiệm mua sắm cho người tiêu dùng trên toàn quốc, công ty đã phối hợp cùng Viettel Post triển khai dịch vụ giao hàng thu tiền tận nơi (COD) trên toàn quốc. Dịch vụ này đặc biệt phù hợp với khách hàng không có điều kiện đến trực tiếp cửa hàng, đồng thời áp dụng cho toàn bộ sản phẩm được cung cấp tại hệ thống.

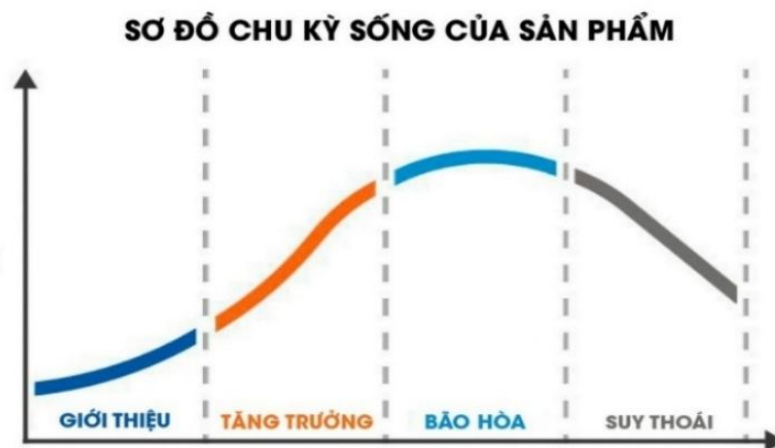
Đối với các đơn hàng có giá trị lớn, công ty cam kết đảm bảo an toàn tối đa bằng cách đính kèm bảo hiểm hàng hóa trong quá trình vận chuyển. Khách hàng cũng sẽ đặt cọc trước một phần chi phí nhằm đảm bảo quy trình vận chuyển được thực hiện với mức độ kiểm soát chất lượng cao nhất.

Song song đó, Samsung cũng triển khai dịch vụ giao hàng miễn phí dành cho tất cả các đơn mua trực tuyến trên website chính thức tại Việt Nam. Các đơn hàng tại khu vực TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội và Đà Nẵng sẽ được giao trong vòng 3 ngày làm việc, trong khi các khu vực còn lại có thời gian giao hàng dự kiến khoảng 5 ngày làm việc kể từ thời điểm khách hàng nhận được thông báo xác nhận đơn hàng. Mọi đơn hàng đều được xử lý thông qua các đối tác vận chuyển uy tín, và người mua sẽ được cung cấp mã theo dõi cũng như tên đơn vị vận chuyển để tiện tra cứu trạng thái giao hàng trực tiếp trên website của đối tác.

e. Hỗ trợ mua trả góp chỉ từ 0 đồng

Theo nguồn thông tin từ Samsung Newsroom Việt Nam đã triển khai dịch vụ tài chính Samsung Finance+ tại thị trường Việt Nam. Với sự kết hợp giữa công ty và Kredivo, khách hàng sẽ sử dụng các khoản cho vay từ Công ty Tài chính Cổ phần Tín Việt (VietCredit) để mua sản phẩm trả góp với mức trả trước cho thiết bị di động chỉ từ 0 đồng. Khách hàng sẽ được hỗ trợ ưu đãi toàn bộ lãi suất trong hạn cho khoản vay và được tùy ý linh động trong việc lựa chọn hình thức trả góp với các kỳ hạn 3, 6, hoặc 12 tháng. Việc thanh toán hàng tháng cho công ty tài chính sẽ được thực hiện qua ứng dụng Samsung Finance+. Công ty sẽ mở rộng đối tượng sản phẩm với dịch vụ này, cụ thể với sản phẩm Samsung MindFlow để đạt thu hút được nhiều khách hàng.

3.2.1.4 Xây dựng chiến lược Marketing theo chu kỳ sản phẩm



Hình 3.7 Chu kỳ sống của sản phẩm

Mỗi sản phẩm khi ra mắt thị trường đều trải qua một chu kỳ sống gồm bốn giai đoạn: giới thiệu, tăng trưởng, bão hòa và suy thoái. Ở mỗi giai đoạn, doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược marketing phù hợp để duy trì hiệu quả kinh doanh và sức cạnh tranh. Tuy nhiên, Samsung MindFlow là sản phẩm mới sắp ra mắt nên doanh nghiệp chú trọng vào chiến lược cho giai đoạn giới thiệu nhất.

Trong giai đoạn khởi đầu, mục tiêu trọng yếu của công ty là nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về tầm quan trọng của việc thư giãn tinh thần thông qua thở đúng cách, đồng thời giới thiệu thiết bị tập thở MindFlow như một giải pháp tiên phong trong lĩnh vực công nghệ sức khỏe tinh thần. Việc xây dựng hình ảnh thương hiệu mạnh mẽ và tạo dựng lòng tin từ người tiêu dùng sẽ là nền tảng để sản phẩm chiếm lĩnh thị trường Việt Nam. Chiến lược Marketing Mix của sản phẩm trong giai đoạn đầu được triển khai như sau:

- Sản phẩm: Samsung MindFlow là thiết bị hỗ trợ luyện tập thở nhằm cải thiện sức khỏe tinh thần, tích hợp cảm biến BioActive, mô phỏng chuyển động phòng-xẹp theo nhịp thở và kết nối với ứng dụng hướng dẫn thở, có sự hỗ trợ của nền tảng AI cá nhân hóa sức khỏe. Trong giai đoạn này, doanh nghiệp đẩy mạnh truyền thông về tính độc đáo, công nghệ tiên tiến và lợi ích sức khỏe của thiết bị nhằm khơi gợi sự tò mò và nhu cầu trải nghiệm từ người tiêu dùng.
- Giá cả: Samsung sẽ áp dụng chiến lược thâm nhập thị trường để thu hút được nhiều khách hàng chú ý đến sản phẩm.
- Phân phối: Samsung sẽ ưu tiên triển khai sản phẩm tại website chính hãng, các đại lý ủy quyền chính thức của công ty, các chuỗi cửa hàng kinh doanh thiết bị điện tử lớn như FPT Shop, CellphoneS, Thế Giới Di Động,...
- Xúc tiến: Doanh nghiệp triển khai chiến dịch truyền thông đa kênh thông qua mạng xã hội, website, TVC và hợp tác cùng các chuyên gia tâm lý, bác sĩ khoa thần kinh, tìm mạch để giới thiệu sản phẩm. Các buổi trải nghiệm sản phẩm tại bệnh viện hoặc trung tâm thiền, yoga, sự kiện công nghệ sẽ giúp người dùng cảm nhận trực tiếp lợi ích thiết thực mà MindFlow mang lại.

3.2.2 Chiến lược giá

3.2.2.1 Các yếu tố ảnh hưởng đến mức giá

a. Xác định mục tiêu định giá

Chiến lược định giá Samsung MindFlow được xây dựng dựa trên tầm nhìn đa chiều: cân bằng giữa mục tiêu lợi nhuận và khẳng định đẳng cấp thương hiệu trong phân khúc

thiết bị chăm sóc sức khỏe toàn diện. Sản phẩm cần duy trì mức giá cạnh tranh để tiếp cận đúng đối tượng khách hàng, nhưng đồng thời phải thể hiện được giá trị vượt trội nhờ công nghệ tiên phong, thiết kế tối giản và trải nghiệm cá nhân hóa - những yếu tố then chốt giúp định vị MindFlow như một giải pháp cao cấp. Đây là cơ hội để công ty thiết lập lợi thế dài hạn thông qua khả năng đáp ứng xu hướng chăm sóc sức khỏe chủ động, vốn đang lên ngôi trong thời đại số.

b. Chi phí tạo ra sản phẩm

Samsung Electronics Việt Nam SEV sở hữu nhiều lợi thế khi triển khai sản xuất quy mô lớn và có thể khả năng tự chủ cao về linh kiện vì hầu hết chi tiết đều có thể tự sản xuất và sự hầu thuẫn từ các công ty con thuộc sở hữu Samsung. Chính vì điều này, SEV có lợi thế về chuỗi cung ứng toàn cầu ổn định với mức giá ưu đãi. Chỉ có động cơ truyền động và cảm biến gia tốc là cần mua ngoài, tuy nhiên công ty cũng ưu tiên các công ty tại Việt Nam hoặc có địa lý gần Việt Nam nên sẽ tối ưu hơn về chi phí và thời gian vận chuyển. Nhờ vào sản lượng lớn và các lợi thế trên cho nên chi phí cho mỗi đơn vị sản phẩm sẽ thấp hơn thông thường. Nhưng vì vốn là linh kiện điện tử nên chi phí đầu vào vẫn khá cao, những chi phí này ảnh hưởng lớn đến giá bán ra sản phẩm.

c. Xác định nhu cầu sản phẩm ở thị trường mục tiêu

Trong bối cảnh xã hội ngày càng căng thẳng, tình trạng mất ngủ, lo âu gia tăng, nhu cầu đối với các thiết bị hỗ trợ thư giãn cũng ngày một rõ nét. Điều này cho thấy thị trường dành cho MindFlow đang mở rộng và có tiềm năng phát triển mạnh mẽ. Việc xác định mục tiêu bán 35.000 sản phẩm Samsung MindFlow trong năm đầu tiên được ước lượng dựa trên quy mô nhóm khách hàng mục tiêu có nhu cầu chăm sóc sức khỏe tinh thần tại Việt Nam, thị phần hiện tại của Samsung trong phân khúc thiết bị chăm sóc sức khỏe và phần trăm lượng số lượng người chấp nhận sớm sản phẩm. Doanh nghiệp có lợi thế cạnh tranh nhờ hệ sinh thái thiết bị chăm sóc sức khỏe thông minh đã được định vị cao cấp, giúp tiếp cận thị trường hiệu quả ngay khi ra mắt. Con số 35.000 sản phẩm được xem là mục tiêu khả thi khi kết hợp với chiến lược marketing tập trung vào tính năng độc quyền và các lợi thế sẵn có.

d. Phân tích giá của các đối thủ

Trong phân khúc thiết bị tập thở giảm căng thẳng và cải thiện giấc ngủ, Moonbird hiện là đối thủ đáng chú ý nhất vì có chức năng gần như tương đồng với mức giá khoảng 5 triệu đồng. Ngoài Moonbird, thị trường còn có các sản phẩm thay thế như, Apple Watch Series 9 khoảng 8 triệu hay Garmin Venu 2 khoảng 7 triệu. Ở phân khúc phổ

thông hơn, các dòng như Fitbit Charge 6 khoảng 3 triệu hay Xiaomi Band tầm 1 triệu, Huawei khoảng 4 triệu chỉ hỗ trợ theo dõi cơ bản, thiếu các tính năng phân tích chuyên sâu về trạng thái tâm lý. Tuy nhiên, đây là các thiết bị không tập trung vào chức năng điều hòa nhịp thở. Các sản phẩm thay thế khác như ứng dụng thiền và các phương pháp truyền thống như tập yoga, âm thanh trắng, đèn ngủ có giả cá dao động từ thấp đến cao tùy vào phương pháp khách hàng lựa chọn và thời gian sử dụng.

Nhìn chung, mức giá của các đối thủ phân bố nhiều phân khúc giá từ thấp - trung bình - cao. Tuy nhiên, công ty chú trọng xem xét giá của đối thủ cạnh tranh trực tiếp Moonbird để định giá cho Samsung MindFlow một mức giá phù hợp. Với mức giá của Moonbird là ngưỡng tham chiếu chính, MindFlow có nhiều ưu điểm vượt trội hơn nên được định giá gần bằng hoặc cao hơn một chút để thu hút người dùng mới, đồng thời thể hiện tính cạnh tranh rõ rệt trên thị trường.

e. Lựa chọn phương pháp định giá và chiến lược giá cho sản phẩm mới

SEV lựa chọn chiến lược định giá cạnh tranh cho Samsung MindFlow, tức là mức giá được xác lập dựa trên mặt bằng giá của các sản phẩm tương đương trên thị trường. Cụ thể, với đối thủ trực tiếp như Moonbird có giá khoảng 5 triệu đồng nhưng chỉ sở hữu tính năng mô phỏng nhịp thở, đo nhịp tim, dao động nhịp tim HRV và ứng dụng hỗ trợ theo dõi sức khỏe; thì MindFlow nổi bật hơn khi tích hợp cảm biến BioActive đo nhịp tim, HRV, SpO₂, và có tính năng đề xuất bài tập thở cá nhân hóa thông qua ứng dụng Samsung Health trong vòng 30 giây.

Bên cạnh đó, lợi thế từ thương hiệu Samsung vốn đã được khẳng định qua nhiều giải thưởng thiết kế và đổi mới công nghệ góp phần gia tăng niềm tin và mức độ sẵn sàng chi trả từ người tiêu dùng. Cụ thể, Samsung còn được Hiệp hội Công nghệ Người tiêu dùng (CTA) vinh danh là doanh nghiệp đi đầu trong việc kiến tạo tương lai nhờ vào các sáng kiến mang tính nhân văn và đổi mới vì người dùng. Dòng sản phẩm Galaxy Watch 6 và ứng dụng Samsung Health đạt giải Sáng tạo CES năm 2024 được vinh danh với sản phẩm có công nghệ tiên tiến hàng đầu. Do đó, việc định giá cho sản phẩm mới Samsung MindFlow trong khoảng 4.490.000 đồng với chiến lược giá thâm nhập không chỉ hợp lý so với đối thủ mà còn tạo điều kiện thuận lợi để thu hút khách hàng trong giai đoạn giới thiệu sản phẩm.

3.2.2.2 Xác định mức giá cụ thể và các chiến lược điều chỉnh giá

a. Quyết định mức giá cụ thể

Dựa trên phân tích chi phí, nhu cầu thị trường và giá của đối thủ cạnh tranh, mức giá bán lẻ đề xuất cho mỗi thiết bị Samsung MindFlow là 4.490.000 đồng. Đây là mức giá được cân nhắc để vừa đảm bảo lợi nhuận, vừa đủ sức cạnh tranh và không làm giảm đi giá trị của sản phẩm trong cảm nhận của khách hàng.

b. Các chiến lược điều chỉnh giá

Sau khi xác lập mức giá cơ bản phù hợp, SEV có thể linh hoạt triển khai các chiến lược điều chỉnh giá nhằm tăng sức hấp dẫn cho sản phẩm. Các điều chỉnh này không chỉ giúp thu hút khách hàng mục tiêu mà còn hỗ trợ hệ thống phân phối, thúc đẩy doanh số và duy trì độ phủ thị trường. Những chiến lược sau đây có thể sẽ phù hợp để triển khai cho thiết bị tập thở Samsung MindFlow:

- Định giá lẻ tạo cảm giác "dưới 4,5 triệu": Mức 4.490.000 đồng là một con số được điều chỉnh theo nguyên tắc định giá tâm lý không tròn, mang lại cảm giác sản phẩm "tiết kiệm hơn" so với việc niêm yết 4.500.000 đồng. Đây là kỹ thuật phổ biến thường áp dụng trong tiêu dùng giúp người mua cảm thấy giá cả tốt hơn để kích thích tâm lý mua hàng, dù chênh lệch thực tế không lớn nhưng ảnh hưởng mạnh đến tâm lý khách hàng.

- Khuyến mãi và hỗ trợ quà tặng: Trong giai đoạn đầu ra mắt hoặc các dịp lễ đặc biệt như Tết, ngày 2/9, ngày 30/4 - 1/5 có thể tung ra các chương trình khuyến mãi như giảm giá cực sốc lên đến 20% trong thời gian ngắn, tặng kèm túi đựng thiết bị hoặc mã giảm 10% giá cho các sản phẩm khác trong hệ sinh thái Samsung.

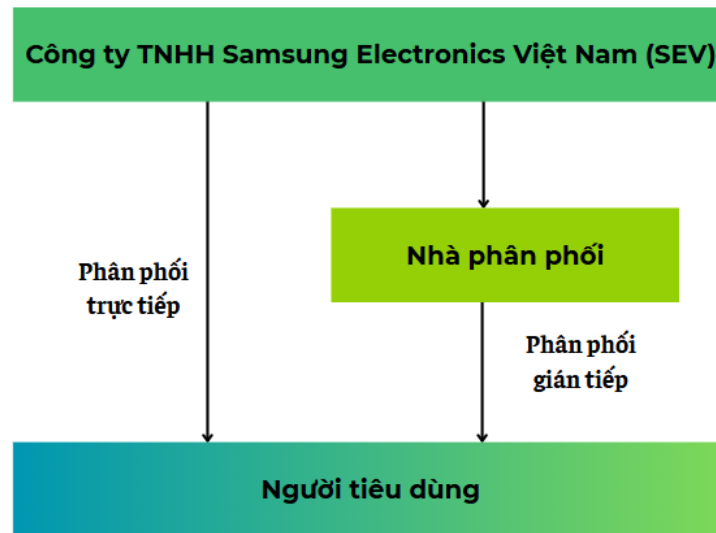
- Giá động theo kênh phân phối: SEV có thể áp dụng mức giá linh hoạt theo từng kênh bán hàng. Ví dụ, giá trên nền tảng thương mại điện tử có thể thấp hơn một chút so với giá tại cửa hàng vật lý do có thêm ưu đãi vận chuyển miễn phí, voucher quà tặng,.... vào ngày đôi, ngày cuối tháng.

- Chiết khấu cho hệ thống phân phối: Với giá gốc 4.490.000 đồng, chính sách chiết khấu cho các nhà phân phối vẫn có thể áp dụng theo từng ngưỡng đơn hàng. Ví dụ: 3% cho từ 100 thiết bị, 5% từ 300 thiết bị và 8% nếu mua từ 500 thiết bị trở lên. Ngoài ra, nếu đối tác thanh toán trong 10 ngày đầu, có thể áp dụng chiết khấu thanh toán 2% để khách hàng thanh toán hóa đơn nhanh chóng, rút ngắn chu kỳ dòng tiền giúp doanh nghiệp thu hồi vốn nhanh hơn.

- Hỗ trợ giá theo hình thức thu cũ đổi mới: Khách hàng có thể được giảm trực tiếp một số tiền tùy thuộc vào kết quả kiểm tra thẩm định giá trị còn lại của sản phẩm cũ khi đổi thiết bị cũ trong hệ sinh thái Samsung để mua MindFlow. Đây là cách vừa kích thích tiêu dùng, vừa thể hiện trách nhiệm môi trường thông qua thu hồi sản phẩm công nghệ.

3.2.3 Hệ thống kênh phân phối

3.2.3.1 Cấu trúc kênh



Hình 3.8 Cấu trúc kênh phân phối của công ty

Hiện nay, hệ thống phân phối của Công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam (SEV) được triển khai qua 2 hình thức phân phối trực tiếp và gián tiếp.

Phân phối trực tiếp là công ty đưa trực tiếp sản phẩm đến người tiêu dùng không thông qua bất kỳ trung gian nào. Kênh này chủ yếu bao gồm các Samsung Experience Store - chuỗi cửa hàng trải nghiệm chính hãng được đầu tư theo mô hình cao cấp, hình thức bán hàng qua website chính thức hoặc sàn thương mại chính hãng chẳng hạn như Shopee Mall, Lazada Mall.

Phân phối gián tiếp là công ty hợp tác với các nhà phân phối để đưa sản phẩm đến người tiêu dùng. Nhà phân phối này bao gồm các cửa hàng ủy quyền Samsung Center, cửa hàng đại lý lớn như Thế Giới Di Động, FPT Shop, Điện Máy Xanh, CellphoneS, Viettel Store,... hoặc các cửa hàng điện tử bán trên sàn thương mại điện tử nhưng không phải chính hãng của công ty.

Sự kết hợp linh hoạt giữa phân phối trực tiếp, phân phối gián tiếp cho phép Samsung vừa đảm bảo tính chủ động trong hoạt động kinh doanh, vừa khai thác tối đa lợi thế của mạng lưới phân phối chuyên nghiệp tại thị trường Việt Nam, đảm bảo khả năng tiếp cận rộng rãi với người tiêu dùng trên toàn quốc và hỗ trợ họ một cách tốt nhất.

Đề xuất: Đa dạng hóa kênh phân phối cho Samsung MindFlow, đề xuất sản phẩm

có thể được phân phối qua các kênh chuyên về sức khỏe và tinh thần. Cụ thể, MindFlow có thể được cung cấp tại các bệnh viện và phòng khám tâm lý uy tín, nơi khách hàng được trực tiếp thăm khám và nhận sự hướng dẫn tận tình từ chuyên gia. Ngoài ra, hợp tác với các trung tâm yoga, thiền cũng rất phù hợp, bởi đây là những địa điểm tập trung khách hàng quan tâm đến việc cải thiện sức khỏe toàn diện. Việc lựa chọn phân phối tại các kênh này không chỉ giúp tăng cường tính chuyên nghiệp cho sản phẩm mà còn tạo nên sự tin cậy và thuận tiện cho người dùng khi muốn trải nghiệm và sử dụng MindFlow trong môi trường phù hợp nhất.

3.2.3.2 Lựa chọn kênh phân phối

- Kênh phân phối trực tiếp

+ Samsung Experience Store - chuỗi cửa hàng trải nghiệm chính hãng được đầu tư theo mô hình cao cấp. Tại đây, người tiêu dùng có thể trực tiếp tiếp cận, trải nghiệm và mua sản phẩm. Hiện mô hình này lên đến 50 cửa hàng tập trung tại các thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng,... giúp Samsung giới thiệu các sản phẩm mới, củng cố hình ảnh thương hiệu và phục vụ nhóm khách hàng có nhu cầu cao về trải nghiệm chất lượng. Tuy nhiên, do giá sản phẩm tại đây thường cao hơn các kênh khác nên phần lớn khách hàng đến chủ yếu để tham khảo và trải nghiệm sản phẩm trước khi quyết định mua.

+ Phân phối trực tiếp bằng hình thức online thông qua website chính thức, cửa hàng chính thức trên sàn thương mại Shopee Mall, Lazada Mall, Tiktok Mall. rất được người tiêu dùng ưa chuộng vì không mất nhiều thời gian đi mua sắm mà còn có thể dễ dàng xem xét thông tin, giá cả và nhận các voucher giảm giá, miễn phí vận chuyển nên chi phí để sở hữu sản phẩm có thể thấp hơn khi mua qua các kênh khác.

- Kênh phân phối gián tiếp

+ SamCenter là đại lý ủy quyền của các sản phẩm thuộc thương hiệu Samsung tại Việt Nam. Tính đến 01/2022, SamCenter hiện có 34 chi nhánh cửa hàng trên toàn quốc. Toàn bộ các sản phẩm Samsung, các phụ kiện đều là hàng chính hãng được phân phối thông qua công ty Samsung Việt Nam, bảo hành tại các trung tâm ủy quyền tại Việt Nam trong thời gian 12 tháng nhằm đem đến những giá trị tốt nhất cho khách hàng. Ngoài ra, công ty còn hợp tác với các nhà phân phối ủy quyền như Công ty TNHH Phú Thái, Công ty xuất nhập khẩu Viettel và công ty Cổ phần Dịch vụ Phân phối Tổng hợp Dầu khí. Thông qua nhà phân phối, các dòng sản phẩm điện tử thông minh được đưa đến tay người tiêu dùng thông qua các cửa hàng bán lẻ.

+ Samsung Electronics Việt Nam SEV đã xây dựng hệ thống phân phối rộng khắp thông qua hợp tác các nhà bán lẻ phủ rộng toàn quốc nhằm đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng một cách hiệu quả. Nổi bật trong số đó là Thế Giới Di Động với khoảng 1.028 cửa hàng và Điện Máy Xanh với hơn 2.034 điểm bán, đóng vai trò là hai hệ thống bán lẻ hàng đầu với mạng lưới rộng khắp từ thành thị đến nông thôn. Bên cạnh đó, FPT Shop cũng góp mặt với khoảng 637 cửa hàng, chủ yếu tập trung tại các khu đô thị lớn, phục vụ nhóm khách hàng có nhu cầu cao về công nghệ. CellphoneS với hơn 100 cửa hàng, Viettel Store với hơn 420 điểm bán, và Nguyễn Kim với khoảng 52 siêu thị điện máy trên toàn quốc cũng là những đối tác chiến lược, giúp SEV mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng tiêu dùng. Ngoài ra, một số nhà bán lẻ điện tử quy mô vừa như Hoàng Hà Mobile, Ánh Dương và một số cửa hàng nhỏ lẻ khác cũng đóng góp vào mạng lưới phân phối sản phẩm chính hãng của SEV. Nhờ vào hệ thống bán lẻ phong phú này, sản phẩm có thể đảm bảo sự hiện diện rộng rãi và đồng nhất trên thị trường, từ đó nâng cao khả năng nhận diện thương hiệu và thúc đẩy doanh số bán hàng hiệu quả.

+ Các cửa hàng bán lẻ điện tử kinh doanh trên các sàn thương mại điện tử như Shopee, Lazada, Tiki, Tiktok cũng có bán sản phẩm tuy nhiên không phải trực tiếp do công ty bán ra.

+ Công ty có thể hợp tác với các đối tác chuyên ngành như phòng khám tâm lý, bệnh viện, trung tâm yoga và thiền để phân phối sản phẩm nhằm đảm bảo khách hàng nhận được sự tư vấn và trải nghiệm phù hợp với mục tiêu chăm sóc sức khỏe.

3.2.3.3 Tổ chức hoạt động kênh phân phối

Samsung MindFlow được tổ chức phân phối theo mô hình hệ thống kênh dọc có hợp đồng. Trong mô hình này, Samsung hợp tác với các đối tác phân phối thông qua các thỏa thuận rõ ràng, quy định cụ thể quyền lợi, trách nhiệm, và điều kiện hỗ trợ kinh doanh. Việc áp dụng hệ thống kênh phân phối theo chiều dọc có hợp đồng giúp kiểm soát hiệu quả chuỗi cung ứng, đồng thời mở rộng nhanh độ phủ nhờ vào mạng lưới sẵn có của các nhà phân phối.

Hệ thống gồm các điểm bán trực tiếp như Samsung Experience Store tại TP.HCM, Hà Nội, Đà Nẵng; trang web chính thức và các gian hàng chính hãng trên sàn TMĐT như Shopee Mall, Lazada Mall, Tiki Trading. Đây là những điểm bán do SEV trực tiếp sở hữu hoặc kiểm soát, giúp duy trì sự đồng bộ về thương hiệu và chính sách giá. Các đối tác bán lẻ lớn hợp tác thông qua hợp đồng như Thế Giới Di Động, FPT Shop, Điện Máy Xanh, Viettel Store, CellphoneS, cùng các cửa hàng ủy quyền như SamCenter, các cửa hàng điện tử không chính hãng trên sàn thương mại điện tử và các phòng khám tâm

lý, bệnh viện, trung tâm yoga và thiền. Những đơn vị này phân phối sản phẩm theo quy định điều khoản trong hợp đồng, tuân thủ các tiêu chuẩn về chiết khấu, trưng bày và hỗ trợ kỹ thuật do SEV quy định.

Mô hình kênh dọc này giúp công ty kết hợp được lợi thế kiểm soát của hệ thống nội bộ với sức mạnh thị trường của các kênh bên ngoài, từ đó đảm bảo hiệu quả phân phối và sự đồng nhất trải nghiệm khách hàng. Để vận hành hiệu quả, SEV cần thường xuyên theo dõi hiệu suất kênh, đào tạo đối tác, đảm bảo đồng bộ thương hiệu và duy trì chính sách hậu mãi nhất quán trên toàn hệ thống.

3.2.3.4 Giải pháp quản lý kênh phân phối

Samsung Electronics Việt Nam (SEV) tổ chức và vận hành hệ thống kênh phân phối sản phẩm MindFlow theo mô hình tiếp thị dọc có hợp đồng, trong đó mối quan hệ với các đại lý và nhà bán lẻ được xác lập thông qua hợp đồng chính thức. Mỗi hợp đồng đều nêu rõ quyền lợi, nghĩa vụ và cam kết hợp tác lâu dài, phản ánh định hướng phát triển bền vững và duy trì quan hệ chặt chẽ giữa các bên trong kênh.

SEV thực hiện đánh giá định kỳ hiệu quả hoạt động của từng đối tác trong chuỗi phân phối, từ đó đưa ra các biện pháp cải thiện hiệu suất. Những đơn vị đạt kết quả tốt sẽ nhận được các chính sách khuyến khích như: hỗ trợ tài chính (chiết khấu thương mại, trợ cấp quảng cáo, ưu đãi tín dụng), chương trình huấn luyện kỹ năng bán hàng, cùng với các chương trình khen thưởng hấp dẫn như du lịch, quà tặng, và giấy chứng nhận thành tích.

Song song đó, SEV cũng áp dụng biện pháp kiểm soát và thay thế để đảm bảo tính hiệu quả trong toàn hệ thống. Đối với các đại lý hoạt động kém hiệu quả hoặc vi phạm quy định, công ty có thể tiến hành cắt giảm hỗ trợ, hạn chế quyền tham gia các chương trình mới hoặc nghiêm trọng hơn là chấm dứt hợp đồng hợp tác. Việc xếp hạng đối tác theo hiệu suất cũng là cách để công ty phân loại mức độ ưu tiên hỗ trợ, đồng thời tạo động lực cho các bên nâng cao chất lượng phục vụ.

Nhờ áp dụng đồng thời cả chiến lược khuyến khích và kỷ luật, công ty duy trì sự ổn định và hiệu quả của mạng lưới phân phối, góp phần nâng cao trải nghiệm người tiêu dùng và tối ưu hóa kết quả kinh doanh cho dòng sản phẩm mới như Samsung MindFlow.

3.2.4 Xúc tiến hỗn hợp

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt của thị trường thiết bị hỗ trợ sức khỏe, việc truyền thông đúng cách đóng vai trò quan trọng để sản phẩm mới tiếp cận khách hàng một cách

hiệu quả. Các công cụ xúc tiến hỗn hợp không chỉ giúp doanh nghiệp tăng nhận thức thương hiệu với khách hàng mà còn góp phần xây dựng mối liên kết giữa thương hiệu và người tiêu dùng, từ đó thúc đẩy hành vi mua hàng. Chính vì điều đó, Samsung Electronics Việt Nam (SEV) đã áp dụng kết hợp nhiều hình thức xúc tiến khác nhau để giới thiệu thiết bị MindFlow, bao gồm quảng cáo, quan hệ công chúng, xúc tiến bán, bán hàng cá nhân. Nhờ cách triển khai có định hướng, các hoạt động này đã góp phần lan tỏa thông điệp của sản phẩm, thu hút và tăng mức độ quan tâm và định vị vị trí MindFlow như một giải pháp công nghệ mới cho chăm sóc tinh thần trong tâm trí khách hàng.

3.2.4.1 Quảng cáo

Người nhận tin: Đối tượng truyền thông chính của quảng cáo là nhóm người tiêu dùng có độ tuổi 35-54 tuổi, thu nhập trên 11 triệu hàng tháng, chú trọng đến tính năng sản phẩm, họ thường xuyên chịu áp lực từ công việc, học tập và môi trường sống và gặp các vấn đề về giấc ngủ. Họ có nhu cầu tìm kiếm giải pháp thư giãn tinh thần một cách chủ động, khoa học và thuận tiện.

Trạng thái người nhận tin: Vì đây là một dòng sản phẩm mới, chưa có nhiều nhận diện trên thị trường, người nhận tin đang ở giai đoạn đầu của hành trình truyền thông tức giai đoạn nhận biết. Chiến dịch quảng cáo trước tiên cần giúp khách hàng biết đến sự tồn tại của Samsung MindFlow, sau đó dẫn dắt họ qua các giai đoạn: hiểu (về tính năng như cảm biến sinh học, mô phỏng nhịp thở), thích (về thiết kế thân thiện, tiện lợi), chuộng, tin tưởng và cuối cùng là hành động mua hàng.

Lựa chọn kênh truyền thông:

- Hiện tại, công ty đã quảng cáo mạnh trên nhiều nền tảng trực tuyến và ngoại tuyến, đặc biệt là:

- + Quảng cáo trực tuyến qua các nền tảng mạng xã hội như Facebook, YouTube, Instagram, Tiktok.

- + Quảng cáo truyền thống như TVC phát trên kênh VTV3, HTV7 và quảng cáo ngoài trời ở các giao lộ lớn.

- Đề xuất mở rộng: Sử dụng những hình thức doanh nghiệp đã có và bổ sung thêm các hình thức đề xuất sau:

- + Banner quảng cáo trên website chính thức, trên các trang báo điện tử như Znews, VnExpress,...

- + Quảng cáo dưới dạng video ngắn tầm khoảng 15 giây trên các ứng dụng giải trí xem phim và các ứng dụng tập thiền như Headspace, Calm.
- + Triển khai quảng cáo tại các khu vực tập trung đông người với chiến dịch "Biển quảng cáo phát ra hơi thở": Biển LED hiển thị hình ảnh thiết bị phòng - xẹp theo nhịp thở, thu hút sự chú ý mạnh mẽ tại các giao lộ trung tâm thành phố lớn, tại nhà ga sân bay và tàu điện ngầm.



Hình 3.9 Quảng cáo màn hình LED sản phẩm Samsung MindFlow

- + Công ty cũng tận dụng lợi thế của Influencer Marketing bằng cách hợp tác với các KOLs, KOCs và đại sứ thương hiệu, các bác sĩ chuyên về thần kinh phù hợp để lan tỏa thông điệp một cách sâu rộng và thuyết phục hơn.

Đây là những hình thức quảng cáo hiệu quả giúp tăng nhận diện thương hiệu, đặc biệt thu hút được lượng lớn khách hàng, đẩy mạnh tiến độ đem lại thành công cho sản phẩm một cách nhanh chóng.

Thông điệp: “Cùng MindFlow chạm đến thư giãn trong từng nhịp thở” là thông điệp gắn bó xuyên suốt trong vòng đời sản phẩm. Thông điệp ngắn gọn, dễ nhớ thể hiện sản phẩm là người bạn đồng hành gần gũi trong hành trình tìm lại sự thư giãn tinh thần trong xã hội bận rộn.

Tạo độ tin cậy của nguồn tin: Samsung Electronics Việt Nam (SEV) có thể kết hợp cùng chuyên gia thần kinh học hoặc bác sĩ chuyên ngành tâm lý điều trị các bệnh lý liên quan đến rối loạn thần kinh, giấc ngủ, căng thẳng và cơ chế điều hòa thần kinh thực vật để đóng vai trò cố vấn chuyên môn y khoa cho sản phẩm. Đồng thời sử dụng hình ảnh nhân vật công chúng có độ nổi tiếng cao, uy tín truyền thông tốt, hình ảnh truyền thông

tốt, có lòng nhân ái, giúp nâng cao tính khả ái và độ tin cậy của sản phẩm trong mắt công chúng.

Thu thập phản hồi: Hiệu quả quảng cáo có thể được đo lường qua tỷ lệ nhấp vào quảng cáo, lượt xem video, thời gian xem trung bình, cùng với việc lượng người dùng tìm kiếm từ khóa về sản phẩm Samsung MindFlow trên các công cụ tìm kiếm.

3.2.4.2 Quan hệ công chúng (PR)

Người nhận tin: Giới truyền thông, cánh nhà báo chuyên mục sức khỏe đời sống và công nghệ, các đối tác trong lĩnh vực phân phối thiết bị công nghệ, những người có sức ảnh hưởng trong cộng đồng, người quan tâm đến sức khỏe.

Trạng thái người nhận tin: Trong giai đoạn đầu mới ra mắt, những đối tượng chưa biết về sản phẩm nên mục đích của quan hệ công chúng tạo sự nhận biết, hiểu và yêu thích về sản phẩm. Đối với khách đã biết đến sản phẩm thì hướng đến tạo sự ưa chuộng, lòng tin của khách hàng bằng cách nhấn mạnh giá trị khoa học và độ tin cậy của sản phẩm MindFlow, xây dựng hình ảnh tốt đẹp trong mắt khách hàng.

Lựa chọn kênh truyền thông:

- Hiện tại, hoạt động PR của công ty chủ yếu thông qua:
 - + Đăng tải bài viết trên các chuyên trang sức khỏe, công nghệ như Znews, Sức khỏe & đời sống và giới thiệu sản phẩm trên website chính thức.
 - + Phỏng vấn trực tiếp lãnh đạo hoặc chuyên gia trong các buổi ra mắt sản phẩm.
- Đề xuất bổ sung:
 - + Công ty tổ chức hội thảo “Thở khoa học, sống khỏe” tại một số trường đại học và bệnh viện, mời chuyên gia sức khỏe tâm thần và đại diện nghiên cứu và phát triển sản phẩm của công ty trình bày nghiên cứu kết hợp giữa lý thuyết khoa học và ứng dụng vào sản phẩm.
 - + Tổ chức tọa đàm trực tuyến 1:1 giữa chuyên gia và khách hàng đã có cơ hội trải nghiệm MindFlow để giải đáp chuyên sâu, tăng cảm giác được chăm sóc đặc biệt.
 - + Công ty tài trợ thiết bị cho các tổ chức chăm sóc sức khỏe cộng đồng ví dụ như trung tâm trị liệu, dự án cộng đồng về sức khỏe tinh thần. Hình thức tài trợ này không chỉ góp phần khẳng định trách nhiệm xã hội của thương hiệu, mà còn tạo điều kiện cho sản phẩm tiếp cận thực tế, từ đó xây dựng niềm tin và uy tín trên thị trường.
 - + Hợp tác với các trang báo như VnExpress, Znews và một số trang khác để đăng tin về các hội thảo, sự kiện để tiếp cận được nhiều tầng lớp khách hàng hơn.

Thông điệp: “Cùng MindFlow chạm đến thư giãn trong từng nhịp thở”

Tạo độ tin cậy của nguồn tin: Thông qua phát ngôn từ lãnh đạo công ty, chuyên gia trong ngành có bằng cấp, uy tín khoa học, những người có ảnh hưởng tích cực trên mạng xã hội, cùng với việc sử dụng nhân vật công chúng để tạo hiểu biết lan rộng đến khách hàng với nguồn thông tin chính thống, có độ tin tưởng cao.

Thu thập phản hồi: Sau hoạt động PR, công ty cần thực hiện thống kê số lượng bài viết, tin tức, lượng chia sẻ nhắc đến sản phẩm bao gồm các bài báo chính thức lẫn các tin tức trên các trang mạng xã hội như Facebook, Instagram, YouTube, Tiktok. Tổng hợp lượt tiếp cận và các tương tác cảm xúc, lượt chia sẻ hay các bình luận tích cực, tiêu cực trên mạng xã hội. Những số liệu này giúp đánh giá mức độ lan truyền thực tế của nội dung và đo lường độ hiệu quả của hoạt động PR.

3.2.4.3 Xúc tiến bán

Người nhận tin: Những khách hàng tiêu dùng có độ tuổi 35-54 tuổi, thu nhập trên 11 triệu hàng tháng, chú trọng đến tính năng của sản phẩm hỗ trợ sức khỏe tinh thần, họ có thể chưa biết hoặc đã biết sản phẩm và đang do dự trước quyết định mua, họ mong muốn có trải nghiệm trực tiếp sản phẩm hoặc chờ cơ hội giảm giá để mua với giá tốt hơn.

Trạng thái người nhận tin: Họ đang ở giai đoạn nhận biết, một số đã biết đến sản phẩm thì có thể họ đang ở giai đoạn ưa chuộng sản phẩm nhưng chưa ra quyết định mua hàng. Việc tạo động lực giúp họ mua ngay là mục tiêu chính của hoạt động xúc tiến bán hàng.

Lựa chọn kênh truyền thông:

- Hiện tại: Công ty tổ chức các chương trình khuyến mãi như giảm giá vào dịp ra mắt sản phẩm 20%, giảm giá cuối tháng 10% và các dịp lễ đặc biệt như ngày 2/9, ngày 30/4 -1/5, lễ Tết giảm 15%. Ngoài ra, có chương trình tặng kèm voucher giảm giá 10% khi mua cùng thiết bị khác thuộc thương hiệu Samsung.

- Đề xuất bổ sung:

- + Kết hợp với các gian hàng bán thiết bị chăm sóc sức khỏe để tổ chức gian hàng dùng thử popup booth cho sản phẩm MindFlow tại Vincom, AEON,... kết hợp tư vấn trực tiếp. Khách hàng trải nghiệm sẽ được tặng mã giảm giá. Giúp tăng tương tác thực tế và nhận diện sản phẩm.

+ Triển khai chương trình "MindFlow Challenge - 7 ngày tập thở tại nhà" cho khách hàng đăng ký online và họ sẽ thi dưới dạng tạo video về trải nghiệm 7 ngày dùng sản phẩm, chủ nhân của 50 video có lượng yêu thích và chia sẻ cao sẽ được nhận sản phẩm miễn phí, giúp lan tỏa và duy trì sự hiện diện của sản phẩm đến với mọi khách hàng.

+ Chương trình bốc thăm trúng thưởng: Khách mua MindFlow có cơ hội nhận quà từ hệ sinh thái Samsung. Thông tin chương trình được quảng bá qua app, website, cửa hàng giúp tạo hứng thú và kích thích quyết định mua ngay.

+ Chương trình mua trả góp 0% lãi suất: Hợp tác ngân hàng hoặc Samsung Finance cho phép khách hàng mua trả góp dễ dàng với nhiều kỳ hạn thanh toán. Triển khai tại cửa hàng và website chính thức.

+ Chương trình ưu đãi khi mua “Gói MindFlow - mua chung chia sẻ”: Combo 2-3 thiết bị MindFlow với giá ưu đãi cho bạn bè, người thân mua chung hoặc nếu khách hàng ghép được người mua chung thì đều có thể hưởng ưu đãi chương trình.

Thông điệp: “Cùng MindFlow chạm đến thư giãn trong từng nhịp thở”

Tạo độ tin cậy của nguồn tin: Các bài đăng chính thức về thông tin chương trình khuyến mãi của công ty hoặc các đại lý bán lẻ trên các trang mạng xã hội.

Thu thập phản hồi: Chủ yếu dựa vào dữ liệu bán hàng để đánh giá hiệu quả của các chương trình khuyến mãi. Việc thống kê số lượng thiết bị được tiêu thụ trong thời gian triển khai chương trình khuyến mãi là một trong những cách để đo lường phản hồi từ thị trường, nhằm xác định mức độ thu hút của ưu đãi đối với người tiêu dùng và hành vi mua sắm của họ.

3.2.4.4 Bán hàng cá nhân

Người nhận tin: Các khách hàng người tiêu dùng có độ tuổi 35-54 tuổi, thu nhập trên 11 triệu hàng tháng, chú trọng đến tính năng sản phẩm, họ chưa biết đến sản phẩm và hoặc các khách hàng đã từng mua các thiết bị hỗ trợ chăm sóc sức khỏe thuộc hệ sinh thái Samsung.

Trạng thái người nhận tin: Đây là nhóm khách hàng có sự quan tâm đến sức khỏe tinh thần và đang ở giai đoạn nhận biết sản phẩm. Mục tiêu của bán hàng cá nhân là thúc đẩy hành động mua qua tư vấn trực tiếp, thuyết phục và xây dựng kết nối cá nhân với khách hàng.

Lựa chọn kênh truyền thông:

- Hiện tại:

+ Hiện công ty tổ chức hoạt động bán hàng cá nhân gồm cung cấp các thông tin về sản phẩm, cung cấp các thông tin có ích cho việc hoạch định các chương trình khuyến mãi và quảng cáo, nhân viên phải luôn xây dựng và duy trì mối quan hệ với khách hàng.

+ Chính sách thưởng hoa hồng cho các nhân viên: được thưởng hoa hồng khi bán được một sản phẩm. Đây là động lực trực tiếp nhằm khuyến khích đội ngũ bán hàng chủ động tiếp cận và thuyết phục khách hàng hiệu quả hơn.

- Đề xuất bổ sung:

+ Tổ chức livestream tư vấn công khai giải thích lợi ích khoa học của MindFlow và giải đáp thắc mắc trực tiếp cho những khách hàng đang quan tâm đến sản phẩm.

+ Hình thức tư vấn 1:1 qua video call trên app Samsung cho những khách hàng đặt hẹn lịch tư vấn trực tiếp từ nhân viên.

+ Bán hàng qua câu lạc bộ yoga, thiền, phòng khám tâm lý, nhân viên bán hàng sẽ chào hàng sản phẩm và cho khách hàng trải nghiệm thử sản phẩm.

Thông điệp: “Cùng MindFlow chạm đến thư giãn trong từng nhịp thở”

Tạo độ tin cậy của nguồn tin: Người tư vấn phải có minh chứng là nhân viên chính thức của công ty để đảm bảo sự tin tưởng thể hiện thông qua việc mặc áo đồng phục, đeo thẻ tên có QR dẫn đến hồ sơ đào tạo chuyên viên tư vấn. Ngoài ra, họ cần thể hiện sự chuyên nghiệp, đồng cảm, có hiểu biết rõ về sản phẩm và truyền đạt bằng giọng điệu nhẹ nhàng, chân thành.

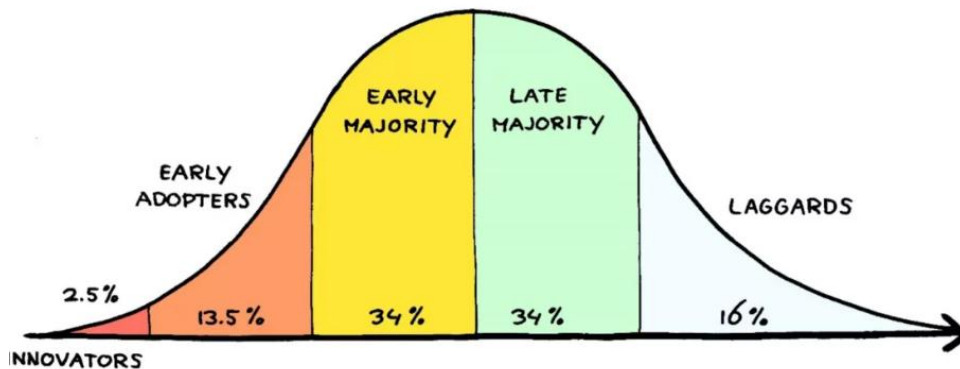
Thu thập phản hồi: Sau khi tư vấn, cần khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng nhằm đánh giá hiệu quả truyền tải thông tin đến khách. Bên cạnh đó, cần thống kê số lượng khách hàng đã quyết định mua sản phẩm. Những dữ liệu này sẽ là cơ sở quan trọng để cải thiện nội dung và cách thức tư vấn, nâng cao trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa quy trình bán hàng trong tương lai.

CHƯƠNG 4: PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH DỰ KIẾN

4.1 Quy mô sản xuất và doanh thu dự kiến:

4.1.1 Sản lượng sản phẩm dự kiến

Sản phẩm Samsung MindFlow hướng đến nhóm khách hàng gặp các vấn đề về căng thẳng và giấc ngủ thuộc độ tuổi 35-54, những người có thu nhập cao với mức thu nhập trên 11 triệu đồng. Cụ thể, tại Việt Nam có khoảng 100 triệu dân, trong số đó có khoảng 20% dân số mắc các vấn đề căng thẳng và rối loạn giấc ngủ tương đương với 20 triệu người ($100 \times 10^6 \times 20\% = 20 \times 10^6$). Và 20% dân số có thu nhập trên 11 triệu cùng với 35% dân số lao động thuộc độ tuổi 35-54 tức thị trường có khoảng 1,4 triệu khách hàng tiềm năng ($20 \times 10^6 \times 20\% \times 35\% = 1,4 \times 10^6$).



Hình 4.1 Mô hình đường cong chấp nhận sản phẩm

Dựa trên mô hình đường cong chấp nhận sản phẩm - miêu tả một cách trực quan quá trình, tốc độ tiếp nhận sản phẩm/dịch vụ mới của từng đối tượng khách hàng theo Everett Rogers và sơ đồ vòng đời sản phẩm ở mục 3.2.1.4, dự kiến quá trình tiêu thụ thiết bị Samsung MindFlow trong chu kỳ 10 năm tới. Sản lượng dự kiến được phân bổ theo bốn giai đoạn chính: Giới thiệu, Phát triển, Bảo hòa và Suy thoái. Việc phân phối cũng được tham khảo từ tỷ lệ các nhóm người tiêu dùng, cụ thể như sau:

- Giai đoạn Giới thiệu (Năm 2026): Tương ứng với nhóm Innovators 2,5% - những người tiên phong trong việc thử nghiệm sản phẩm công nghệ mới. Sản lượng dự kiến: $1,4 \times 10^6 \times 2.5\% = 35.000$ sản phẩm.

- Giai đoạn Phát triển (Năm 2027 - 2029): Tương ứng với nhóm Early Adopters 13,5% - những người chấp nhận sớm và 24% của nhóm Early Majority - nhóm đa số chấp nhận sớm. Sản lượng dự kiến trong giai đoạn này là $1,4 \times 10^6 \times 37.5\% = 525.000$ sản phẩm (tương ứng trung bình 175.000 sản phẩm/năm). Đây là giai đoạn tăng trưởng nhanh, doanh nghiệp tập trung mở rộng thị phần và tăng độ nhận diện thương hiệu.

- Giai đoạn Bảo hòa (Năm 2030 - 2032): Kết hợp 10% của nhóm Early Majority và 24% của Late Majority - người đa số chấp nhận muộn. Sản lượng dự kiến ở giai đoạn bảo hòa là $1,4 \times 10^6 \times 34\% = 476.000$ sản phẩm (tương ứng trung bình 158.667 sản phẩm/năm).

- Giai đoạn Suy thoái (Năm 2033 - 2035): Tương ứng với 10% nhóm đa số chấp nhận muộn và 16% nhóm Laggards - nhóm người dùng chấp nhận công nghệ sau cùng. Sản lượng dự kiến là: $1,4 \times 10^6 \times 26\% = 364.000$ sản phẩm (tương ứng trung bình 121.333 sản phẩm/năm).

Các số liệu về sản lượng dự kiến của sản phẩm Samsung MindFlow từ năm 2026 đến năm 2035 qua 4 giai đoạn giới thiệu, phát triển, bảo hòa, suy thoái trong chu kỳ vòng đời sản phẩm sẽ được tổng hợp ở bảng 4.1.

Bảng 4.1 Sản lượng sản phẩm Samsung MindFlow dự kiến từ năm 2026-2035

Đơn vị: Sản phẩm

Năm	2026	2027	2028	2029	2030
Sản lượng dự kiến	35.000	175.000	175.000	175.000	158.667
Năm	2031	2032	2033	2034	2035
Sản lượng dự kiến	158.667	158.667	121.333	121.333	121.333

4.1.2 Giá bán và tổng doanh thu dự kiến

4.1.2.1 Giá bán

Bảng 4.2 Giá bán thiết bị Samsung MindFlow qua các năm

Đơn vị: Nghìn đồng

Năm	2026	2027	2028	2029	2030
Giá bán	4490	4490	4490	4490	4041
Năm	2031	2032	2033	2034	2035
Giá bán	3906,3	3771,6	3367,5	3143	2918,5

Dựa theo thông tin ở phần định giá thuộc mục 3.1.2, giá khởi điểm của sản phẩm là 4.490.000 đồng ở giai đoạn khởi điểm, tức thời gian giới thiệu sản phẩm. Ở giai đoạn phát triển năm 2027, 2028, 2029 vẫn giữ giá khởi điểm và có giảm dần giá bán ở 2 giai đoạn sau. Ở giai đoạn bão hòa năm đầu tiên 2030 sẽ giảm mạnh 10% so với giá khởi điểm và 2 năm còn lại của giai đoạn bão hòa sẽ giảm nhẹ dần 3% mỗi năm so với giá năm đầu bão hòa. Giai đoạn suy thoái giá bắt đầu giảm mạnh, năm đầu tiên suy thoái 2033 giảm 25%. Sau đó giá sẽ giảm thêm 5% mỗi năm nữa so với giá năm đầu suy thoái.

4.1.2.2 Tổng doanh thu dự kiến

Thông qua sản lượng dự kiến và giá bán ra theo vòng đời sản phẩm giúp doanh nghiệp ước tính được doanh thu mà doanh nghiệp sẽ nhận được trong một thời gian nhất định. Việc dự báo tổng doanh thu giúp doanh nghiệp có thể đưa ra những dự đoán chính xác mà doanh nghiệp có thể sử dụng để lập kế hoạch và lập ngân sách phù hợp, từ đó đưa ra quyết định đúng đắn và giảm thiểu rủi ro cho việc kinh doanh. Ngoài ra, đây cũng là một chỉ tiêu để thúc đẩy bộ phận bán hàng hoạt động năng suất, phải chịu trách nhiệm đảm bảo đạt được doanh thu trong một khoảng thời gian đã được dự báo từ trước.

Công thức tính doanh thu như sau:

$$\text{Doanh thu} = \text{Sản lượng dự kiến} \times \text{Giá bán}$$

Bảng 4.3 Doanh thu dự kiến từ năm 2026-2035

Đơn vị: Nghìn đồng

Năm	2026	2027	2028	2029	2030
Sản lượng dự kiến	35.000	175.000	175.000	175.000	158.667
Giá bán	4490	4490	4490	4490	4041
Doanh thu	157.150.000	785.750.000	785.750.000	785.750.000	641.173.347
Năm	2031	2032	2033	2034	2035
Sản lượng dự kiến	158.667	158.667	121.333	121.333	121.333
Giá bán	3906,3	3771,6	3367,5	3143	2918,5
Doanh thu	619.800.902	598.428.457,2	408.588.877,5	381.349.619	354.110.361

Bảng dữ liệu cho thấy doanh thu của sản phẩm tăng mạnh trong giai đoạn đầu và đạt đỉnh vào giai đoạn phát triển năm 2027, năm 2028. Từ năm 2029 trở đi, doanh thu bắt đầu sụt giảm do sự sụt giảm cả về giá và sản lượng tiêu thụ do tiến vào giai đoạn bão hòa và suy thoái. Xu hướng này phản ánh đúng quy luật vòng đời của sản phẩm.

4.2 Chi phí sản xuất và kết quả kinh doanh dự kiến

4.2.1 Các chi phí cho sản xuất và tiêu thụ sản phẩm

4.2.1.1 Chi phí sản xuất sản phẩm

Chi phí sản xuất là tổng chi phí để sản xuất ra một sản phẩm hoặc dịch vụ bao gồm các chi phí như chi phí nguyên vật liệu, chi phí nhân công và chi phí sản xuất chung.

a. Chi phí nguyên vật liệu trực tiếp

Để tạo ra sản phẩm Samsung MindFlow cần có những chi tiết và giá của những chi

tiết đó được trình bày ở bảng dưới đây:

Bảng 4.4 Chi phí nguyên vật liệu của sản phẩm Samsung MindFlow

Đơn vị: Nghìn đồng

STT	Chi tiết	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
1	Cảm biến BioActive	1	450	450
2	Cảm biến gia tốc	1	85	85
3	Vi xử lý S3 MCU	1	200	200
4	Pin lithium	1	48	48
8	Bộ phận sạc từ tính	1	175	175
6	Đèn LED	1	7	7
7	Động cơ truyền động	1	150	150
8	Vỏ thiết bị	1	35	35
Tổng			1.150	1.150

Tổng chi phí nguyên vật liệu để tạo ra một đơn vị sản phẩm Samsung MindFlow là 1.150 nghìn đồng. Dựa trên thông tin này, có thể dự báo tổng chi phí nguyên vật liệu cho năm 2026 bằng cách sử dụng công thức sau:

$$\text{Chi phí NVL trực tiếp} = \text{Sản lượng dự kiến} \times \text{Đơn giá NVL trực tiếp}$$

Bảng 4.5 Dự tính tổng chi phí nguyên vật liệu trực tiếp năm 2026

Đơn vị: Nghìn đồng

Năm	2026
Sản lượng dự kiến	35.000
Đơn giá NVL trực tiếp	1.150
Chi phí NVL trực tiếp	40.250.000

b. Chi phí nhân công trực tiếp

Công ty dự định thuê 15 công nhân trực tiếp làm việc hàng tháng vào năm 2026 với mức lương hàng tháng của mỗi công nhân là 7.000.000 đồng. Vậy chi phí nhân công trực tiếp được tính dựa trên công thức sau:

Chi phí nhân công trực tiếp = Số lượng nhân công trực tiếp × Đơn giá nhân công trực tiếp hàng tháng

Bảng 4.6 Dự tính chi phí nhân công trực tiếp

Đơn vị: Nghìn đồng

Số lượng nhân công trực tiếp	15
Đơn giá nhân công trực tiếp hàng tháng	7.000
Chi phí nhân công trực tiếp hàng tháng	105.000

Bảng 4.6 thể hiện chi phí hàng tháng công ty phải trả cho nhân công trực tiếp là 105.000 nghìn đồng, vậy tổng chi phí nhân công trực tiếp mà công ty phải chi trả vào năm 2026 là $105.000 \times 12 = 1.260.000$ nghìn đồng.

c. Chi phí sản xuất chung

Chi phí sản xuất chung là một thành phần nằm trong chi phí sản xuất và là một trong những yếu tố quyết định đến giá thành sản phẩm. Chi phí sản xuất chung bao gồm các chi phí phục vụ cho hoạt động sản xuất, kinh doanh chung phát sinh trong phạm vi phân xưởng, nhưng không bao gồm chi phí nguyên vật liệu trực tiếp và chi phí nhân công trực tiếp.

Giả định công ty sẽ đầu tư xây dựng nhà xưởng mới trên khu đất công ty đã mua nhằm tối ưu hóa chi phí đã mua. Toàn bộ chi phí xây dựng nhà xưởng và chi phí đầu tư máy móc, thiết bị sử dụng trong xưởng mới sẽ được phân bổ khấu hao đều trong vòng 10 năm. Điều này nhằm đảm bảo sự ổn định tài chính và hiệu quả sử dụng tài sản cố định trong dài hạn.

Bảng 4.7 Dự tính chi phí sản xuất chung

Đơn vị: Nghìn đồng

Loại chi phí	Phương pháp tính	Năm 2026
Chi phí khấu hao máy móc	$\frac{\text{Tổng chi phí máy móc}}{10}$	575.000
Chi phí khấu hao nhà xưởng	$\frac{\text{Tổng chi phí xây dựng nhà xưởng}}{10}$	300.000
Chi phí bảo dưỡng thiết bị	Tổng chi phí máy móc $\times 2\%$	115.000
Chi phí điện, nước	Đơn giá điện $\times$ lượng tiêu thụ	152.250
	Đơn giá nước $\times$ lượng tiêu thụ	122.193,75
Chi phí lương quản đốc	Số quản đốc $\times$ lương tháng $\times 12$	540.000
Tổng chi phí sản xuất chung		1.804.443,75

Dự toán chi phí sản xuất chung năm 2026 khoảng hơn 1,8 tỷ đồng. Trong đó bao gồm chi phí khấu hao máy móc 5,75 tỷ đồng và chi phí nhà xưởng 3 tỷ phân bổ đều trong 10 năm thể hiện kế hoạch đầu tư dài hạn. Năm 2026 là năm hoạt động đầu tiên nên máy móc sẽ không các vấn đề nghiêm trọng nên chi phí bảo dưỡng chiếm khoảng 2% tổng chi phí mua máy móc ban đầu. Lương quản đốc sẽ chi cho 3 người, mỗi người có mức lương 15 triệu hàng tháng. Chi phí điện nước sẽ tính theo lượng tiêu thụ và đơn giá cho ngành sản xuất của bộ công thương thể hiện ở bảng 4.8 dưới đây.

Bảng 4.8 Dự tính chi phí tiêu thụ điện, nước trong năm 2026

Đơn vị: Nghìn đồng

Chi phí	Đơn giá	Lượng tiêu thụ	Năm 2026
Chi phí điện	2,175/kWh	70.000	152.250
Chi phí nước	13,965/m ³	8.750	122.193,75
Tổng chi phí			274.443,75

d. Giá vốn hàng bán

Dựa vào dự toán các khoảng chi phí nguyên vật liệu trực tiếp ở bảng 4.5, chi phí công nhân trực tiếp ở bảng 4.6 và chi phí sản xuất chung ở bảng 4.7 doanh nghiệp dự toán được giá vốn hàng bán năm 2026 ở bảng 4.9.

Bảng 4.9 Dự tính giá vốn hàng bán năm 2026

Đơn vị: Nghìn đồng

Loại chi phí	Năm 2026
Chi phí NVL trực tiếp	40.250.000
Chi phí nhân công trực tiếp	1.260.000
Chi phí sản xuất chung	1.804.443,75
Giá vốn hàng bán	43.314.443,75

Giá vốn hàng bán được tính bằng tổng của 3 chi phí trên và giá vốn hàng bán năm 2026 đạt hơn 43,3 tỷ đồng. Giá thành 1 đơn vị sản phẩm khoảng 1.237.555 đồng. Trong đó, chi phí nguyên vật liệu trực tiếp ảnh hưởng lớn nhất chiếm đến 92,93%, chi phí nhân công trực tiếp và chi phí sản xuất chung chỉ chiếm lần lượt là 2,91% và 4,17%.

4.2.1.2 Chi phí tiêu thụ sản phẩm

a. Chi phí bán hàng

Chi phí bán hàng của doanh nghiệp gồm các khoản chi như: chi phí lưu thông, chi phí bao bì, chi phí Marketing và chi phí R&D. Dự tính các khoản chi phí trong năm 2026 sẽ trình bày ở bảng dưới đây.

Bảng 4.10 Dự tính chi phí bán hàng năm 2026

Đơn vị: Nghìn đồng

Loại chi phí	Phương pháp tính	Năm 2026
Chi phí lưu thông	Doanh thu năm 2026 $\times$ 4%	6.286.000
Chi phí bao bì	Đơn giá $\times$ Sản lượng năm 2026	525.000
Chi phí Marketing	Doanh thu năm 2026 $\times$ 10%	15.715.000
Chi phí R&D	Doanh thu năm 2026 $\times$ 8%	12.572.000
Tổng chi phí bán hàng		35.098.000

Bảng 4.9 trình bày về chi phí bán hàng năm đầu tiên bán ra sản phẩm với tổng chi phí khoảng hơn 35 tỷ đồng, mức chi phí này chiếm xấp xỉ 22,3% tổng doanh thu năm đầu. Hầu hết các chi phí đều dự toán dựa trên doanh thu năm đầu, ngoại trừ chi phí bao bì tính theo đơn giá, số lượng. Trong đó, chi phí truyền thông marketing và chi phí R&D [11] chiếm tỷ trọng lớn, phản ánh công ty có chiến lược đầu tư mạnh vào truyền thông,

nghiên cứu và phát triển sản phẩm để tiếp cận khách hàng. Chi phí lưu thông cũng được phân bổ hợp lý giúp nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

b. Chi phí quản lý doanh nghiệp

Chi phí quản lý doanh nghiệp là loại chi phí liên quan đến việc vận hành hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Trong chi phí quản lý doanh nghiệp gồm lương cho nhân viên bộ phận quản lý, chi phí khấu hao bộ phận quản lý và khoản chi phí dự phòng cho doanh nghiệp.

Bảng 4.11 Dự tính tổng chi phí quản lý của toàn doanh nghiệp năm 2026

Đơn vị: Nghìn đồng

Loại chi phí	Phương pháp tính	Năm 2026
Chi phí lương quản lý	Số quản lý $\times$ Lương hàng tháng $\times 12$	54.000.000
Chi phí khấu hao bộ phận quản lý	$\frac{\text{Giá trị tài sản cố định trong quản lý}}{10}$	31.500.000
Chi phí đào tạo	Số người được đào tạo $\times$ Chi phí đào tạo mỗi nhân viên	18.500.000
Tổng chi phí quản lý doanh nghiệp		104.000.000

Bảng 4.11 trình bày các khoản chi phí thuộc khoản chi phí quản lý doanh nghiệp. Chi phí cho 100 quản lý với mức lương trung bình tháng của mỗi nhân viên là 45 triệu đồng. Tổng chi phí lương quản lý là 54 tỷ đồng. Tổng chi phí bộ phận quản lý gồm văn phòng phẩm, máy móc thiết bị văn phòng dự tính khoản 315 tỷ đồng. Khoản tài sản cố định trong quản lý này sẽ được khấu hao đều trong thời gian 10 năm. Chi phí đào tạo hàng năm cho nhân viên khoảng 18,5 tỷ đồng với khoảng 370 nhân viên được đào tạo và chi phí mỗi người khoảng 50 triệu đồng. Tổng chi phí quản lý doanh nghiệp SEV là 104 tỷ đồng. Sản lượng dòng sản phẩm MindFlow dự tính chiếm 5% sản lượng của tổng công ty nên chi phí quản lý doanh nghiệp cũng chiếm khoảng 5% của sản phẩm trong năm 2026 khoảng 5.200.000 nghìn đồng.

4.2.2 Dự kiến về kết quả hoạt động kinh doanh

Báo cáo dự kiến kết quả hoạt động kinh doanh được lập để ước tính kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong một khoảng thời gian nhất định. Dự toán này dựa trên kế hoạch ngân sách, và các giả định về môi trường kinh doanh.

Bảng 4.12 Kết quả hoạt động kinh doanh dự kiến

Đơn vị: Nghìn đồng

STT	Chỉ tiêu	Phương pháp tính	Năm 2026
1	Doanh thu bán hàng	Giá bán x Sản lượng bán	157.150.000
2	Các khoản giảm trừ doanh thu (Giảm giá, chiết khấu, voucher, quà tặng)	Doanh thu năm 2026 $\times$ 5%	7.857.500
3	Doanh thu thuần	Hàng 1- Hàng 2	149.292.500
4	Giá vốn hàng bán	Chi phí NVL trực tiếp + Chi phí nhân công trực tiếp + Chi phí sản xuất chung	43.314.443,75
5	Lợi nhuận gộp	Hàng 3 - Hàng 4	105.978.056,3
6	Chi phí bán hàng	Chi phí lưu thông + Chi phí bao bì + Chi phí Marketing + Chi phí R&D	35.098.000
7	Chi phí Quản lý doanh nghiệp	Chi phí lương cho nhân viên quản lý + Chi phí khấu hao bộ phận quản lý	5.200.000
8	Lợi nhuận thuần	Hàng 5 - Hàng 6 - Hàng 7	65.680.056,25
9	Lợi nhuận trước thuế (EBT)	Hàng 8	65.680.056,25
10	Thuế TNDN (20%)	Thuế suất x EBT	13.136.011,25
11	Lợi nhuận sau thuế (EAT)	EBT - Thuế	52.544.045

Kết quả hoạt động kinh doanh dự kiến của năm 2026 với lợi nhuận sau thuế đạt 52.544.045 nghìn đồng, tương đương 33,4% so với tổng doanh thu của doanh nghiệp. Lợi nhuận sau thuế cao trong năm đầu tiên là dấu hiệu tích cực cho thấy doanh nghiệp đang có hướng đi đúng đắn trong chiến lược phát triển sản phẩm. Kết quả này cho thấy tiềm năng sinh lời mạnh mẽ của sản phẩm và tạo nền tảng tài chính vững chắc cho các giai đoạn phát triển tiếp theo.

CHƯƠNG 5: KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI SẢN XUẤT VÀ ĐƯA SẢN PHẨM RA THỊ TRƯỜNG

5.1 Kế hoạch tổ chức sản xuất thử

5.1.1 Kế hoạch thử nghiệm sản phẩm

Thử nghiệm sản phẩm là bước quan trọng trong quá trình phát triển nhằm đánh giá mức độ hoạt động, độ an toàn và phản hồi người dùng trong điều kiện sử dụng thực tế. Quá trình này giúp doanh nghiệp phát hiện lỗi, cải tiến thiết kế, kỹ thuật và tối ưu trải nghiệm trước khi sản phẩm được đưa ra thị trường, từ đó giảm thiểu rủi ro và nâng cao chất lượng sản phẩm. Doanh nghiệp sẽ triển khai thử nghiệm sản phẩm trong nội bộ trước sau đó sẽ triển khai kế hoạch thử nghiệm thị trường.

5.1.1.1 Kế hoạch thử nghiệm sản phẩm

- Đối tượng thử nghiệm: Lựa chọn những người từ đội ngũ nhân viên nội bộ của công ty làm việc trong môi trường có cường độ căng thẳng trung bình đến cao. Những người này được chọn vì dễ dàng tiếp cận, có khả năng phản hồi rõ ràng và chân thực và sản phẩm.
- Mục tiêu thử nghiệm: Xác định hiệu quả hoạt động thực tế của thiết bị trong việc tập thở hỗ trợ thư giãn và hỗ trợ đi vào giấc ngủ. Đồng thời, kiểm tra độ chính xác của cảm biến theo dõi sinh học, tính ổn định của các động cơ và khả năng kết nối với thiết bị thông minh. Ngoài ra, thử nghiệm cũng nhằm phát hiện lỗi kỹ thuật hoặc trải nghiệm chưa tối ưu cần cải thiện trước khi thương mại hóa.
- Thử nghiệm chức năng: Người tham gia được yêu cầu sử dụng Samsung MindFlow trong các phiên tập thở ngắn 5-10 phút với mục đích giảm căng thẳng và từ 10-20 phút với mục đích hỗ trợ giấc ngủ theo hướng dẫn được cài trong thiết bị. Khi sử dụng, thiết bị sẽ ghi nhận các chỉ số sinh học như nhịp tim, mức độ biến thiên nhịp tim (HRV) và nồng độ oxy trong máu, ECG. Dữ liệu thu thập được phân tích tổng hợp sau các lần tập để đánh giá hiệu quả mà thiết bị mang lại.
- Kiểm định độ an toàn và kỹ thuật: Song song với thử nghiệm chức năng, sản phẩm được kiểm tra về độ an toàn điện, vật liệu tiếp xúc tương thích sinh học với da, độ ổn định khi vận hành liên tục và giới hạn nhiệt lượng tỏa ra khi thiết bị hoạt động. Vật liệu như silicone y tế và pin lithium-ion được đánh giá theo các tiêu chuẩn an toàn quốc

tế. Ngoài ra, hệ thống kết nối không dây (Bluetooth 5.3 - BLE) cũng được kiểm tra độ ổn định và mức tiêu thụ năng lượng.

- Thu thập phản hồi: Sau thời gian thử nghiệm, các nhân viên sẽ viết báo cáo nhận xét về tính năng, trải nghiệm khi dùng sản phẩm và đề xuất những cải tiến nếu cần thiết. Công ty sẽ xem xét các đề xuất của nhân viên, đánh giá tính khả thi và thực hiện cải tiến để đưa ra thị trường một sản phẩm hoàn hảo nhất có thể.

5.1.1.2 Kế hoạch thử nghiệm sản phẩm ra thị trường

- Đối tượng thử nghiệm: Tập trung vào nhóm người tiêu dùng tiềm năng từ 35 đến 54 tuổi có thu nhập trên 11 triệu đồng hàng tháng, thường xuyên đối mặt với căng thẳng trong cuộc sống đô thị và các vấn đề về giấc ngủ. Nhóm này có thể là nhân viên văn phòng, người có thói quen thực hành thiền hoặc yoga,...

- Mục tiêu thử nghiệm: Đánh giá phản ứng của người tiêu dùng đối với sản phẩm, bao gồm hình thức thiết kế, cách sử dụng, cảm nhận khi trải nghiệm, mức độ quan tâm và mức độ sẵn sàng chi trả. Thử nghiệm cũng nhằm xác định mức độ phù hợp của sản phẩm với nhu cầu thực tế, từ đó định hướng chiến lược tiếp thị và hoàn thiện sản phẩm theo kỳ vọng thị trường.

- Triển khai thử nghiệm: Người dùng được đăng ký mượn sản phẩm trong vòng hai tuần để sử dụng tại nhà hoặc nơi làm việc. Trong quá trình đó, họ được hướng dẫn cách sử dụng cơ bản và được yêu cầu ghi lại trải nghiệm thông qua khảo sát trực tuyến và phỏng vấn ngắn. Các phản hồi sau khi sử dụng sẽ được tổng hợp để phân tích mức độ tiếp nhận, các điểm cần cải thiện và yếu tố có ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm.

- Quan sát và thu thập phản hồi người dùng: Quy trình đánh giá được chia thành ba giai đoạn rõ ràng:

- + Giai đoạn trước khi sử dụng: Nhóm thử nghiệm được quan sát về ấn tượng đầu tiên với sản phẩm, bao gồm thiết kế bên ngoài, cảm giác khi cầm, bao bì và tính dễ hiểu trong hướng dẫn sử dụng.

- + Giai đoạn trải nghiệm sản phẩm: Khi sử dụng Samsung MindFlow, người tham gia được hướng dẫn quá trình sử dụng thiết bị, tần suất sử dụng, khả năng nhận biết các phản hồi từ hệ thống và mức độ thoải mái khi sử dụng.

- + Giai đoạn sau sử dụng: Sau thời gian hai tuần thử nghiệm, người tham gia hoàn thành đánh giá trải nghiệm tổng thể về sản phẩm như về thiết kế bên ngoài, mức độ thư giãn đạt được, sự tiện lợi trong thao tác. Từ phản hồi này, phát triển tổng hợp dữ liệu để hoàn thiện thiết kế, cải thiện chức năng hướng dẫn thở và tối ưu thuật toán AI.

5.1.2 Kế hoạch sản xuất thử

5.1.2.1 Mục tiêu

Sản xuất thử sản phẩm Samsung MindFlow trong một tháng đầu tiên nhằm phát hiện, khắc phục các vấn đề tồn đọng để giảm sai sót, lãng phí trong quá trình sản xuất hàng loạt sau này, đảm bảo cung cấp cho khách hàng sản phẩm chất lượng đáp ứng đúng các thông số kỹ thuật đề ra.

5.1.2.2 Lịch trình sản xuất:

- Giai đoạn 1: Hoàn thiện thiết kế sản phẩm

Thiết bị Samsung MindFlow đã được hoàn thiện thiết kế cả phần cứng và phần mềm hỗ trợ, tích hợp các cảm biến, vi xử lý, động cơ mô phỏng nhịp thở và vỏ thiết kế thân thiện. Thiết bị đã trải qua quá trình thử nghiệm tính năng sản phẩm, kiểm tra độ chính xác của thiết bị và đảm bảo sản phẩm sẵn sàng bước vào giai đoạn sản xuất thử.

- Giai đoạn 2: Chuẩn bị sản xuất thử

Đội ngũ nhân viên sản xuất sẽ lập kế hoạch sản xuất và chuẩn bị các nguyên vật liệu/linh kiện đầu vào. Thiết lập các quy chuẩn vận hành, quy trình kiểm tra chất lượng. Dây chuyền sản xuất tạm thời sẽ được thiết lập với đầy đủ máy móc, thiết bị chuyên dụng. Cuối cùng, nhân sự sản xuất sẽ được tuyển dụng và đào tạo, đảm bảo tất cả các nhân viên hiểu rõ quy trình và tiêu chuẩn chất lượng.

- Giai đoạn 3: Sản xuất thử nghiệm

Dây chuyền thực hiện sản xuất và lắp ráp theo thiết bị theo đúng kế hoạch, quy chuẩn đề ra. Trong suốt quá trình này, các quản đốc sẽ kiểm tra chất lượng sẽ giám sát nghiêm ngặt từng công đoạn và ghi lại dữ liệu sản xuất để kịp thời phát hiện, phân tích và điều chỉnh những điểm bất hợp lý trong sản xuất.

- Giai đoạn 4: Vận chuyển và phân phối

Sau khi lắp ráp và kiểm tra chất lượng sản phẩm, những sản phẩm đạt yêu cầu sẽ được đóng gói và vận chuyển đến các kho phân phối. Đồng thời, dịch vụ bảo hành và hỗ trợ khách hàng sẽ được kích hoạt để kịp thời tiếp nhận phản hồi trong quá trình sử dụng.

5.1.2.3 Quy trình sản xuất

- Bước 1: Sản xuất các chi tiết không mua ngoài

Sản xuất hoàn thiện các chi tiết như cảm biến BioActive, đèn led, bao bì, vỏ thiết

bị. Nhân viên tiến hành kiểm tra chất lượng các chi tiết để đưa vào giai đoạn lắp ráp, đồng thời ghi nhận dữ liệu để đánh giá độ ổn định.

- Bước 2: Lắp ráp hoàn thiện

Lắp ráp hoàn chỉnh các chi tiết lại với nhau cả chi tiết công ty tự sản xuất và chi tiết mua ngoài. Các chi tiết bên trong như vi xử lý, pin, động cơ mô phỏng, cảm biến BioActive, cảm biến gia tốc, đèn led, bộ phận sạc từ tính được lắp vào khung thiết bị và sau đó lắp vỏ silicone bên ngoài. Nhân viên giám sát sẽ kiểm tra độ chính xác của từng thao tác lắp ráp, kiểm tra ngoại quan để phát hiện lỗi sớm.

- Bước 3: Kiểm tra chức năng sản phẩm

Thiết bị hoàn chỉnh sẽ được kiểm tra toàn diện: độ nhạy cảm biến, mô phỏng nhịp thở, kết nối Bluetooth, đèn LED và thời lượng pin. Các kết quả được ghi lại để phân tích, đối chiếu và xử lý nếu có sai lệch.

- Bước 4: Đóng gói

Thiết bị được đóng hộp kèm dây sạc từ tính, sách hướng dẫn và thẻ bảo hành. Nhân viên kiểm tra chất lượng sẽ thực hiện kiểm tra cuối cùng trước khi niêm phong và chuyển kho, đảm bảo không có lỗi hình thức hay thiếu linh kiện.

5.1.2.4 Quy trình kiểm soát chất lượng

- Kiểm tra nguyên vật liệu/linh kiện đầu vào: Tất cả nguyên liệu và linh kiện sẽ được kiểm tra trước khi đưa vào dây chuyền sản xuất. Việc kiểm tra bao gồm đánh giá kích thước, chất lượng vật liệu và khả năng hoạt động sơ bộ, nhằm loại bỏ những linh kiện không đạt tiêu chuẩn.

- Kiểm tra trong quá trình sản xuất: Sau mỗi bước lắp ráp, kỹ thuật viên sẽ kiểm tra độ chính xác của việc lắp đặt và khả năng hoạt động của các bộ phận. Đồng thời, việc lấy mẫu ngẫu nhiên để đánh giá sản phẩm tại từng thời điểm sẽ được thực hiện thường xuyên nhằm phát hiện sớm lỗi sản xuất và có biện pháp điều chỉnh kịp thời.

- Kiểm tra sản phẩm hoàn chỉnh: Khi hoàn thiện, mỗi thiết bị sẽ trải qua bước kiểm tra toàn diện để đảm bảo tất cả các chức năng đều hoạt động ổn định. Ngoại quan sản phẩm sẽ được đánh giá về độ thẩm mỹ và tính hoàn thiện.

- Ghi chép và lưu trữ hồ sơ: Toàn bộ dữ liệu kiểm tra trong quá trình sản xuất sẽ được lưu trữ cẩn thận nhằm phục vụ công tác truy xuất nguồn gốc và cải tiến chất lượng trong các lô sản xuất tiếp theo.

5.2 Lập kế hoạch triển khai sản phẩm ra thị trường

Bảng 5.1 Kế hoạch triển khai sản phẩm ra thị trường

STT	Công việc	Ngày bắt đầu	Ngày kết thúc	Công việc trước	Bộ phận triển khai
1. HÌNH THÀNH Ý TƯỞNG					
1	Thu thập các nguồn thông tin bên trong và bên ngoài doanh nghiệp	07/04/2025	21/04/2025	—	Bộ phận Nghiên cứu và Phát triển R&D
2	Hình thành các ý tưởng về phát triển sản phẩm mới	22/04/2025	22/05/2025	1	
2. SÀNG LỌC Ý TƯỞNG					
3	Đánh giá và lựa chọn ý tưởng	23/05/2025	02/06/2024	2	Bộ phận Nghiên cứu và Phát triển R&D
3. PHÁT TRIỂN VÀ THỬ NGHIỆM KHÁI NIỆM					
4	Lên ý tưởng phát triển khái niệm	03/06/2025	17/06/2025	3	Bộ phận Marketing
5	Phát triển, thử nghiệm khái niệm sản phẩm	18/06/2025	01/07/2025	4	
4. PHÁT TRIỂN CHIẾN LƯỢC MARKETING					
6	Xác định thị trường mục tiêu hướng đến và đặt mục tiêu thị trường năm đầu	02/07/2025	02/08/2025	5	Bộ phận Marketing
7	Xây dựng chiến lược 4P trong marketing	04/08/2025	14/09/2025	6	
5. PHÂN TÍCH KINH DOANH					
8	Ước tính doanh thu	15/09/2025	20/09/2025	7	Bộ phận Kinh doanh
9	Ước tính chi phí và lợi nhuận mong đợi	15/09/2025	30/09/2025	7	
6. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM					

10	Thiết kế bản mẫu	01/10/2025	15/10/2025	9	Bộ phận Nghiên cứu và Phát triển R&D và Bộ phận Sản xuất
11	Thử nghiệm tính năng sản phẩm	16/10/2025	23/10/2025	10	
12	Sản xuất thử	24/10/2025	24/11/2025	11	
7. MARKETING THỬ NGHIỆM					
13	Xác định mục tiêu thử nghiệm và thử nghiệm sản phẩm trên thị trường	25/11/2025	08/12/2025	12	Bộ phận marketing
14	Thu thập, phân tích dữ liệu thu được từ quá trình thử nghiệm và hoàn thiện sản phẩm	13/12/2025	31/12/2025	13	
8. THƯƠNG MẠI HÓA					
15	Xác định thời gian và địa điểm ra mắt sản phẩm	13/12/2025	20/12/2025	13	Bộ phận Marketing
16	Triển khai các chiến lược truyền thông	01/01/2026		15	

Quy trình phát triển sản phẩm Samsung MindFlow được xây dựng theo trình tự chặt chẽ, đầy đủ các bước cần thiết để phát triển sản phẩm mới từ khâu ý tưởng ban đầu đến thương mại hóa sản phẩm [12]. Các mốc thời gian được sắp xếp hợp lý, cho thấy sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận như R&D, Sản xuất, Marketing và Kinh doanh. Nhìn chung, kế hoạch triển khai thể hiện sự bài bản và có định hướng chiến lược trong việc đưa Samsung MindFlow ra thị trường thành công.

5.2.1 Tổ chức phân phối sản phẩm

Samsung Electronics Việt Nam triển khai hệ thống phân phối sản phẩm MindFlow theo hai kênh chính: trực tiếp và gián tiếp, nhằm tối ưu khả năng tiếp cận khách hàng và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Kênh phân phối trực tiếp bao gồm hệ thống bán hàng qua website chính thức của Samsung, cùng các cửa hàng Samsung Experience Store, các cửa hàng chính hãng Mall trên sàn thương mại điện tử. Với hình thức này, sản phẩm được chuyển giao trực tiếp từ

doanh nghiệp đến tay người tiêu dùng, giúp kiểm soát tốt trải nghiệm mua sắm và bảo đảm tính đồng bộ trong chính sách giá, hậu mãi. Khoảng 35% tổng chi phí lưu thông được đầu tư cho kênh này, tập trung vào chi phí nền tảng trực tuyến, và giao hàng tận nơi.

Kênh phân phối gián tiếp được thực hiện thông qua các đối tác bán lẻ, chuỗi cửa hàng điện máy, hoặc nền tảng thương mại điện tử. Kênh này đóng vai trò mở rộng độ phủ thị trường và tăng khả năng hiện diện thương hiệu tại nhiều điểm tiếp xúc khác nhau. Tuy nhiên, do có sự tham gia của bên trung gian và phát sinh chi phí hỗ trợ cho đại lý, nên phân bổ 65% chi phí lưu thông cho hoạt động của kênh gián tiếp, bao gồm phí vận chuyển, hỗ trợ khóa đào tạo bán hàng, chi phí vận chuyển.

Việc phân bổ hợp lý giữa hai kênh giúp SEV đảm bảo cân bằng giữa hiệu quả tài chính và khả năng tiếp cận người tiêu dùng ở nhiều phân khúc khác nhau, từ khách hàng mua sắm trực tuyến hiện đại đến người tiêu dùng truyền thống tại các điểm bán lẻ.

Bảng 5.2 Chi phí tổ chức phân phối sản phẩm

Đơn vị: Nghìn đồng

Kênh phân phối	Hạng mục chi phí	Chi phí
Phân phối trực tiếp (35% chi phí lưu thông)	Chi phí vận chuyển (25%)	1.571.500
	Chi phí sàn thương mại (10%)	628.600
Phân phối gián tiếp (65% chi phí lưu thông)	Chi phí Marketing hỗ trợ (băng rôn, standee tại điểm bán) (10%)	628.600
	Chi phí hỗ trợ khóa đào tạo bán hàng (20%)	1.257.200
	Chi phí vận chuyển (35%)	2.200.100
Tổng chi phí		6.286.000

5.2.2 Kế hoạch triển khai các công cụ xúc tiến hỗn hợp

Ngân sách cho hoạt động truyền thông được xác định chiếm 10% tổng doanh thu khoảng 15.715.000 nghìn đồng. Toàn bộ khoản này sẽ được phân bổ cho tất cả các công cụ quảng cáo, xúc tiến bán, quan hệ công chúng (PR) và bán hàng cá nhân.

Bảng 5.3 Kế hoạch triển khai các công cụ xúc tiến hỗn hợp

Đơn vị: Nghìn đồng

Tháng		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Tổng chi phí
Quảng cáo (4% doanh thu)	Mạng xã hội; TVC trên kênh HTV7, VTV3; ứng dụng; biển LED; website (2,5%)													3.928.750
	Người nổi tiếng, chuyên gia sức khỏe tinh thần (1,5%)													2.357.250
Xúc tiến bán (1% doanh thu)	Tổ chức chương trình bốc thăm trúng thưởng, dựng popup booth													1.571.500
PR (1,5% doanh thu)	Tổ chức hội thảo, tọa đàm trực tuyến, tài trợ (1%)													1.571.500
	Thông cáo báo chí (0,5%)													785.750
Bán hàng cá nhân (3,5% doanh thu)	Lương, thưởng hoa hồng (3%)													4.714.500
	Tổ chức livestream, tư vấn qua video													785.750

Đội ngũ chuyên viên và kỹ thuật viên luôn sẵn sàng tư vấn, hướng dẫn sử dụng, xử lý sự cố kỹ thuật và hỗ trợ cập nhật phần mềm từ xa hoặc trực tiếp tại các trung tâm bảo hành.

- Chương trình thu cũ đổi mới: Triển khai dịch vụ thu cũ đổi mới cho thiết bị MindFlow, giúp khách hàng nâng cấp thiết bị với chi phí ưu đãi. Để tham gia, khách hàng liên hệ trung tâm bảo hành để thẩm định giá sản phẩm cũ và bù phần chênh lệch.

- Giao hàng toàn quốc: Thiết bị được giao miễn phí trên toàn quốc khi đặt hàng tại website chính thức. Tại TP.HCM, Hà Nội, Đà Nẵng: giao trong 3 ngày; các khu vực khác: khoảng 5 ngày làm việc. Mọi đơn hàng đều có mã theo dõi và bảo hiểm vận chuyển.

- Hỗ trợ trả góp linh hoạt: Với dịch vụ Samsung Finance+ (hợp tác với Kredivo và VietCredit), khách hàng có thể mua Samsung MindFlow trả góp chỉ từ 0 đồng, không lãi suất trong kỳ hạn 3, 6 hoặc 12 tháng. Việc thanh toán thực hiện dễ dàng qua ứng dụng chính thức.

5.4 Thu hồi và tiêu hủy

Thiết bị tập thở cầm tay Samsung MindFlow có thể bị thu hồi trong một số tình huống nhất định nhằm đảm bảo uy tín thương hiệu và quyền lợi của người tiêu dùng.

- Trường hợp sản phẩm không đạt được kỳ vọng từ thị trường: Nếu sau khi ra mắt, sản phẩm không thu hút được sự quan tâm của người tiêu dùng hoặc doanh số bán ra thấp hơn dự báo, dẫn đến tồn kho kéo dài, chi phí bảo quản gia tăng và ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu quả vận hành của doanh nghiệp, SEV có thể xem xét việc thu hồi sản phẩm, điều chỉnh chiến lược phát triển phù hợp hơn với nhu cầu thị trường.

- Trường hợp sản phẩm không đạt tiêu chuẩn chất lượng: Trong trường hợp phát hiện các lỗi phát sinh từ khâu sản xuất hoặc kiểm soát chất lượng, khiến thiết bị hoạt động không ổn định, hiệu suất cảm biến sinh học không chính xác, khả năng mô phỏng nhịp thở không đạt chuẩn, hoặc dung lượng pin thấp hơn cam kết, công ty sẽ tiến hành thu hồi để bảo đảm thiết bị được cung cấp đến tay người dùng luôn đạt chất lượng tối ưu.

- Trường hợp sản phẩm gây rủi ro cho sức khỏe và an toàn: Nếu thiết bị MindFlow có dấu hiệu hư hỏng nghiêm trọng như sự cố liên quan đến pin lithium-ion, vi mạch xử lý gây quá nhiệt hoặc có nguy cơ cháy nổ, công ty sẽ lập tức triển khai quy trình thu hồi và tiêu hủy để ngăn chặn mọi rủi ro có thể ảnh hưởng đến sức khỏe và sự an toàn của người sử dụng.

- Trường hợp sản phẩm bị hư hỏng vật lý: Các lô hàng bị phát hiện có dấu hiệu nứt vỡ, trầy xước hoặc biến dạng do lỗi trong quá trình sản xuất hay vận chuyển cũng sẽ được thu hồi, nhằm đảm bảo khách hàng chỉ tiếp nhận những sản phẩm có chất lượng ngoại quan và kỹ thuật hoàn chỉnh nhất.

KẾT LUẬN

Sau quá trình nghiên cứu và hoàn thiện đề tài phát triển sản phẩm mới Samsung MindFlow - thiết bị hỗ trợ thở giúp cải thiện sức khỏe tinh thần, đề tài đã đạt được một số kết quả thiết thực và đóng góp cụ thể cho hướng đi mới của công ty Samsung Electronics Việt Nam trong lĩnh vực công nghệ chăm sóc sức khỏe cá nhân:

- Ý nghĩa của sản phẩm: Samsung MindFlow ra đời như một giải pháp hỗ trợ đơn giản nhưng hiệu quả, giúp người dùng tái thiết lập nhịp thở tự nhiên, ổn định tinh thần và nâng cao chất lượng cuộc sống. Đây không chỉ là một thiết bị công nghệ mà còn là công cụ mang giá trị nhân văn, hướng đến mục tiêu sức khỏe toàn diện của mọi người.
- Xác định được phân khúc thị trường phù hợp: Thông qua phân tích hành vi tiêu dùng và độ tuổi, thu nhập, đề tài xác định nhóm khách hàng mục tiêu gồm những người từ 35-54 tuổi, có thu nhập từ 11 triệu đồng trở lên và đặc biệt quan tâm đến các tính năng công nghệ trong sản phẩm. Đây là nhóm người dùng có xu hướng tìm kiếm giải pháp chủ động cho sức khỏe và sẵn sàng chi trả cho các thiết bị có giá trị thực tiễn.
- Xây dựng định hướng phát triển sản phẩm và chiến lược tiếp thị phù hợp: Đề tài đã xây dựng một lộ trình phát triển sản phẩm toàn diện, từ khâu thiết kế, định vị thương hiệu đến phương án định giá và phân phối. Mọi chiến lược đều được cân nhắc dựa trên đặc điểm thị trường hiện nay, xu hướng hành vi tiêu dùng và tiềm năng công nghệ. Đặc biệt, hầu hết các hoạt động xúc tiến đề xuất đều chú trọng yếu tố trải nghiệm thực tế, tương tác và xây dựng niềm tin với người tiêu dùng.
- Triển vọng tài chính khả quan trong giai đoạn đầu: Với nền tảng chiến lược rõ ràng, định hướng tiếp cận khách hàng hợp lý và khả năng kiểm soát chi phí hiệu quả, Samsung MindFlow được dự đoán có thể đạt được lợi nhuận sau thuế cao ngay trong năm đầu tiên ra mắt. Điều này không chỉ thể hiện tính khả thi của dự án mà còn mở ra cơ hội phát triển ổn định và mở rộng quy mô trong tương lai gần.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Samsung Newsroom, Samsung Electronics công bố chiến lược môi trường mới, 2022. [Tai đây](#)
- [2] Andrea Zaccaro, Andrea Piarulli, Marco Laurino, Erika Garbella, Danilo Menicucci, Brono Neri, Angelo Gemignani, How Breath-Control Can Change Your Life: A Systematic Review on Psycho-Physiological Correlates of Slow Breathing, 2018. [Tai đây](#)
- [3] Sức khỏe & Đời sống, Căng thẳng thần kinh trong cuộc sống hiện đại - Hệ lụy và giải pháp, 2024. [Tai đây](#)
- [4] Bộ Y Tế, Thúc đẩy hợp tác quốc tế, nghiên cứu, ứng dụng AI vào cải thiện chất lượng giấc ngủ của người Việt, 2024. [Tai đây](#)
- [5] Mordor Intelligence, Thị trường thiết bị và nền tảng sức khỏe tâm thần mới nổi toàn cầu (2025 - 2030). [Tai đây](#)
- [6] Cơ quan Thống kê quốc gia, Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2024, 2025. [Tai đây](#)
- [7] Cơ quan Thống kê quốc gia, Bức tranh tăng trưởng kinh tế Việt Nam quý I năm 2025, 2025. [Tai đây](#)
- [8] Nhịp sống doanh nghiệp, Tăng trưởng sẽ là xu hướng chủ đạo của ngành công nghệ trong nửa cuối năm 2024, 2024. [Tai đây](#)
- [9] Cơ quan Thống kê quốc gia, Thông cáo báo chí Kết quả Điều tra dân số và nhà ở giữa kỳ năm 2024, 2024. [Tai đây](#)
- [10] Quỹ dân số Liên Hợp Quốc UNFPA, Dự báo dân số Việt Nam giai đoạn 2019 - 2069, 2021. [Tai đây](#)
- [11] Ngọc Mai, Chiến Lược Marketing Của Samsung, 2024. [Tai đây](#)
- [12] TS. Đàm Nguyễn Anh Khoa, Giáo trình môn học Marketing công nghiệp, 2024.