

**CUỘC THI Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO
MITC STARTUP NĂM 2023**

Chủ đề cuộc thi: HIỆN ĐẠI – ĐỔI MỚI – TÀI NĂNG – SÁNG TẠO
Modern - Innovation – Talent – Creation

**EcoMart - Nền tảng thương mại điện tử cho các sản phẩm thân thiện
với môi trường**

Lĩnh vực: Kinh doanh thương mại

Đơn vị dự thi : Khoa Tin Học và Kinh Tế
Trường Cao đẳng Công Thương Miền Trung

NGUYỄN PHÚC HẬU

LÊ DUY HẢI DƯƠNG

Phú Yên, Tháng 05 năm 2023

DANH MỤC

Hồ sơ dự án được đóng tập theo thứ tự:

1. Danh mục tài liệu
2. Bảng tóm tắt dự án
3. Bản thuyết minh dự án

BẢNG TÓM TẮT DỰ ÁN

I. Tên nhóm/cá nhân dự thi

1. Họ và tên: Lê Duy Hải Dương
2. Số điện thoại liên hệ: 0345820359
3. Địa chỉ Email: nguyenphuchaupyt2@gmail.com
4. Danh sách thành viên trong nhóm

Họ và tên	Năm thứ	Chuyên ngành	Kinh nghiệm, sở trường cho dự án
Nguyễn Phúc Hậu	2	Công nghệ thông tin	Thực hiện website

II. Tóm tắt dự án

1. Ý tưởng chính của dự án:

Hiện nay, những sản phẩm thân thiện với môi trường đang nhận được sự quan tâm ngày càng tăng từ phía người tiêu dùng. Đây là xu hướng đang trở thành một phong trào toàn cầu, khi mà người tiêu dùng đang ngày càng có ý thức về việc bảo vệ môi trường và chọn lựa các sản phẩm có tác động tốt đến môi trường.

Các sản phẩm thân thiện với môi trường thường là các sản phẩm được sản xuất, đóng gói và vận chuyển theo các quy trình và tiêu chuẩn bảo vệ môi trường, không gây hại đến sức khỏe con người và không gây ô nhiễm môi trường.

Các sản phẩm thân thiện với môi trường có thể là các sản phẩm tiêu dùng như thực phẩm hữu cơ, nước uống đóng chai tái chế, bao bì thân thiện với môi trường, hoặc các sản phẩm gia dụng như điện tử tiết kiệm điện năng, máy giặt tiết kiệm nước, và các sản phẩm dùng trong xây dựng như vật liệu xây dựng tự nhiên và tái chế.

Với việc chọn lựa các sản phẩm thân thiện với môi trường, người tiêu dùng không chỉ đóng góp vào việc bảo vệ môi trường mà còn tăng cường sức khỏe và sự thoải mái trong cuộc sống của mình

Chính vì vậy mà EcoMart ra đời để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng về những sản phẩm xanh như thế. EcoMart là một nền tảng thương mại điện tử tập trung vào việc bán các sản phẩm thân thiện với môi trường. Dự án tập trung vào việc cung cấp cho khách hàng những sản phẩm chất lượng cao, được sản xuất bằng các quy trình sản xuất thân thiện với môi trường và được đánh giá bởi các tiêu chuẩn môi trường chính thống

2. Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án

2.1. Dịch vụ

Cung cấp cho người dùng nền tảng mua bán sản phẩm xanh - thân thiện với môi trường trực tuyến trên internet và người tiêu dùng có thể đến trực tiếp cửa hàng để tham quan và mua sắm.

2.2. Giá trị

- Giá trị của dự án EcoMart không chỉ nằm ở việc cung cấp cho khách hàng những sản phẩm thân thiện với môi trường mà còn ở sự tiện lợi và trải nghiệm mua sắm tốt hơn. Khách hàng của EcoMart có thể dễ dàng tìm kiếm và mua sắm những sản phẩm thân thiện với môi trường trên một nền tảng thương mại điện tử tiện lợi, đồng thời đảm bảo rằng những sản phẩm mà họ mua là đáng tin cậy và đúng giá trị của chúng.
- Dự án cũng giúp đẩy mạnh phát triển các sản phẩm thân thiện với môi trường bằng cách kết nối các nhà sản xuất và nhà cung cấp với khách hàng. Điều này sẽ thúc đẩy sự phát triển của các sản phẩm thân thiện với môi trường và giúp đẩy nhanh quá trình chuyển đổi sang một nền kinh tế xanh hơn.
- Cuối cùng, dự án EcoMart còn giúp nâng cao nhận thức về môi trường và khuyến khích người tiêu dùng chọn lựa những sản phẩm có tác động ít đến môi trường. Đây là một phần quan trọng trong việc giảm thiểu tác động của con người đến môi trường và bảo vệ sức khỏe của chúng ta và hành tinh của chúng ta trong tương lai.

3. Mục tiêu của dự án (trong 1 năm, 3 năm, 5 năm)

Mục tiêu hướng đến: Trong 5 năm tới sẽ trở thành một kênh thương mại điện tử chuyên kinh doanh các sản phẩm thân thiện với môi trường lớn mạnh và chuỗi các cửa hàng trên toàn quốc.

Mục tiêu từng giai đoạn:

+ Năm 1: Quảng bá, liên kết với các tổ chức phi chính phủ, kết nối người tiêu dùng trên các hội nhóm bảo vệ môi trường, sống xanh, sống sạch... Người tiêu dùng có thể mua hàng trực tiếp tại cửa hàng bán lẻ và đặt mua hàng thông qua kênh ứng dụng bán hàng trực tuyến của hệ thống.

+ Năm 2: Phát triển kinh doanh tại thị trường Phú Yên với nhóm khách hàng người nội trợ, phụ nữ là nhân viên văn phòng, nhân viên doanh nghiệp, sinh viên... qua ứng dụng đã cải tiến.

+ Năm 3: Đạt mục tiêu lợi nhuận và phát triển mở rộng thị trường ra các tỉnh lân cận.

+ Năm 4 và 5: EcoMart hy vọng sẽ trở thành một trong những nền tảng thương mại điện tử hàng đầu trong lĩnh vực sản phẩm thân thiện với môi trường.

4. Xác định thị trường mục tiêu

EcoMart nhắm đến các khách hàng quan tâm đến vấn đề môi trường và mong muốn mua các sản phẩm thân thiện với môi trường. Đây là một thị trường đang tăng trưởng nhanh chóng và đa dạng, bao gồm các cá nhân và tổ chức từ các lĩnh vực khác nhau.

5. Xác định đối thủ cạnh tranh và điểm khác biệt của Dự án

EcoMart xác định các đối thủ cạnh tranh trực tiếp của mình là các nền tảng thương mại điện tử nói chung, tuy nhiên, điểm khác biệt của EcoMart là tập trung đặc biệt vào các sản phẩm thân thiện với môi trường, giúp cho khách hàng có thể đóng góp vào việc bảo vệ môi trường thông qua hình thức mua sắm của mình

Ngoài ra, EcoMart cũng sẽ tập trung vào các hoạt động quảng bá thương hiệu và xây dựng cộng đồng, bao gồm các sự kiện xã hội và các chương trình khuyến mãi đặc biệt, giúp thu hút khách hàng và xây dựng lòng tin của khách hàng với thương hiệu.

6. Dự báo tài chính

Bảng 1: BÁO CÁO TÀI CHÍNH
(dự kiến)

Đơn vị tính: 1.000 VNĐ

STT	NỘI DUNG	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
I	DOANH THU	310.250	465.375	542.938	620.500	930.750
1	Lợi nhuận bán hàng	310.250	465.375	542.938	620.500	930.750
II	CHI PHÍ	321.000	393.000	441.000	487.000	547.000
1	Chi phí quảng cáo, marketing	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000

HIỆN ĐẠI – ĐỔI MỚI – TÀI NĂNG – SÁNG TẠO
Modern-Innovation-Talent-Creation

2	Chi phí nhân công	168.000	240.000	288.000	336.000	432.000
3	Chi phí khác (thuế, điện, nước, internet...)	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000
4	Chi phí khấu hao tài sản đầu tư ban đầu	36.000	36.000	36.000	36.000	0
5	Chi phí thuê mặt bằng	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
III	LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ	-10.750	72.375	101.938	133.500	383.750

BẢN THUYẾT MINH DỰ ÁN

I. TỔNG QUAN DỰ ÁN

1. Dự án thuộc giai đoạn nào:

- Dự án đang trong giai đoạn ý tưởng.
- Bằng việc liên kết với các tổ chức phi chính phủ bảo vệ môi trường, quảng bá rộng rãi lên các hội nhóm bảo vệ môi trường trên mạng xã hội sẽ tạo ra nguồn khách hàng tiềm năng và ổn định đến với cửa hàng và có thể tìm thấy các mặt hàng trên ứng dụng mua sắm.
- Hiện tại dự án vẫn đang trong giai đoạn nghiên cứu thị trường tại khu vực tỉnh Phú Yên cũng như ngoài tỉnh.
 - + Khảo sát thực tế đối với học sinh, sinh viên, giáo viên, những người trong giới nhân viên văn phòng, nhân viên doanh nghiệp, những người dân sống trên địa bàn tại tỉnh Phú Yên về nhu cầu sử dụng các mặt hàng thân thiện với môi trường.
 - + Tìm hiểu về các nhà cung cấp sản phẩm thân thiện với môi trường.
 - + Người vận chuyển: Nhóm sẽ liên kết với các nhà vận chuyển nội địa tại Phú Yên: Tuy Hòa ship, Phú Yên ship và các nhà vận chuyển liên tỉnh: J&T, GHTK, GHN...

2. Mô tả tổng quan

Trình bày dưới dạng **Business Model Canvas**

ĐỐI TÁC CHÍNH	HOẠT ĐỘNG CHÍNH	GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ	QUAN HỆ KHÁCH HÀNG	PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG
- Nhà cung cấp sản phẩm: EcoMart cần có các nhà cung cấp đáng tin cậy và chất lượng để cung cấp các sản phẩm thân thiện với môi	- Xây dựng và phát triển nền tảng thương mại điện tử - Mở rộng sản phẩm và nhà cung cấp - Tiếp thị và quảng bá thương hiệu	Sản phẩm và dịch vụ của EcoMart sẽ giúp khách hàng đạt được mục tiêu môi trường bền vững của họ và đóng góp cho sự phát triển bền vững của xã hội.	- Quan hệ chăm sóc khách hàng - Quan hệ phát triển khách hàng: Khuyến khích khách hàng trở thành đại sứ thương hiệu của chúng ta và giới thiệu sản	- Người tiêu dùng chủ yếu tại các đô thị lớn có xu hướng chăm sóc sức khỏe và môi trường - Các doanh nghiệp và tổ

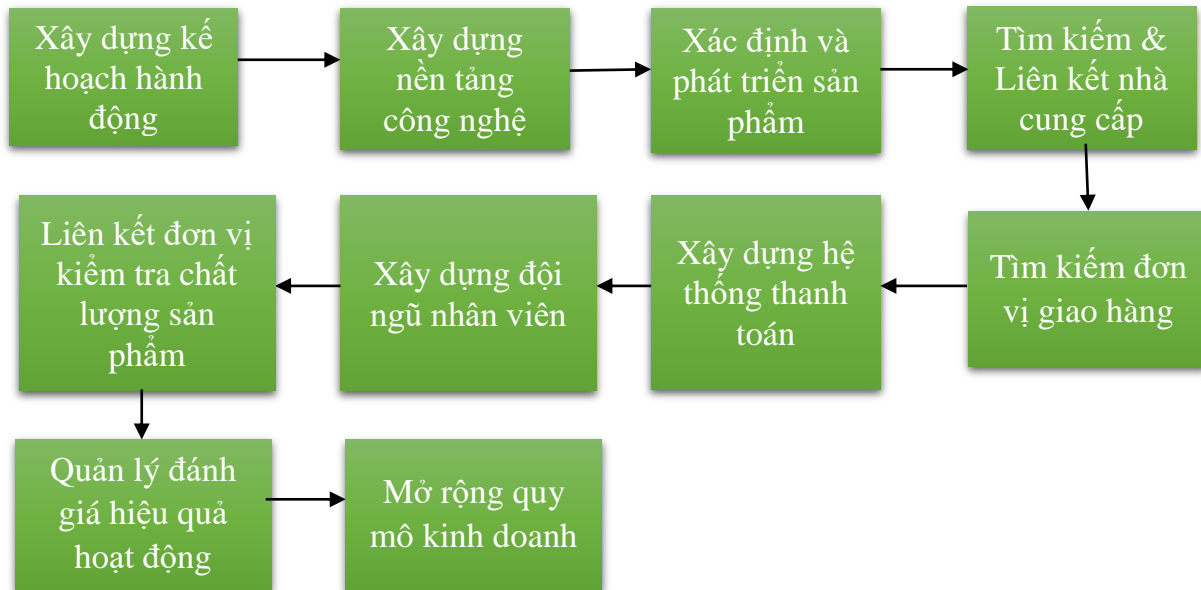
<p>trường cho khách hàng. - Đối tác vận chuyển: Đối tác vận chuyển đóng vai trò quan trọng trong việc đưa sản phẩm từ kho đến địa chỉ khách hàng. EcoMart cần có đối tác vận chuyển đảm bảo chất lượng và thời gian giao hàng.</p>	<p align="center">NGUỒN LỰC CHÍNH</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhân lực: Đội ngũ nhân viên chất lượng cao với kiến thức chuyên môn về thương mại điện tử, quản lý kho hàng, kinh doanh và marketing - Vốn đầu tư - Đối tác vận chuyển - Đối tác sản xuất 		<p>phẩm/dịch vụ cho người khác. - Quan hệ đối tác: Xây dựng mối quan hệ với các đối tác liên quan để đảm bảo nguồn cung ứng sản phẩm/dịch vụ ổn định và chất lượng</p> <p align="center">CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG</p> <ul style="list-style-type: none"> -Trang web và ứng dụng di động: Đây là kênh truyền thông chính - Mạng xã hội: Chúng tôi sử dụng các mạng xã hội như Facebook, Instagram, Twitter và LinkedIn để tiếp cận đến đối tượng khách hàng mục tiêu - Các kênh bán hàng trực tiếp: cửa hàng, đại lý và đối tác bán hàng để tiếp cận đến khách hàng 	<p>chức có nhu cầu sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường trong quá trình sản xuất, vận hành và quản lý. - Các cá nhân, hộ gia đình và cộng đồng</p>
<p align="center">CƠ CẤU CHI PHÍ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chi phí nhân viên - Chi phí quảng cáo và tiếp thị - Chi phí vận chuyển và lưu kho - Chi phí quản lý và điều hành: chi phí mua sắm thiết bị, chi phí điện nước, chi phí internet và các chi phí khác 		<p align="center">DÒNG DOANH THU</p> <p>Lợi nhuận bán hàng:</p> <p>Năm 1: 310.250.000đ Năm 2: 465.375.000đ Năm 3: 542.938.000đ Năm 4: 620.500.000đ Năm 5: 930.750.000đ</p>		

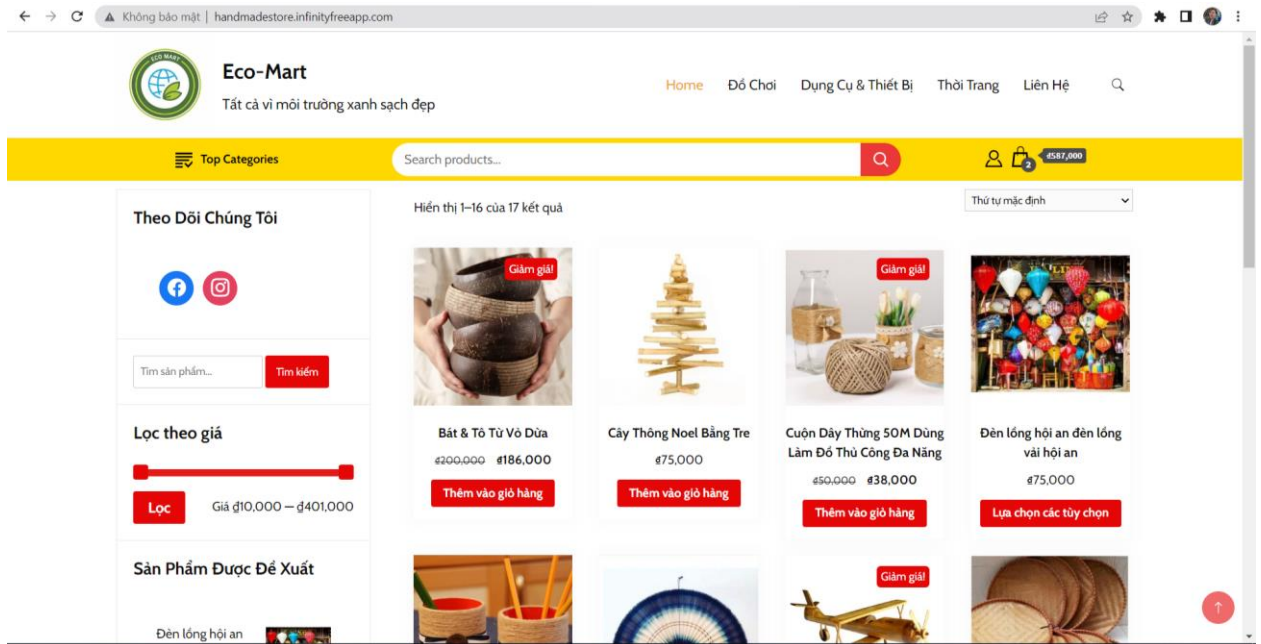
II. CHI TIẾT DỰ ÁN

1. Mô tả sản phẩm dự án, cách vận hành

Mô hình dự án là sự kết hợp giữa online và offline, có nghĩa là khách hàng vừa có thể tới trực tiếp cửa hàng hoặc chỉ cần ngồi nhà đặt hàng qua ứng dụng online, ứng dụng bán hàng kết nối người tiêu dùng, cửa hàng bán lẻ, người vận chuyển.

Cách vận hành như sau:



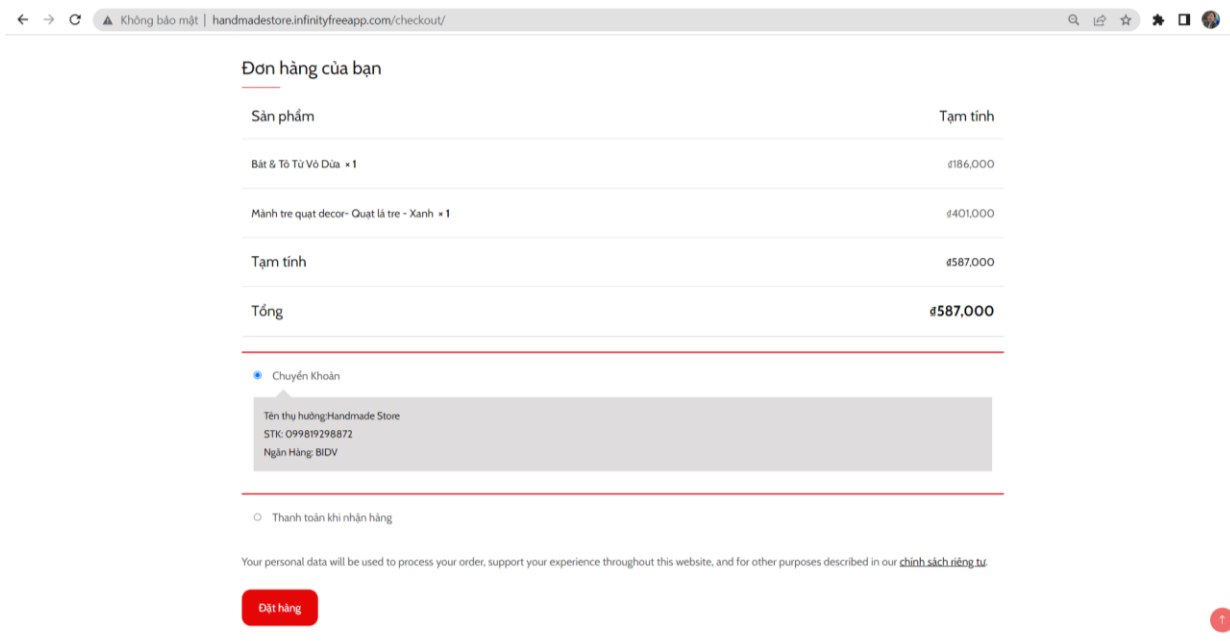


Khách hàng có thể vào trang web của cửa hàng để chọn sản phẩm mua online, tiến hành các bước sau:

+ Khách hàng chọn sản phẩm để thêm vào giỏ hàng
+ Sau khi chọn sản phẩm xong, khách hàng vào giỏ hàng của mình quyết định một lần nữa là có mua hay không mua sản phẩm đã chọn, nếu quyết định mua tiến hành thanh toán như sau:

- Khách hàng điền thông tin để nhận hàng như tên, số điện thoại, địa chỉ, địa chỉ email...
- Nhập mã giảm giá nếu có
- Có thể điền ghi chú đơn hàng như thời gian hay chỉ dẫn địa điểm giao hàng chi tiết hơn
- Chọn hình thức thanh toán chuyển khoản trên số tài khoản có sẵn hoặc ship code

+ Hệ thống sẽ gửi thông tin đơn đặt hàng đến email khách hàng
+ Nhân viên sẽ nhận và đóng gói đơn hàng theo đơn đặt hàng
+ Đơn vị vận chuyển đến lấy hàng từ cửa hàng và giao đến cho khách hàng.
+ Đơn vị vận chuyển nhận thanh toán từ khách nếu khách chọn ship code
+ Đơn vị vận chuyển thanh toán tiền cho hệ thống.
+ Khách hàng tiến hành đánh giá sản phẩm.



Tóm lại, để vận hành thành công dự án EcoMart, cần có kế hoạch chi tiết, phân công nhiệm vụ rõ ràng, theo dõi tiến độ, đánh giá và điều chỉnh khi cần thiết, tập trung vào khách hàng và nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, cùng với việc quảng bá sản phẩm.

2. Tính độc đáo, sáng tạo

Dự án EcoMart có tính độc đáo và sáng tạo như sau:

- Sản phẩm/dịch vụ: EcoMart là nền tảng thương mại điện tử cung cấp các sản phẩm thân thiện với môi trường. Mặc dù đã có một số nền tảng thương mại điện tử tương tự trên thị trường, nhưng EcoMart tập trung vào các sản phẩm thân thiện với môi trường, giúp khách hàng tìm kiếm và mua sắm các sản phẩm này một cách dễ dàng hơn. Với sự tập trung đặc biệt vào sản phẩm thân thiện với môi trường, EcoMart không chỉ đáp ứng nhu cầu của khách hàng mà còn góp phần giảm thiểu tác động của các hoạt động sản xuất và tiêu dùng lên môi trường.
- Quy trình sản xuất và vận hành: EcoMart tạo ra một quy trình sản xuất và vận hành mới bằng cách kết hợp công nghệ thông tin và truyền thông để tối ưu hóa quy trình mua sắm và giao hàng. Nhờ vào việc sử dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu và học máy, EcoMart có thể tối ưu hóa việc quản lý hàng hóa, giảm thiểu thời gian giao hàng và tăng cường trải nghiệm khách hàng.

- Giá trị sáng tạo: EcoMart sử dụng các công nghệ và phương pháp mới để giảm thiểu tác động của các hoạt động sản xuất và tiêu dùng lên môi trường. Việc cung cấp các sản phẩm thân thiện với môi trường không chỉ đáp ứng nhu cầu của khách hàng mà còn đóng góp vào việc bảo vệ môi trường.

Tóm lại, dự án EcoMart có tính độc đáo và sáng tạo nhờ vào việc tập trung vào sản phẩm thân thiện với môi trường, sử dụng công nghệ mới và tối ưu hóa quy trình sản xuất và vận hành. Nó giúp đáp ứng nhu cầu của khách hàng và đóng góp vào việc bảo vệ môi trường.

3. Thuyết minh về mô hình kinh doanh

Mô hình kinh doanh của EcoMart là nền tảng thương mại điện tử kết hợp với hệ thống cửa hàng bán lẻ truyền thống, cung cấp cho khách hàng một trải nghiệm mua sắm toàn diện và tiện lợi.

- Lợi ích cho khách hàng từ sản phẩm, dịch vụ:

EcoMart cam kết mang đến cho khách hàng những lợi ích vượt trội từ sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường. Dưới đây là một số lợi ích mà khách hàng có thể trải nghiệm khi sử dụng EcoMart:

1. Sản phẩm thân thiện với môi trường: EcoMart cung cấp một loạt các sản phẩm được chọn lọc kỹ càng, nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường. Khách hàng có thể yên tâm sử dụng các sản phẩm này, biết rằng họ đã đóng góp vào việc bảo vệ môi trường và hạn chế sự suy thoái.
2. Chất lượng cao: Mỗi sản phẩm trên EcoMart đều được chọn lọc từ các nhà cung cấp uy tín và đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng nghiêm ngặt. Khách hàng có thể tin tưởng vào chất lượng của sản phẩm và tận hưởng trải nghiệm mua sắm an lành.
3. Sự đa dạng: EcoMart mang đến cho khách hàng một đa dạng các sản phẩm thân thiện với môi trường, từ thực phẩm hữu cơ, đồ dùng tái chế đến sản phẩm sử dụng năng lượng tái tạo. Khách hàng có nhiều lựa chọn để tìm kiếm những sản phẩm phù hợp với nhu cầu và giúp giảm thiểu tác động đến môi trường.
4. Thông tin chi tiết: EcoMart cung cấp thông tin chi tiết về mỗi sản phẩm, bao gồm nguồn gốc, quy trình sản xuất và tác động môi trường. Điều này giúp khách hàng có cái nhìn rõ ràng về sản phẩm và có khả năng lựa chọn thông minh và có trách nhiệm.

- Phân khúc khách hàng

EcoMart hướng đến các phân khúc khách hàng quan tâm đến môi trường và mong muốn ảnh hưởng tích cực đến tương lai bền vững. Các phân khúc khách hàng chính bao gồm:

1. Người tiêu dùng sáng suốt: Đây là nhóm khách hàng đã nhận thức về tác động tiêu cực của hoạt động mua sắm truyền thống đến môi trường và tìm kiếm các giải pháp bền vững. Họ đặc biệt quan tâm đến các sản phẩm thân thiện với môi trường và sẵn lòng chi trả một số lượng hợp lý hơn để có được những sản phẩm có chất lượng cao và có ảnh hưởng tích cực đến môi trường.
2. Người tiêu dùng yêu thích công nghệ: Đây là nhóm khách hàng trẻ tuổi và hiện đại, đặc biệt quan tâm đến các xu hướng công nghệ mới như mua sắm trực tuyến và ứng dụng di động. EcoMart đáp ứng nhu cầu của nhóm khách hàng này bằng cách cung cấp một nền tảng thương mại điện tử tiện lợi và dễ sử dụng, cho phép họ dễ dàng truy cập và mua sắm các sản phẩm thân thiện với môi trường.
3. Người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe và cảm giác thoải mái: Nhóm khách hàng này đặc biệt quan tâm đến sức khỏe cá nhân và muốn sử dụng các sản phẩm không gây hại cho cơ thể và môi trường. Họ tìm kiếm các sản phẩm hữu cơ, không chứa chất phụ gia độc hại và không gây kích ứng da. EcoMart cung cấp cho họ một sự lựa chọn đáng tin cậy để mua sắm các sản phẩm an toàn và thân thiện với môi trường.

- Các kênh phân phối đến khách hàng

EcoMart sẽ sử dụng một loạt các kênh phân phối để đến gần với khách hàng và tạo ra trải nghiệm mua sắm thuận tiện và linh hoạt. Các kênh phân phối chính bao gồm:

1. Nền tảng trực tuyến: EcoMart sẽ xây dựng một nền tảng thương mại điện tử tốt nhất để khách hàng có thể dễ dàng truy cập và mua sắm các sản phẩm thân thiện với môi trường. Nền tảng này sẽ cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm, đánh giá từ khách hàng và các tiện ích thanh toán an toàn.
2. Cửa hàng vật lý: EcoMart cũng sẽ xây dựng một số cửa hàng vật lý, nơi khách hàng có thể trải nghiệm trực tiếp các sản phẩm và tư vấn từ nhân viên chuyên nghiệp. Các cửa hàng này cũng sẽ được thiết kế môi trường thân thiện và sử dụng các vật liệu tái chế, tạo ra một không gian mua sắm đúng với giá trị của EcoMart.

3. Đối tác phân phối: EcoMart sẽ hợp tác với các đối tác phân phối để đưa sản phẩm của mình đến gần hơn với khách hàng. Điều này có thể bao gồm việc hợp tác với các cửa hàng bán lẻ, trang web thương mại điện tử khác

- Các kênh marketing, tiếp cận đến khách hàng

A. Chiến lược marketing trực tuyến

1. Xây dựng trang web chuyên nghiệp: Thiết kế giao diện trực quan, dễ sử dụng và tương thích trên nhiều thiết bị.

2. Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO): Nghiên cứu từ khóa để tối ưu hóa nội dung trên trang web và xây dựng liên kết và tối ưu hóa các yếu tố kỹ thuật để nâng cao thứ hạng trang web trên các công cụ tìm kiếm.

B. Tiếp thị nội dung

1. Tạo và chia sẻ nội dung giáo dục về bảo vệ môi trường, những lợi ích của sản phẩm thân thiện với môi trường và những bài viết liên quan khác.

2. Sử dụng mạng xã hội và blog để tạo sự tương tác và chia sẻ thông tin với cộng đồng.

C. Quảng cáo trực tuyến: Chạy quảng cáo Google AdWords và Facebook Ads để tăng lưu lượng truy cập và nhận diện thương hiệu.

D. Chiến lược marketing ngoại tuyến: Tham gia các triển lãm và sự kiện có liên quan đến môi trường và sản phẩm thân thiện với môi trường và trưng bày sản phẩm và tương tác trực tiếp với khách hàng tiềm năng.

E. Đối tác với các cửa hàng địa phương

1. Xây dựng đối tác với các cửa hàng địa phương chuyên bán các sản phẩm thân thiện với môi trường.

2. Đặt sản phẩm EcoMart trong các cửa hàng địa phương và tạo điểm tiếp xúc với khách hàng.

- Tổ chức sản xuất/kinh doanh

1. Quản lý chuỗi cung ứng:

- Tìm kiếm và thiết lập mối quan hệ với các nhà cung cấp có chất lượng và giá cả hợp lý cho các sản phẩm thân thiện với môi trường.

- Xác định và kiểm soát nguồn cung cấp nguyên liệu, đảm bảo sự ổn định và đáng tin cậy.
- Xây dựng hợp đồng và quản lý mối quan hệ với các đối tác trong chuỗi cung ứng, như nhà sản xuất, nhà vận chuyển, và nhà phân phối.

2. Sản xuất và quản lý hàng tồn kho:

- Xác định quy trình sản xuất và quy trình kiểm tra chất lượng để đảm bảo rằng các sản phẩm đạt tiêu chuẩn và thân thiện với môi trường.
- Theo dõi và quản lý hàng tồn kho để đảm bảo sự sẵn có của sản phẩm, tránh tình trạng quá tồn kho hoặc thiếu hàng.
- Áp dụng các phương pháp quản lý chất lượng và quản lý hiệu suất để nâng cao quá trình sản xuất và đảm bảo sự hài lòng của khách hàng.

3. Quản lý tài chính:

- Xác định nguồn vốn khởi đầu và xây dựng kế hoạch tài chính cho hoạt động sản xuất và kinh doanh.
- Theo dõi và quản lý các chỉ số tài chính như doanh thu, lợi nhuận, chi phí sản xuất và tồn kho.
- Lập báo cáo tài chính định kỳ và liên tục đánh giá hiệu suất tài chính của dự án.

4. Quản lý nhân sự:

- Xác định nhu cầu nhân sự và tuyển dụng nhân viên phù hợp cho các bộ phận sản xuất, kinh doanh, quản lý tài chính và hỗ trợ khác.
- Đào tạo và phát triển nhân viên để nâng cao năng lực và hiệu suất làm việc.
- Tạo môi trường làm việc tích cực và khuyến khích sự đóng góp và sáng tạo của nhân viên.

Qua việc tổ chức sản xuất và kinh doanh hiệu quả, EcoMart có thể đảm bảo sự ổn định và chất lượng của sản phẩm, tăng cường tiếp cận đến khách hàng và đạt được mục tiêu kinh doanh của mình trong việc cung cấp các sản phẩm thân thiện với môi trường

- Chuẩn bị nguồn lực thế nào

+ Nhân viên marketing: Chăm sóc khách hàng, truyền thông về sản phẩm trên Ứng dụng, quảng bá Ứng dụng, liên kết và lấy thông tin phản hồi sản phẩm từ khách hàng mỗi ngày. Xử lý thông tin tài chính cho cả đơn vị.

+ Nhân viên IT: Đăng bài, xử lý hình ảnh, tin nhắn, quản lý bảo trì, vận hành Ứng dụng, theo dõi và kiểm soát đơn hàng mỗi ngày.

+ Nhân viên cung ứng: liên kết nhà cung ứng và lấy thông tin sản phẩm từ nhà cung ứng mỗi ngày, chuyển giao công nghệ, kiểm soát chất lượng sản phẩm. Liên kết nhà vận chuyển. Chịu trách nhiệm khâu cung cấp và phân phối sản phẩm.

+ Nhân viên bán hàng tại cửa hàng: Giới thiệu sản phẩm cho khách hàng đến thăm quan và mua sắm, đóng gói hàng hóa một cách cẩn thận.

+ Nhân viên bảo vệ: Đảm nhận vai trò đón khách, sắp xếp xe, bảo đảm an toàn cho tài sản của khách hàng và nhân viên.

+ Mỗi năm khi mở rộng thị trường sẽ tăng 1 nhân viên Marketing.

- Những đối tác kinh doanh chủ yếu

- Nhà cung cấp sản phẩm: EcoMart cần có các nhà cung cấp đáng tin cậy và chất lượng để cung cấp các sản phẩm thân thiện với môi trường cho khách hàng.

- Đối tác vận chuyển: Đối tác vận chuyển đóng vai trò quan trọng trong việc đưa sản phẩm từ kho đến địa chỉ khách hàng. EcoMart cần có đối tác vận chuyển đảm bảo chất lượng và thời gian giao hàng.

- Cơ cấu chi phí và dòng doanh thu

- Tổng vốn đầu tư ban đầu cho dự án khoảng: 429.000.000đ

+ Nhóm hiện tại chưa đủ nguồn vốn ban đầu

Bảng 1: BÁO CÁO TÀI CHÍNH

(dự kiến)

Đơn vị tính: 1.000 VNĐ

STT	NỘI DUNG	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
I	DOANH THU	310.250	465.375	542.938	620.500	930.750
1	Lợi nhuận bán hàng	310.250	465.375	542.938	620.500	930.750
II	CHI PHÍ	321.000	393.000	441.000	487.000	547.000
1	Chi phí quảng cáo,	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000

	marketing					
2	Chi phí nhân công	168.000	240.000	288.000	336.000	432.000
3	Chi phí khác (thuế, điện, nước, internet...)	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000
4	Chi phí khấu hao tài sản đầu tư ban đầu	36.000	36.000	36.000	36.000	0
5	Chi phí thuê mặt bằng	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
III	LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ	-10.750	72.375	101.938	133.500	383.750

Bảng 2: BẢNG PHÂN BỐ CHI PHÍ
(dự kiến)

Đơn vị tính: 1.000 VNĐ

STT	NỘI DUNG	TIỀN	CHÚ Ý
I	Chi phí đầu tư ban đầu	144.000	Khấu hao 4 năm, mỗi năm 36000
1	Chi phí viết kênh bán hàng	15.000	
2	Chi phí tạo website	9.000	
3	Chi phí đăng ký kinh doanh	5.000	
4	Chi phí mua sắm trang thiết bị	45.000	
5	Điện thoại	7.000	
6	Bàn ghế, kệ hàng, trang trí cửa hàng	35.000	
7	Thiết bị khác	28.000	

II	Chi phí cố định hàng năm	285.000	
1	Chi phí mặt bằng	60.000	
2	Chi phí quảng cáo, marketing	15.000	
3	Chi phí nhân công năm 1 (4 nhân viên)	168.000	
4	Chi phí khác (điện, nước, internet...)	42.000	
TỔNG CỘNG		429.000	

Năm 1:

+ Dự kiến tỷ lệ lợi nhuận của Ứng dụng trên mỗi đơn hàng năm là 4250 VNĐ:

$$4.250 * 200 \text{ đơn/ngày} * 365 \text{ ngày} = 310.250.000đ$$

+ Khấu hao đầu tư ban đầu cho 4 năm: $140.000.000/4 = 36.000.000đ/năm$

+ Chi phí nhân công: $4 \text{ nhân viên} * 3.500.000đ/nv * 12 \text{ tháng} = 168.000.000 \text{ đ/năm}$

Năm 2:

+ Dự kiến tỷ lệ lợi nhuận của Ứng dụng trên mỗi đơn hàng năm là 4.250 VNĐ:

$$4250 * 300 \text{ đơn/ngày} * 365 \text{ ngày} = 465.375.000 \text{ đ/năm}$$

+ Khấu hao đầu tư ban đầu cho 4 năm: $140.000.000/4 = 36.000.000đ/năm$

+ Chi phí nhân công: $5 \text{ nhân viên} * 4.000.000đ/nv * 12 \text{ tháng} = 240.000.000 \text{ đ/năm}$

Năm 3:

+ Dự kiến tỷ lệ lợi nhuận của Ứng dụng trên mỗi đơn hàng năm là 4.250 VNĐ:

$$4250 * 350 \text{ đơn/ngày} * 365 \text{ ngày} = 542.938.000 \text{ đ/năm}$$

+ Khấu hao đầu tư ban đầu cho 4 năm: $140.000.000/4 = 36.000.000đ/năm$

+ Chi phí nhân công: $6 \text{ nhân viên} * 4.000.000đ/nv * 12 \text{ tháng} = 288.000.000 \text{ đ/năm}$

Năm 4:

+ Dự kiến tỷ lệ lợi nhuận của Ứng dụng trên mỗi đơn hàng năm là 4.250 VNĐ:

$$4.250 * 400 \text{ đơn/ngày} * 365 \text{ ngày} = 620.500.000 \text{ đ/năm}$$

+ Khấu hao đầu tư ban đầu cho 4 năm: $140.000.000/4 = 36.000.000đ/năm$

+ Chi phí nhân công: $7 \text{ nhân viên} * 4.000.000đ/nv * 12 \text{ tháng} = 336.000.000 \text{ đ/năm}$

Năm 5:

+ Dự kiến tỷ lệ lợi nhuận của Ứng dụng trên mỗi đơn hàng năm là 4.250 VNĐ:

$4.250 * 600 \text{ đơn/ngày} * 365 \text{ ngày} = 930.750.000 \text{ đ/năm}$

+ Chi phí nhân công: 8 nhân viên * 4.500.000đ/nv * 12 tháng= 432.000.000 đ/năm

4. Kết quả tiềm năng của dự án

- Tính sáng tạo của dự án

Dự án EcoMart mang tính sáng tạo trong việc kết hợp thương mại điện tử và thân thiện với môi trường. Việc tạo ra một nền tảng trực tuyến cho các sản phẩm bền vững và thân thiện với môi trường là một ý tưởng độc đáo và sáng tạo, giúp tạo ra giá trị đặc biệt cho khách hàng quan tâm đến vấn đề môi trường.

- Mức độ cạnh tranh trên thị trường

- Đối thủ cạnh tranh: Hiện nay cũng đã xuất hiện một số webside kinh doanh các sản phẩm thân thiện với môi trường tuy nhiên họ vẫn chưa tối ưu tốt trên nền tảng ứng dụng Internet và mặt hàng chưa đa dạng cho người dùng lựa chọn.

- Lợi thế và khác biệt trong cạnh tranh:

+ Dự án sẽ đặt ra các quy chuẩn cho các nhà cung cấp trước khi nhập hàng vào hệ thống như sau:

- Chỉ phân phối những sản phẩm có chứng nhận đạt gắn nhãn sinh thái phù hợp với các quy định của nhà nước.



- Các sản phẩm sẽ được các chuyên gia trong lĩnh vực kiểm định về chất lượng trước khi được bán trên nền tảng Internet.
- Nhà cung cấp sẽ ký cam kết về chất lượng sản phẩm.

+ Các thông tin về nguồn gốc của sản phẩm được cung cấp đầy đủ tạo ra sự an tâm về chất lượng sản phẩm.

+ Vì là dự án mang đến giá trị về mặt môi trường có thể dễ nhận được nhiều sự ủng hộ của các tầng lớp khách hàng.

5. Tự đánh giá tác động của dự án

- Tạo ra một nền tảng thương mại điện tử chuyên biệt dành cho các sản phẩm thân thiện với môi trường, giúp người dùng có thể dễ dàng tìm kiếm và mua sắm các sản phẩm đó.
- Tăng cường nhận thức của khách hàng về việc bảo vệ môi trường, đóng góp vào việc giảm thiểu lượng rác thải nhựa và bảo vệ sự sống trên Trái Đất.
- Giúp các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh các sản phẩm thân thiện với môi trường có thể tiếp cận được với khách hàng tiềm năng và mở rộng thị trường kinh doanh.

6. Chiến lược phát triển (năng lực cạnh tranh)

Dự án này sẽ đưa chúng ta tới một trái đất xanh hơn, thay thế những vật dụng làm từ nhựa, những thứ không thể phân hủy ảnh hưởng tới môi trường, có thể tạo việc làm hơn cho nhiều người... Thị trường bây giờ đã có nhiều sản phẩm làm từ thiên nhiên nhưng chưa được vận dụng hết mà chỉ vài sản phẩm. Lợi thế ở đây là chúng em học chuyên ngành công nghệ thông tin có thể quảng bá, tuyên truyền nhằm nâng cao ý thức người dân sống xanh trên mạng xã hội tiếp cận được nhiều hơn đối với đại đa số người bán chỉ bán tại chỗ hoặc online với quy mô nhỏ. Tuy nhiên, với những rủi ro mắc phải thì chúng em cũng đưa ra một số giải pháp như sau:

+ Rủi ro về chất lượng sản phẩm không đúng như cam kết với khách hàng: điều này ảnh hưởng đến uy tín của thương hiệu, gây mất lòng tin đối với khách hàng là yếu tố gây ảnh hưởng lớn nhất.

- Giải pháp:

- Kiểm định chất lượng sản phẩm trước khi đưa lên hệ thống.
- Nhà cung cấp phải ký cam kết đảm bảo về chất lượng sản phẩm theo các tiêu chuẩn được đặt ra.
- Thường xuyên rà soát theo định kỳ về điểm sản xuất của nhà cung cấp.

+ Rủi ro từ việc vận hành và quản lý trang hoạt động kinh doanh: vì đội ngũ là những người trẻ chưa có nhiều kinh nghiệm trong quá trình vận hành và quản lý

- Giải pháp:

- Đưa những người có kinh nghiệm vào các vị trí quản lý điều hành
- Thường xuyên bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho nhân viên về công nghệ thông tin.

+ Rủi ro từ việc giao và nhận hàng: giao hàng chậm trễ, hàng hóa bị rơi vỡ hay tình trạng boom hàng cũng là một khó khăn đối với việc bán hàng online

Giải pháp:

- Đối với việc giao hàng: Hệ thống sẽ theo dõi thường xuyên tiến độ giao hàng của đơn hàng.
- Đối với việc nhận hàng: Khóa những khách hàng boom hàng từ 3 lần trở lên

+ Rủi ro đến từ các đối thủ: Hiện tại cũng có những đối thủ kinh doanh mặt hàng này tuy nhiên còn nhỏ lẻ hoặc chưa đa dạng về hàng hóa

Giải pháp:

- Đa dạng về hàng hóa
- Luôn cải tiến trang web để lên top các trang được tìm kiếm
- Tăng cường chính sách chăm sóc khách hàng

Kết luận

EcoMart tạo ra một nền tảng thương mại điện tử đặc biệt, tập trung vào các sản phẩm thân thiện với môi trường. Việc triển khai dự án này sẽ giúp giảm thiểu tác động tiêu cực của hoạt động kinh doanh đến môi trường, đồng thời tăng cường ý thức bảo vệ môi trường trong cộng đồng. Và mục tiêu đó cũng là mục tiêu hướng đến ngày càng nhiều của khách hàng tiêu dùng thông thái cho nên việc phát triển dự án EcoMart là một điều cần thiết.