

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC TP. HỒ CHÍ MINH
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN



ĐỒ ÁN HỌC PHẦN KHỞI NGHIỆP

**ĐỀ TÀI : MÔ HÌNH KINH DOANH ITPartStore
CỬA HÀNG LINH KIỆN ĐIỆN TỬ**

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: Đỗ Đình Thanh

SINH VIÊN THỰC HIỆN:

Phạm Hoàng Gia Bảo – 22DH110298

Trịnh Hữu Gia Bảo – 22DH110327

Lê Nghĩa Cao – 22DH110384

Bùi Hoàng Chương – 22DH110424

Nguyễn Thị Kim Doanh – 22DH110511

Đỗ Thị Minh Dung – 22DH110513

Nguyễn Quang Duy – 22DH110557

Nguyễn Hữu Đa – 22DH110665

Bùi Tuấn Đạt – 21DH113218

TP. HỒ CHÍ MINH – 7/2025

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC TP. HỒ CHÍ MINH
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN



ĐỒ ÁN HỌC PHẦN KHỞI NGHIỆP

ĐỀ TÀI : MÔ HÌNH KINH DOANH ITPartStore CỬA HÀNG LINH KIỆN ĐIỆN TỬ

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: Đỗ Đình Thanh

SINH VIÊN THỰC HIỆN:

Phạm Hoàng Gia Bảo – 22DH110298

Trịnh Hữu Gia Bảo – 22DH110327

Lê Nghĩa Cao – 22DH110384

Bùi Hoàng Chương – 22DH110424

Nguyễn Thị Kim Doanh – 22DH110511

Đỗ Thị Minh Dung – 22DH110513

Nguyễn Quang Duy – 22DH110557

Nguyễn Hữu Đa – 22DH110665

Bùi Tuấn Đạt – 21DH113218

TP. HỒ CHÍ MINH – 7/2025

PHIẾU CHẤM ĐIỂM

Họ tên sinh viên 1 (SV1): Phạm Hoàng Gia Bảo _____ Mã SV: 22DH110298 ____

Họ tên sinh viên 2 (SV2): Trịnh Hữu Gia Bảo _____ Mã SV: 22DH110327 ____

Họ tên sinh viên 3 (SV3): Lê Nghĩa Cao _____ Mã SV: 22DH110384 ____

Họ tên sinh viên 4 (SV4): Bùi Hoàng Chương _____ Mã SV: 22DH110424 ____

Họ tên sinh viên 5 (SV5): Nguyễn Thị Kim Doanh ____ Mã SV: 22DH110511 ____

Họ tên sinh viên 6 (SV6): Đỗ Thị Minh Dung _____ Mã SV: 22DH110513 ____

Họ tên sinh viên 7 (SV7): Nguyễn Quang Duy _____ Mã SV: 22DH110557 ____

Họ tên sinh viên 8 (SV8): Nguyễn Hữu Đa _____ Mã SV: 22DH110665 ____

Họ tên sinh viên 9 (SV9): Bùi Tuấn Đạt _____ Mã SV: 21DH113218 ____

STT	Nội dung/Chuẩn đầu ra	SV 1	SV 2	SV 3	SV 4
1	Khái quát được cơ sở lý thuyết về Khởi nghiệp				
2	Nắm bắt được các phương thức, qui trình và chiến lược Khởi nghiệp				
3	Hình thành, đánh giá và lựa chọn ý tưởng				
4	Lập kế hoạch kinh doanh				
5	Có khả năng giải quyết một số vấn đề thực tế (Thu thập dữ liệu, xử lý dữ liệu, ...)				
6	Có năng lực trình bày giải pháp kỹ thuật (Thuyết trình, trình bày báo cáo, ...)				
Tổng					

Họ tên GV 1: _____ Ký tên: _____

Họ tên GV 2: _____ Ký tên: _____

TÓM TẮT ĐỒ ÁN

Đồ án này tập trung vào việc "Hiện thực hóa ý tưởng kinh doanh cửa hàng linh kiện điện tử" mang tên ITPartStore, nhằm đáp ứng nhu cầu cấp thiết về linh kiện điện tử cho sinh viên ngành Công nghệ Thông tin (CNTT) tại Việt Nam. Phần mở đầu đã chỉ ra những khó khăn mà sinh viên gặp phải trong việc tiếp cận và lựa chọn linh kiện phù hợp cho các môn học như IoT, lập trình nhúng và robotics. Dự án được phát triển bởi chính sinh viên CNTT, hứa hẹn mang lại giải pháp toàn diện từ cung cấp sản phẩm đến hỗ trợ kỹ thuật chuyên sâu, đồng thời thúc đẩy tinh thần tự học và sáng tạo trong cộng đồng.

Tổng quan nghiên cứu đã trình bày các khái niệm cơ bản về khởi nghiệp, phân tích các mô hình kinh doanh phổ biến như khởi nghiệp truyền thống, đổi mới sáng tạo (startup), khởi nghiệp xã hội, nhượng quyền thương hiệu và mô hình kinh doanh nền tảng. Nghiên cứu cũng tổng hợp tình hình khởi nghiệp tại Việt Nam, nhấn mạnh các chính sách hỗ trợ và những thách thức thường gặp như thiếu vốn, kinh nghiệm quản lý và sự thấu hiểu thị trường.

Phần thực hiện nghiên cứu mô tả chi tiết dự án ITPartStore, bao gồm ý tưởng kinh doanh, mô hình kinh doanh Canvas với các yếu tố then chốt như phân khúc khách hàng (sinh viên CNTT), giá trị cung cấp (linh kiện phù hợp, tư vấn kỹ thuật), các kênh phân phối (offline và online), quan hệ khách hàng, nguồn doanh thu, hoạt động và nguồn lực chính, cùng cơ cấu chi phí và các đối tác. Đồng thời, đồ án cũng phân tích cụ thể về nguồn lực (nhân lực, vật lực, tài lực) và xây dựng chiến lược Marketing 4P (Product, Price, Place, Promotion) bài bản, từ việc lựa chọn nhà cung cấp uy tín đến các hoạt động xúc tiến đa dạng nhằm tiếp cận và xây dựng cộng đồng sinh viên.

Kết quả nghiên cứu cho thấy đồ án đã thành công trong việc xây dựng một ý tưởng kinh doanh khả thi và một mô hình hoạt động chi tiết cho ITPartStore. Các phân tích về thị trường, nguồn lực, và chiến lược marketing đã chứng minh tính thực tiễn và tiềm năng phát triển của dự án trong việc phục vụ cộng đồng sinh viên CNTT, tạo ra một kênh cung cấp linh kiện đáng tin cậy và một nền tảng hỗ trợ học tập hiệu quả.

MỤC LỤC

PHIẾU CHẤM ĐIỂM.....	I
TÓM TẮT ĐỒ ÁN.....	II
MỤC LỤC.....	III
DANH MỤC BẢNG.....	1
Chương 1. Mở đầu	2
1.1 Tổng quan nghiên cứu.....	2
1.1.1 Lý do chọn đề tài.....	2
1.1.2 Mục tiêu nghiên cứu.....	2
1.1.3 Đối tượng nghiên cứu.....	3
1.1.4 Phạm vi nghiên cứu.....	3
1.2 Giới hạn nghiên cứu	4
1.3 Bố cục đồ án.....	5
Chương 2. Tổng quan nghiên cứu.....	6
2.1 Các khái niệm.....	6
2.2 Cơ sở lý thuyết	7
2.2.1 Mô hình khởi nghiệp truyền thống.....	7
2.2.2 Mô hình khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (Startup)	7
2.2.3 Mô hình khởi nghiệp xã hội (Social Enterprise).....	7
2.2.4 Mô hình nhượng quyền thương hiệu (Franchise)	7
2.2.5 Mô hình kinh doanh nền tảng (Platform Business Model)	8
2.3 Tổng quan vấn đề nghiên cứu	8
Chương 3. Thực hiện nghiên cứu.....	9
3.1 Ý tưởng kinh doanh.....	9

3.2 Mô hình kinh doanh của ITPartStore	10
3.2.1 Phân khúc khách hàng.....	10
3.2.2 Giá trị cung cấp	10
3.2.3 Kênh phân phối	10
3.2.4 Quan hệ khách hàng	10
3.2.5 Doanh thu	11
3.2.6 Hoạt động chính	11
3.2.7 Nguồn lực chính.....	11
3.2.8 Đối tác chính	11
3.2.9 Cơ cấu chi phí	11
3.3 Nguồn lực	12
3.3.1 Nhân lực	12
3.3.2 Vật lực	13
3.3.3 Tài lực	13
3.4 Chiến lược Marketing 4P	15
3.4.1 Product	15
3.4.2 Price (Giá vật chất + giá trị cảm nhận)	18
3.4.3 Place	21
3.4.4 Promotion	23
KẾT LUẬN	26
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	28

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1. Phân bổ nhân lực	12
Bảng 2. Góp vốn và cổ phần	14
Bảng 3. Chi phí dự kiến	14
Bảng 4. Giá bán sản phẩm.....	18

Chương 1. Mở đầu

1.1 Tổng quan nghiên cứu

1.1.1 Lý do chọn đề tài

- Nhu cầu thực tế của sinh viên CNTT: Nhiều sinh viên cần mua linh kiện điện tử để phục vụ cho việc học các môn như IoT, Lập trình nhúng, Hệ thống nhúng, Robotics, ...
- Khó khăn trong việc tiếp cận linh kiện: Sinh viên gặp khó khăn trong việc đặt hàng nhỏ lẻ hoặc chưa có kinh nghiệm lựa chọn linh kiện phù hợp với bài tập/môn học.
- Ưu thế của mô hình bởi chính sinh viên vận hành: Cửa hàng do sinh viên CNTT sáng lập và vận hành, hiểu rõ nhu cầu thực tế, có thể tư vấn, hỗ trợ nhanh và chính xác.
- Phục vụ xu hướng tự học, tự làm: Đáp ứng tinh thần “tự học – tự làm – tự thử nghiệm” ngày càng phổ biến trong sinh viên công nghệ.

1.1.2 Mục tiêu nghiên cứu

- Xây dựng mô hình kinh doanh thực tế: Hiện thực hóa ý tưởng thành lập cửa hàng linh kiện điện tử phục vụ sinh viên CNTT.
- Khảo sát, phân tích và đáp ứng nhu cầu: Tìm hiểu, khảo sát nhu cầu thực tế và lựa chọn sản phẩm phù hợp cho sinh viên CNTT.
- Tối ưu hóa quy trình vận hành: Ứng dụng CNTT để tổ chức, quản lý cửa hàng, nâng cao hiệu quả bán hàng và hỗ trợ kỹ thuật.
- Tạo dựng cộng đồng sinh viên IoT: Xây dựng nền tảng chia sẻ kiến thức, hướng dẫn thực hành, tạo môi trường học tập, chia sẻ.

1.1.3 Đối tượng nghiên cứu

- Sinh viên ngành Công nghệ thông tin: Đặc biệt là những sinh viên học hoặc quan tâm đến lĩnh vực lập trình phần cứng, IoT, AIoT, Robotics.
- Nhóm sáng lập cửa hàng: Nhóm sinh viên trực tiếp tham gia vận hành, quản lý, kinh doanh và hỗ trợ kỹ thuật của cửa hàng.
- Giảng viên, cộng đồng sinh viên trong trường: Những người có nhu cầu tư vấn, giới thiệu linh kiện, hoặc phối hợp tổ chức hướng dẫn.

1.1.4 Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi sản phẩm: Các loại linh kiện điện tử cơ bản, thiết bị lập trình nhúng (Arduino, ESP32, Raspberry Pi, cảm biến, led, cable, relay, module...).
- Phạm vi địa lý: Ưu tiên khu vực trường đại học, ký túc xá và khu vực lân cận hoặc bán trực tuyến phục vụ sinh viên CNTT.
- Phạm vi thời gian: Triển khai thử nghiệm và vận hành trong một học kỳ hoặc năm học, có thể mở rộng sau khi kiểm chứng hiệu quả.
- Phạm vi dịch vụ: Bán hàng trực tiếp tại cửa hàng, bán online (Facebook, Shopee), giao hàng tận nơi, tư vấn, hỗ trợ kỹ thuật và chia sẻ tài liệu.

1.2 Giới hạn nghiên cứu

- **Giới hạn về phạm vi sản phẩm:** Nghiên cứu chỉ tập trung vào các linh kiện điện tử cơ bản phục vụ cho học tập và các dự án thực hành của sinh viên CNTT như Arduino, ESP32, Raspberry Pi, cảm biến, led, relay, màn hình... Không mở rộng sang các dòng sản phẩm phức tạp hoặc có giá trị cao dành cho doanh nghiệp, phòng lab chuyên dụng.
- **Giới hạn về đối tượng phục vụ:** Đối tượng nghiên cứu chủ yếu là sinh viên CNTT tại các trường đại học, đặc biệt là sinh viên có nhu cầu tự học, làm dự án IoT, AIoT cơ bản. Không khảo sát hoặc phục vụ đối tượng chuyên nghiệp, các công ty kỹ thuật hoặc nhóm nghiên cứu lớn ngoài nhà trường.
- **Giới hạn về nguồn lực vận hành:** Dự án được triển khai bởi nhóm sinh viên tự huy động vốn nhỏ lẻ, nguồn lực tài chính, nhân sự và kinh nghiệm còn hạn chế; mọi hoạt động quản lý kho, bán hàng, tư vấn chủ yếu dựa vào thời gian tự do và sự sắp xếp hợp lý trong nhóm.
- **Giới hạn về địa lý:** Cửa hàng chủ yếu phục vụ trong khu vực trường đại học và lân cận, chỉ mở rộng bán hàng online trong phạm vi nội thành (hoặc các khu vực thuận tiện giao nhận), chưa mở rộng quy mô toàn quốc hoặc liên tỉnh.
- **Giới hạn về công nghệ, vận hành:** Các giải pháp quản lý kho, đơn hàng, chăm sóc khách hàng đều sử dụng phần mềm miễn phí hoặc công cụ đơn giản (Google Sheets, Notion); chưa triển khai hệ thống quản lý chuyên nghiệp hay tự động hóa ở mức cao.
- **Giới hạn về thời gian nghiên cứu:** Dự án mới ở giai đoạn thử nghiệm với thời gian thực hiện ngắn (trong một học kỳ), chưa đủ để đánh giá đầy đủ về tiềm năng lâu dài, xu hướng mở rộng hoặc các rủi ro dài hạn.

1.3 Bố cục đồ án

Đồ án được xây dựng gồm ba chương lớn với đầy đủ các mục và tiểu mục, trình bày một cách logic và toàn diện tiến trình nghiên cứu, xây dựng mô hình kinh doanh của hàng linh kiện điện tử dành cho sinh viên CNTT.

Chương 1 - Mở đầu gồm các nội dung: Tổng quan về đề tài, nêu rõ lý do chọn đề tài, mục tiêu nghiên cứu, đối tượng, phạm vi và các giới hạn nghiên cứu cũng như ràng buộc liên quan. Kết thúc chương là phần trình bày ngắn gọn về bố cục tổng thể đồ án giúp người đọc hình dung được cấu trúc nội dung các chương tiếp theo.

Chương 2 - Tổng quan nghiên cứu đi sâu vào các khái niệm cơ bản về khởi nghiệp, trình bày lý thuyết nền tảng của các mô hình khởi nghiệp phổ biến hiện nay như mô hình truyền thống, đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp xã hội, nhượng quyền thương hiệu và mô hình kinh doanh nền tảng. Chương này cũng tổng hợp các nghiên cứu liên quan và thực tiễn hiện tại về lĩnh vực khởi nghiệp trong và ngoài nước.

Chương 3 - Thực hiện nghiên cứu là phần trọng tâm, trình bày cụ thể về dự án khởi nghiệp, gồm: ý tưởng kinh doanh, mô hình kinh doanh Canvas phân tích các yếu tố then chốt như phân khúc khách hàng, giá trị cung cấp, kênh phân phối, quan hệ khách hàng, doanh thu, hoạt động và nguồn lực chính, cấu trúc chi phí và các đối tác chủ chốt. Tiếp theo là phân tích nguồn lực (nhân lực, vật lực, tài lực), phần chiến lược Marketing 4P (sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến) được triển khai bài bản, minh chứng khả năng kinh doanh, dự báo lợi nhuận và trình bày các hoạt động tiếp thị điển hình.

Cuối cùng, phần **kết luận** của đồ án tổng hợp những kết quả đạt được, rút ra những vấn đề còn tồn tại, cũng như đưa ra những định hướng phát triển tiếp theo cho dự án.

Chương 2. Tổng quan nghiên cứu

2.1 Các khái niệm

- Khởi sự kinh doanh (Entrepreneurship): là quá trình nhận diện, đánh giá cơ hội và khai thác nguồn lực để tạo ra doanh nghiệp mới.
- Khởi nghiệp (Start-up): là hình thức khởi sự kinh doanh có tính sáng tạo cao, thường trong lĩnh vực công nghệ, nhằm tạo ra mô hình kinh doanh có thể nhân rộng nhanh chóng và đột phá trên thị trường. Các start-up thường hoạt động trong điều kiện không chắc chắn, phải thích nghi và đổi mới liên tục.
- Doanh nhân (Entrepreneur): là người sáng lập, sở hữu và điều hành doanh nghiệp mới với tinh thần sáng tạo và chấp nhận rủi ro.
- Ý tưởng kinh doanh: là ý tưởng về một sản phẩm hoặc dịch vụ có thể đáp ứng nhu cầu thị trường và tạo ra lợi nhuận.
- Đổi mới sáng tạo (Innovation): là quá trình tạo ra hoặc cải tiến sản phẩm, dịch vụ, quy trình, hoặc mô hình kinh doanh nhằm mang lại giá trị mới cho khách hàng và doanh nghiệp. Đổi mới sáng tạo là yếu tố cốt lõi thúc đẩy thành công của khởi nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu.
- Mô hình kinh doanh (Business Model): là cách thức doanh nghiệp tạo ra, phân phối và thu lợi từ giá trị mang lại cho khách hàng.

2.2 Cơ sở lý thuyết

2.2.1 Mô hình khởi nghiệp truyền thống

- Xuất phát từ nhu cầu thị trường thực tế.
- Doanh nghiệp được thành lập để cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ tại địa phương hoặc theo quy mô vừa và nhỏ.
- Mục tiêu chính là tạo việc làm ổn định và lợi nhuận bền vững.
- Ví dụ: quán ăn, cửa hàng tạp hóa, tiệm sửa xe, xưởng may nhỏ.

2.2.2 Mô hình khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (Startup)

- Tập trung vào việc tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ mang tính đột phá, có khả năng nhân rộng và phát triển nhanh chóng.
- Thường ứng dụng công nghệ cao, hoạt động trong môi trường nhiều rủi ro nhưng tiềm năng lớn.
- Ví dụ: các công ty công nghệ, nền tảng ứng dụng như Grab, Tiki, Momo.

2.2.3 Mô hình khởi nghiệp xã hội (Social Enterprise)

- Mục tiêu chính không phải lợi nhuận mà là giải quyết một vấn đề xã hội hoặc môi trường.
- Lợi nhuận (nếu có) được tái đầu tư để phát triển sứ mệnh xã hội.
- Ví dụ: tổ chức hỗ trợ người khuyết tật, dạy nghề cho người nghèo, doanh nghiệp môi trường.

2.2.4 Mô hình nhượng quyền thương hiệu (Franchise)

- Khởi nghiệp bằng cách mua quyền kinh doanh một thương hiệu đã thành công.
- Giảm thiểu rủi ro nhờ mô hình vận hành và hệ thống hỗ trợ sẵn có.
- Ví dụ: Highlands Coffee, Lotteria, The Coffee House (chi nhánh nhượng quyền).

2.2.5 Mô hình kinh doanh nền tảng (Platform Business Model)

- Tạo ra một nền tảng kết nối giữa hai hay nhiều nhóm người dùng (ví dụ: người mua – người bán).
- Doanh thu đến từ phí giao dịch, quảng cáo, hoặc các dịch vụ gia tăng.
- Ví dụ: Shopee, Airbnb, Facebook Marketplace.

2.3 Tổng quan vấn đề nghiên cứu

- Nghiên cứu về khởi sự kinh doanh đang ngày càng thu hút sự quan tâm, đặc biệt trong bối cảnh nền kinh tế đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số.
- Tình hình nghiên cứu gần đây:
 - Tại Việt Nam, ngày càng có nhiều chính sách hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp như các chương trình “Startup Nation”, “Techfest”.
 - Các nghiên cứu tập trung vào yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của khởi nghiệp như năng lực lãnh đạo, khả năng gọi vốn, và công nghệ.
 - Xu hướng gần đây là khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ, nông nghiệp thông minh và đổi mới sáng tạo xã hội.
 - Thách thức thường gặp: thiếu vốn, thiếu kinh nghiệm quản lý, chưa rõ nhu cầu thị trường.

Chương 3. Thực hiện nghiên cứu

Dự án khởi nghiệp **ITPartStore – Cửa hàng linh kiện điện tử dành cho sinh viên CNTT** được hình thành từ nhu cầu thực tế trong học tập và thực hành của sinh viên ngành Công nghệ Thông tin. Trong quá trình học các môn như IoT, Lập trình nhúng, Hệ thống nhúng, Robotics, sinh viên thường gặp khó khăn khi tìm kiếm và lựa chọn đúng loại linh kiện phù hợp.

ITPartStore ra đời với mục tiêu cung cấp giải pháp toàn diện: từ bán hàng trực tiếp/online các loại linh kiện điện tử phổ biến, đến tư vấn kỹ thuật và chia sẻ kiến thức sử dụng. Bên cạnh đó, dự án còn hướng đến xây dựng một cộng đồng sinh viên đam mê phần cứng – công nghệ, thúc đẩy tinh thần tự học – tự làm – tự sáng tạo.

Với định hướng khởi nghiệp nhỏ, tiết kiệm chi phí nhưng tận dụng tốt chuyên môn CNTT, dự án mang lại giá trị thiết thực cho sinh viên và là bước khởi đầu lý tưởng để hiện thực hóa mô hình kinh doanh công nghệ gắn liền thực tế học đường.

3.1 Ý tưởng kinh doanh

Tên ý tưởng: Cửa hàng linh kiện điện tử – **ITPartStore**, chuyên cung cấp các linh kiện điện tử phục vụ học tập và thực hành cho sinh viên ngành CNTT.

Mục tiêu :

- Tạo ra một địa điểm uy tín để sinh viên CNTT dễ dàng tiếp cận các thiết bị phần cứng phục vụ môn học như IoT, Lập trình nhúng, Robotics,...
- Kết hợp hình thức bán hàng online và offline, hỗ trợ kỹ thuật trực tiếp, tư vấn sản phẩm theo đúng chuyên ngành.
- Xây dựng cộng đồng sinh viên học tập, chia sẻ và phát triển dự án IoT – AIoT cùng nhau.

Giá trị mang lại:

- Tiết kiệm thời gian tìm kiếm linh kiện.
- Đảm bảo đúng loại thiết bị theo nhu cầu môn học.
- Tạo môi trường kết nối sinh viên yêu thích phần cứng – công nghệ.

3.2 Mô hình kinh doanh của ITPartStore

Dự án ITPartStore áp dụng mô hình kinh doanh B2C (Business to Customer) kết hợp cả offline và online, tập trung vào phân khúc sinh viên ngành CNTT. Mô hình được xây dựng xoay quanh các yếu tố chính sau:

3.2.1 Phân khúc khách hàng

- Sinh viên ngành CNTT, đặc biệt là các bạn học môn IoT, Nhúng, Robotics,...
- Câu lạc bộ, nhóm nghiên cứu, đội thi đấu công nghệ tại các trường đại học.
- Giảng viên hoặc trợ giảng muốn hỗ trợ sinh viên triển khai dự án.

3.2.2 Giá trị cung cấp

- Cung cấp linh kiện điện tử phổ biến, phù hợp đúng nhu cầu môn học.
- Giao hàng nhanh (trong 24 – 48h), tư vấn tận nơi hoặc online.
- Hỗ trợ kỹ thuật miễn phí, chia sẻ kiến thức trên website/Facebook.

3.2.3 Kênh phân phối

- Bán trực tiếp tại cửa hàng gần trường/ký túc xá.
- Bán online qua Shopee, Facebook, Lazada, ...
- Giao hàng tận nơi trong khu vực trường học.

3.2.4 Quan hệ khách hàng

- Tư vấn tận tình, phản hồi nhanh qua Facebook/Zalo/Website.
- Chính sách đổi trả – hỗ trợ kỹ thuật sau mua.
- Xây dựng cộng đồng sinh viên yêu công nghệ (group FB, blog hướng dẫn,...).

3.2.5 Doanh thu

- Bán sản phẩm linh kiện: Arduino, ESP32, cảm biến, dây cáp,...
- Doanh thu từ combo dự án mẫu (VD: kit IoT cho môn học).
- Có thể mở rộng thêm dịch vụ sửa chữa hoặc đặt hàng theo yêu cầu.

3.2.6 Hoạt động chính

- Nhập – kiểm hàng – phân phối linh kiện.
- Tư vấn – hỗ trợ kỹ thuật – chăm sóc khách hàng.
- Quảng bá sản phẩm – viết nội dung hướng dẫn.

3.2.7 Nguồn lực chính

- Đội ngũ sinh viên am hiểu kỹ thuật.
- Nguồn cung linh kiện giá rẻ – chất lượng.
- Kênh bán hàng & hệ thống kho cơ bản (Google Sheets, Notion,...).

3.2.8 Đối tác chính

- Nhà cung cấp linh kiện lớn (chợ Nhật Tảo, Linh kiện 3M,...).
- Đơn vị vận chuyển nội thành.
- Câu lạc bộ, khoa CNTT tại các trường đại học.

3.2.9 Cơ cấu chi phí

- Chi phí nhập hàng.
- Chi phí vận hành (vận chuyển, thuê mặt bằng, công cụ phần mềm).
- Chi phí marketing và hỗ trợ kỹ thuật.

3.3 Nguồn lực

3.3.1 Nhân lực

Nguồn nhân lực của ITPartStore được xây dựng dựa trên đội ngũ sinh viên ngành CNTT – những người vừa có kiến thức kỹ thuật, vừa thấu hiểu nhu cầu học tập của khách hàng mục tiêu (cũng là sinh viên). Tổ chức ban đầu bao gồm:

STT	Bộ phận	SL	Vai trò
1	Giám đốc	1	Người sáng lập dự án. Chịu trách nhiệm định hướng chiến lược, ra quyết định lớn, và quản lý tổng thể. Liên kết các bộ phận để đảm bảo hoạt động trơn tru.
2	Nhân viên bán hàng	3	Tư vấn trực tiếp cho khách hàng tại cửa hàng hoặc qua sàn thương mại điện tử (website, Shopee, Lazada).
3	Nhân viên marketing	1	Quản lý quảng cáo trên mạng xã hội (Facebook, Instagram, TikTok), xây dựng nội dung hướng dẫn sử dụng linh kiện để thu hút khách hàng.
4	Nhân viên kỹ thuật	2	Cung cấp hỗ trợ kỹ thuật, hướng dẫn sử dụng linh kiện.
5	Nhân viên kho	1	Quản lý tồn kho, nhập hàng từ nhà cung cấp, và đảm bảo chất lượng linh kiện. Đảm bảo giao hàng nhanh chóng cho khách hàng online hoặc tại cửa hàng. Tìm kiếm nguồn cung giá rẻ, chất lượng để giữ chi phí thấp.
6	Nhân viên tài chính	1	Theo dõi doanh thu, chi phí, và lợi nhuận. Đảm bảo dòng tiền ổn định cho cửa hàng.

Bảng 1. Phân bổ nhân lực

Tổng cộng: 9 người.

Đặc điểm: Có thể làm theo ca, linh hoạt thời gian để phù hợp lịch học.

3.3.2 Vật lực

Cửa hàng bán offline:

Một không gian nhỏ (10 – 15m²) gần khuôn viên trường hoặc ký túc xá để sinh viên dễ tiếp cận.

- Kho lưu trữ linh kiện: Tích hợp tại cửa hàng hoặc dùng tủ/kệ riêng, có ghi chú và phân loại rõ ràng.
- Công cụ hỗ trợ bán hàng và quản lý: Máy tính/laptop cho việc quản lý đơn hàng, tồn kho.
- Điện thoại để hỗ trợ khách hàng online.
- Google Sheets / Notion để quản lý tồn kho, đơn hàng.
- Tài khoản Shopee / Facebook / Zalo để bán hàng.

Vật tư & linh kiện nhập ban đầu:

Tập trung vào các mặt hàng thông dụng như Arduino Uno, NodeMCU ESP32, cảm biến nhiệt độ, relay, dây dupont, màn hình OLED,...

3.3.3 Tài lực

Nguồn vốn ban đầu (ước tính):

Khoảng 90 – 120 triệu đồng, nguồn vốn huy động từ vốn tự có:

- Mỗi thành viên trong nhóm đóng góp một phần vốn dựa trên khả năng tài chính hiện có.
- Ưu điểm: Chủ động trong quyết định, không bị áp lực trả lãi hoặc chia sẻ lợi nhuận với người ngoài.

STT	Họ tên	Vị trí	Số tiền góp (VNĐ)	Tỷ lệ góp vốn (%)	Cổ phần (%)
1	Bùi Hoàng Chương	Giám đốc	25.000.000	20,84	35
2	Nguyễn Quang Duy	Nhân viên bán hàng	15.000.000	12,5	10
3	Nguyễn Hữu Đa	Nhân viên bán hàng	15.000.000	12,5	10
4	Bùi Tuấn Đạt	Nhân viên bán hàng	15.000.000	12,5	10
5	Nguyễn Thị Kim Doanh	Marketing	10.000.000	8,33	7
6	Trịnh Hữu Gia Bảo	Nhân viên kỹ thuật	10.000.000	8,33	7
7	Phạm Hoàng Gia Bảo	Nhân viên kỹ thuật	10.000.000	8,33	7
8	Lê Nghĩa Cao	Nhân viên kho	10.000.000	8,33	7
9	Đỗ Thị Minh Dung	Nhân viên tài chính	10.000.000	8,34	7
	Tổng		120.000.000	100	100

Bảng 2. Góp vốn và cổ phần

Hạng mục	Chi phí dự kiến
Nhập hàng ban đầu	60 – 70 Triệu
Thuê mặt bằng (3 tháng)	6 – 10 Triệu
Nhân sự	10 – 15 Triệu
Trang thiết bị quản lý (laptop, tủ, kệ)	5 – 7 Triệu
Quảng bá & marketing ban đầu	2 – 5 Triệu
Dự phòng rủi ro	2 – 3 Triệu
Khác (điện nước, vận chuyển)	5 – 10 Triệu

Bảng 3. Chi phí dự kiến

3.4 Chiến lược Marketing 4P

3.4.1 Product

Nguồn gốc, xuất xứ, nhà cung cấp nguyên vật liệu

ITPartStore hợp tác với các nhà cung cấp uy tín để đảm bảo chất lượng sản phẩm:

Nhà cung cấp chính:

- Espressif Systems: Nhà sản xuất chính thức các module ESP32, ESP8266 với chất lượng đảm bảo.
- Arduino Official: Cung cấp các bo mạch Arduino Uno, Nano chính hãng với giá cả hợp lý.
- Các nhà phân phối chính thức tại Việt Nam: Hshop.vn, Linh kiện Việt để đảm bảo nguồn hàng ổn định.
- Nhà cung cấp linh kiện điện tử uy tín: Tổng Kho Linh Kiện cho các sản phẩm phụ kiện.

Tiêu chí lựa chọn nhà cung cấp:

- Sản phẩm có xuất xứ rõ ràng, tránh hàng giả, hàng nhái.
- Giá cả cạnh tranh phù hợp với sinh viên.
- Dịch vụ bảo hành và hỗ trợ kỹ thuật tốt.
- Khả năng cung cấp ổn định, lâu dài.

Quy trình sản xuất, tạo ra sản phẩm

ITPartStore không tự sản xuất mà tập trung vào việc tuyển chọn, đóng gói và cung cấp giá trị gia tăng:

Quy trình tạo giá trị sản phẩm:

a. Nghiên cứu và tuyển chọn sản phẩm:

- Khảo sát nhu cầu sinh viên qua các môn học IoT, Lập trình nhúng, Robotics.
- Phân tích xu hướng công nghệ mới: ESP32, Arduino, cảm biến thông minh.
- Đánh giá chất lượng và độ tin cậy của từng sản phẩm.

b. Kiểm định chất lượng:

- Kiểm tra từng sản phẩm trước khi nhập kho.
- Test hoạt động cơ bản với các module điều khiển.
- Đảm bảo đầy đủ tài liệu kỹ thuật tiếng Việt.

c. Đóng gói và tạo kit học tập:

- Tạo các combo kit học tập phù hợp với từng môn học.
- Kèm theo hướng dẫn sử dụng và code mẫu.
- Đóng gói chuyên nghiệp, bảo vệ linh kiện trong vận chuyển.

d. Cung cấp giá trị gia tăng:

- Tư vấn kỹ thuật cho sinh viên.
- Hỗ trợ giải đáp thắc mắc qua Zalo, Facebook.
- Cung cấp tài liệu học tập và dự án mẫu.

Đặc tính, đặc trưng, sự khác biệt của sản phẩm

Danh mục sản phẩm chính:

a. Vi điều khiển và Module:

- Arduino Uno R3/R4: Board học tập cơ bản, giá 67.000 - 145.000 VNĐ.
- ESP32 Development Board: Hỗ trợ WiFi/Bluetooth, giá 130.000 - 140.000 VNĐ.
- ESP8266 NodeMCU: Giải pháp IoT giá rẻ cho sinh viên.
- STM32: Dành cho các dự án chuyên sâu, hiệu năng cao.

b. Cảm biến và Module chức năng:

- Cảm biến nhiệt độ, độ ẩm (DHT22, DS18B20).
- Module LCD, OLED để hiển thị.
- Cảm biến chuyển động PIR, cảm biến ánh sáng.
- Module relay, motor driver.

c. Linh kiện cơ bản:

- Breadboard, dây jumper, resistor.
- LED, nút nhấn, công tắc.
- IC ổn áp, tụ điện, diode.

Điểm khác biệt của ITPartStore:

a. Chuyên biệt cho sinh viên CNTT:

- Sản phẩm được chọn lọc phù hợp với curriculum của các trường đại học.
- Tập trung vào linh kiện IoT, Arduino, lập trình nhúng.
- Giá cả phù hợp với sinh viên (dưới 200.000 VNĐ/sản phẩm).

b. Dịch vụ tư vấn chuyên sâu:

- Nhân viên là sinh viên CNTT, hiểu rõ nhu cầu học tập.
- Tư vấn lựa chọn linh kiện phù hợp với từng bài tập, dự án.
- Hỗ trợ troubleshooting khi sinh viên gặp khó khăn.

c. Tính cộng đồng cao:

- Xây dựng cộng đồng sinh viên IoT qua Facebook group.
- Chia sẻ code mẫu, hướng dẫn project.
- Tổ chức workshop và hướng dẫn thực hành.

d. Tiện lợi và nhanh chóng:

- Giao hàng nhanh trong khuôn viên trường.
- Hỗ trợ đặt hàng nhỏ lẻ (từ 1 sản phẩm).
- Thanh toán linh hoạt (tiền mặt, chuyển khoản, ví điện tử).

3.4.2 Price (Giá vật chất + giá trị cảm nhận)

a. Cơ sở định giá

Việc định giá sản phẩm tại ITPartStore dựa trên các yếu tố sau:

- Chi phí thực tế đầu vào: Bao gồm giá nhập linh kiện, chi phí vận chuyển, đóng gói, lưu kho, thuê mặt bằng, chi phí điện nước và các chi phí vận hành liên quan.
- Giá thị trường tham khảo: So sánh giá bán các mặt hàng tương tự trên Shopee, Lazada, các cửa hàng tại chợ Nhật Tảo hoặc Hshop.vn để đưa ra mức giá cạnh tranh.
- Khả năng chi trả của sinh viên: Sinh viên là nhóm khách hàng có ngân sách hạn chế, do đó mức giá phải hợp lý và phù hợp với điều kiện tài chính của họ.
- Giá trị gia tăng từ dịch vụ: Tư vấn kỹ thuật miễn phí, tài liệu hướng dẫn chi tiết, hỗ trợ online, combo sản phẩm chuyên biệt giúp tăng giá trị cảm nhận dù giá vật chất không thay đổi.

b. Giá bán sản phẩm (giá vật chất)

Danh mục	Tên sản phẩm	Khoảng giá (VNĐ)
Vi điều khiển	Arduino Uno R3	67.000 – 145.000
	ESP32 Development Board	130.000 – 140.000
	ESP8266 NodeMCU	90.000 – 110.000
Cảm biến & module	DHT11, PIR, ánh sáng	20.000 – 60.000
	OLED, LCD, relay	30.000 – 70.000
Linh kiện cơ bản	Breadboard, jumper, điện trở	5.000 – 20.000

Bảng 4. Giá bán sản phẩm

c. Giá trị cảm nhận (giá trị gia tăng đi kèm)

Giá trị cảm nhận là yếu tố cốt lõi giúp ITPartStore khác biệt so với các đối thủ:

- Tư vấn kỹ thuật trực tiếp từ sinh viên cùng ngành – hiểu rõ môn học, bài tập, và dự án.
- Hướng dẫn sử dụng chi tiết bằng tiếng Việt kèm theo từng sản phẩm.
- Combo kit được đóng gói chuyên nghiệp theo từng môn học (Arduino, IoT, Robotics).
- Hỗ trợ kỹ thuật miễn phí qua Zalo/Facebook trong suốt quá trình học tập.
- Giao hàng nhanh 24 – 48 giờ, đặc biệt trong khuôn viên trường hoặc khu vực lân cận.
- Chính sách đổi trả linh hoạt, ưu tiên hỗ trợ sinh viên khi sản phẩm có lỗi.

d. Mô hình doanh thu – chi phí – lợi nhuận

Dự báo doanh thu hàng tháng:

- Giá trung bình sản phẩm: 70.000 VNĐ.
- Sản lượng bán/ngày (ước tính): 65 sản phẩm.

→ Doanh thu/ngày = $65 \times 70.000 = 4,55$ triệu VNĐ.

→ Doanh thu/tháng = $4,55 \text{ triệu} \times 30 = 136,5$ triệu VNĐ.

Chi phí cố định & biến đổi/tháng:

- Nhập hàng: 60 - 70 triệu VNĐ.
- Thuê mặt bằng (3 tháng chia đều): 2 – 3,3 triệu VNĐ.
- (Dựa trên chi phí thuê 6 – 10 triệu VNĐ cho 3 tháng chia đều).
- Nhân sự (hỗ trợ theo ca): 10 – 15 triệu VNĐ.
- Marketing & công cụ: 5 – 10 triệu VNĐ.
- Khác (điện nước, vận chuyển): 5 – 8 triệu VNĐ.

→ Tổng chi phí/tháng ước tính:

Thấp nhất: $60 + 2 + 10 + 5 + 5 = 82$ triệu VNĐ.

Cao nhất: $70 + 3.3 + 15 + 10 + 8 = 106,3$ triệu VNĐ.

Ước tính lợi nhuận hàng tháng:

→ Lợi nhuận = Doanh thu – Chi phí.

→ Thấp nhất: $136,5 - 106,3 = 30,2$ triệu VNĐ/tháng.

→ Cao nhất: $136,5 - 82 = 54,5$ triệu VNĐ/tháng.

e. Phân tích khả năng tài chính

Tổng vốn đầu tư ban đầu (theo bảng):

- Nhập hàng ban đầu: 60 – 70 triệu VNĐ.
- Thuê mặt bằng (3 tháng): 6 – 10 triệu VNĐ.
- Trang thiết bị quản lý: 5 – 7 triệu VNĐ.
- Nhân sự: 10 – 15 triệu VNĐ.
- Quảng bá & marketing ban đầu: 2 – 5 triệu VNĐ.
- Dự phòng rủi ro: 2 – 3 triệu VNĐ.
- Khác (điện nước, vận chuyển): 5 – 10 triệu VNĐ.

→ Tổng vốn đầu tư ban đầu:

Thấp nhất: $60 + 6 + 5 + 10 + 2 + 2 + 5 = 90$ triệu VNĐ.

Cao nhất: $70 + 10 + 7 + 15 + 5 + 3 + 10 = 120$ triệu VNĐ.

Thời gian hoàn vốn:

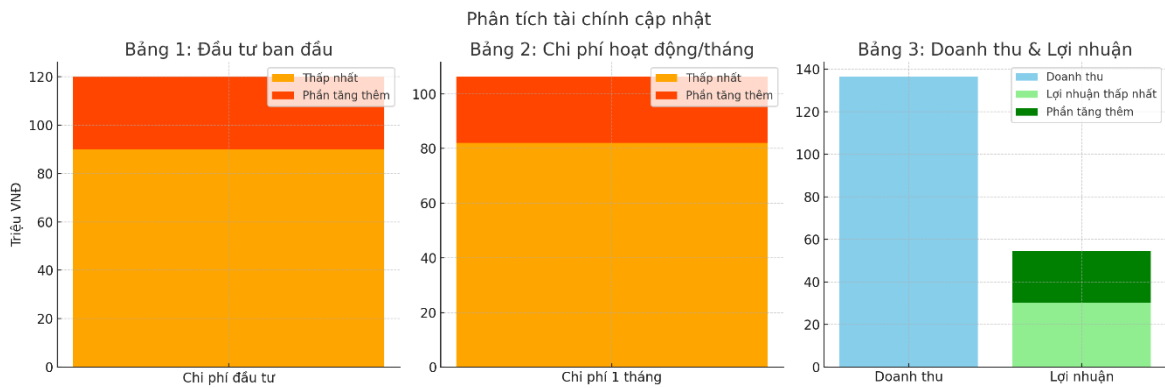
Nếu lợi nhuận $\sim 30,2$ triệu/tháng.

→ Thời gian hoàn vốn = $90 - 120$ triệu $\div 30,2$ triệu = $\sim 3 - 4$ tháng.

Lợi nhuận năm: $30,2$ triệu $\times 12 = 362,4$ triệu VNĐ.

Kết luận tính khả thi:

Dự án có khả năng hoàn vốn trong 3 – 4 tháng, sau đó tạo ra lợi nhuận ổn định và tăng trưởng nếu duy trì được mức bán 65 sản phẩm/ngày và tối ưu chi phí.



3.4.3 Place

Kênh phân phối:

- Offline:
 - Cửa hàng/Điểm bán nhỏ: Gần trường/ký túc xá.
 - Booth sự kiện: Tại các sự kiện trường học.
- Online:
 - Sàn TMĐT: Shopee, Lazada (tối ưu gian hàng, khuyến mãi).
 - Mạng xã hội: Facebook, Instagram, TikTok (tạo nội dung, tương tác, chạy quảng cáo nhắm mục tiêu sinh viên).
 - Website/Landing page: Đơn giản để giới thiệu sản phẩm.
- Giao hàng:
 - Dịch vụ riêng của nhóm: Giao hàng nhanh trong khu vực trường học/ký túc xá.
 - Hợp tác: thuê chính các bạn sinh viên làm người giao hàng cho các đơn hàng của nhóm (mục đích tối ưu chi phí, tạo thêm thu nhập cho sinh viên: Giúp đỡ lẫn nhau trong cộng đồng sinh viên).

Phạm vi phân phối:

- Giai đoạn 1: Tập trung vào 1-2 trường/ký túc xá lớn và khu vực lân cận để xây dựng nền tảng vững chắc. Mục tiêu: Xây dựng tệp khách hàng trung thành, tối ưu hóa quy trình vận hành trước khi mở rộng, tăng cường mức độ nhận diện thương hiệu tại khu vực mục tiêu.
- Giai đoạn 2: Mở rộng sang các trường lân cận, sử dụng kênh online để tiếp cận rộng hơn.
- Giai đoạn 3: Sau khi xây dựng được thương hiệu và quy trình vững chắc, có thể cân nhắc mở rộng giao hàng toàn thành phố thông qua các đối tác vận chuyển lớn (Giao Hàng Nhanh, J&T Express ...) hoặc mở rộng bán online ra toàn quốc.

Hệ thống kho bãi:

- Kho tại chỗ (tận dụng mặt bằng thuê):
 - Sử dụng chính mặt bằng thuê làm cửa hàng/điểm bán để lưu trữ hàng hóa.
 - Tiết kiệm chi phí thuê kho riêng, thuận tiện cho việc xuất nhập hàng, đóng gói.
 - Phân chia không gian rõ ràng giữa khu vực bán hàng và khu vực kho. Sắp xếp hàng hóa khoa học, gọn gàng, đảm bảo an toàn và điều kiện bảo quản phù hợp.
- Quản lý tồn kho tinh gọn:
 - Nhập hàng với số lượng vừa đủ nhu cầu bán trong thời gian ngắn (ví dụ: hàng tuần, hàng ngày).
 - Mục tiêu: Hạn chế tối đa hàng tồn kho lớn để giảm rủi ro, chi phí lưu trữ và tối ưu vòng quay vốn.
 - Sử dụng các công cụ đơn giản (Excel/Google Sheets) để theo dõi nhập, xuất, tồn.

- Điểm tập kết/đóng gói:
 - Thiết lập một khu vực nhỏ, chuyên biệt ngay tại mặt bằng thuê để tập kết hàng, đóng gói đơn hàng online và chuẩn bị cho shipper.
 - Sắp xếp hợp lý để hỗ trợ shipper hoặc sinh viên giao hàng lấy hàng nhanh chóng.

3.4.4 Promotion

Để ITPartStore được nhiều sinh viên công nghệ biết đến và xây dựng thương hiệu mạnh, cửa hàng sẽ áp dụng các chiến lược xúc tiến tổng hợp như sau:

a. Truyền thông

- **Mạng xã hội:**
 - Tạo fanpage và tài khoản TikTok với nội dung hấp dẫn như hướng dẫn lắp ráp linh kiện, review sản phẩm, hoặc mẹo sử dụng linh kiện cho dự án công nghệ.
 - Đăng bài đều đặn (3-5 bài/tuần) với nội dung gần gũi, sử dụng ngôn ngữ thân thiện, dễ hiểu.
- **Diễn đàn và cộng đồng công nghệ:** Tham gia các diễn đàn như **VozForums**, **Tinh Tế**, hoặc các nhóm sinh viên công nghệ trên Facebook để chia sẻ kiến thức và giới thiệu sản phẩm.
- **Email marketing:** Gửi email định kỳ tới sinh viên đã đăng ký trên website, thông báo về sản phẩm mới, hướng dẫn sử dụng, hoặc chương trình khuyến mãi.

b. Quan hệ công chúng (PR)

- **Hợp tác với trường đại học:** Tổ chức các buổi workshop hoặc hội thảo về công nghệ (ví dụ: lắp ráp mạch Arduino, IoT) tại các trường đại học công nghệ như Bách Khoa, Sư Phạm Kỹ Thuật, hoặc FPT. Trong các sự kiện này, giới thiệu ITPartStore như nhà cung cấp linh kiện uy tín.
- **Tài trợ sự kiện:** Tài trợ linh kiện cho các cuộc thi sáng tạo công nghệ hoặc hackathon của sinh viên để tăng độ nhận diện thương hiệu.
- **Bài viết PR:** Viết bài giới thiệu về ITPartStore trên các trang báo sinh viên hoặc blog công nghệ như **Giới trẻ**, **Sinh viên Việt Nam**.

c. Quảng cáo

- **Quảng cáo trực tuyến:**
 - Chạy quảng cáo trên Google Ads với từ khóa liên quan như “linh kiện điện tử giá rẻ”, “mua Arduino cho sinh viên”.
 - Sử dụng quảng cáo trên Instagram và TikTok với nội dung ngắn gọn, tập trung vào các video demo sản phẩm hoặc ưu đãi đặc biệt.
- **Quảng cáo tại trường học:** Đặt poster hoặc standee tại các khu vực đông sinh viên như căng tin, thư viện, hoặc ký túc xá của các trường đại học công nghệ.
- **Tối ưu SEO:** Đảm bảo website của ITPartStore được tối ưu hóa từ khóa để xuất hiện trên trang đầu của Google khi sinh viên tìm kiếm các linh kiện như Raspberry Pi, cảm biến, hoặc linh kiện IoT.

d. Hội chợ hàng tiêu dùng, triển lãm

- **Tham gia triển lãm công nghệ:** Đăng ký gian hàng tại các sự kiện như **Vietnam Electronics Expo** hoặc các hội chợ công nghệ tại trường đại học để giới thiệu sản phẩm trực tiếp tới sinh viên.
- **Tổ chức gian hàng tương tác:** Tại hội chợ, thiết lập khu vực trải nghiệm để khách hàng có thể thử lắp ráp các linh kiện đơn giản (như LED, cảm biến) với sự hướng dẫn của nhân viên.
- **Phân phát tài liệu quảng bá:** Phát tờ rơi, sticker, hoặc mã giảm giá tại các sự kiện để khuyến khích sinh viên ghé thăm cửa hàng hoặc website.

e. Khuyến mãi – giảm giá – combo

- **Chương trình khuyến mãi:**
 - Giảm giá 10-20% cho sinh viên khi xuất trình thẻ sinh viên.
 - Tặng kèm tài liệu hướng dẫn hoặc linh kiện nhỏ khi mua các bộ kit như Arduino Starter Kit.
- **Combo giá ưu đãi:** Tạo các gói combo linh kiện phù hợp với nhu cầu học tập và dự án của sinh viên, ví dụ: “Combo IoT cơ bản” (gồm Raspberry Pi, cảm biến, và dây nối) với giá thấp hơn so với mua lẻ.
- **Chương trình khách hàng thân thiết:** Tích điểm cho mỗi lần mua hàng, đổi điểm để nhận voucher hoặc linh kiện miễn phí.

f. KOC, KOL

- **Hợp tác với KOC (Key Opinion Consumer):** Mời các sinh viên công nghệ có sức ảnh hưởng trong cộng đồng (như admin các nhóm công nghệ, sinh viên có kênh YouTube về DIY) sử dụng và đánh giá sản phẩm của ITPartStore.
- **Hợp tác với KOL:** Làm việc với các KOL trong lĩnh vực công nghệ (ví dụ: các YouTuber như **Kênh Tự Học Điện Tử**, **IoT Maker Vietnam**) để họ review sản phẩm hoặc hướng dẫn sử dụng linh kiện từ ITPartStore trong các dự án thực tế.
- **Chương trình affiliate:** Tạo chương trình tiếp thị liên kết, nơi KOC/KOL nhận hoa hồng khi khách hàng mua hàng qua link giới thiệu của họ.

KẾT LUẬN

Những điều đã làm được

Trong quá trình thực hiện đồ án, nhóm nghiên cứu đã thành công trong việc hiện thực hóa ý tưởng kinh doanh cửa hàng linh kiện điện tử ITPartStore, chuyên biệt phục vụ sinh viên ngành Công nghệ Thông tin. Chúng tôi đã xây dựng được một mô hình kinh doanh Canvas rõ ràng, xác định được phân khúc khách hàng mục tiêu, giá trị cung cấp độc đáo (linh kiện phù hợp, tư vấn kỹ thuật chuyên sâu) và các kênh phân phối hiệu quả (cả offline và online). Đồ án cũng đã phân tích chi tiết các nguồn lực cần thiết (nhân lực, vật lực, tài lực) và đề xuất chiến lược Marketing 4P bài bản, từ việc lựa chọn nhà cung cấp uy tín đến các hoạt động xúc tiến đa dạng nhằm tiếp cận và xây dựng cộng đồng sinh viên. Các phân tích này đã chứng minh tính khả thi và tiềm năng phát triển của ITPartStore trong việc đáp ứng nhu cầu thực tế của sinh viên, đồng thời tạo ra một nền tảng hỗ trợ học tập và sáng tạo hiệu quả.

Những điều chưa làm được

Mặc dù đã đạt được nhiều kết quả tích cực, đồ án vẫn còn một số giới hạn và những điều chưa thể thực hiện được trong phạm vi nghiên cứu này. Cụ thể, dự án chưa thể triển khai một hệ thống quản lý kho, đơn hàng và chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp, mà vẫn đang dựa vào các công cụ đơn giản như Google Sheets hay Notion. Việc mở rộng quy mô hoạt động ra toàn quốc hoặc liên tỉnh vẫn còn là một thách thức do giới hạn về nguồn lực tài chính và nhân sự. Ngoài ra, thời gian thực hiện đồ án (trong một học kỳ) chưa đủ dài để đánh giá đầy đủ tiềm năng lâu dài, xu hướng mở rộng hay các rủi ro dài hạn của mô hình kinh doanh trong thực tế.

Hướng phát triển

Để phát triển ITPartStore trong tương lai, có một số hướng nghiên cứu và triển khai cần được ưu tiên. Đầu tiên, cần đầu tư phát triển một hệ thống quản lý tích hợp (CRM và quản lý kho) chuyên nghiệp hơn để tối ưu hóa quy trình vận hành và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Thứ hai, mở rộng danh mục sản phẩm để đa dạng hóa lựa chọn cho sinh viên, bao gồm cả các linh kiện phức tạp hơn hoặc các bộ kit chuyên biệt cho từng dự án. Thứ ba, tăng cường các hoạt động xây dựng cộng đồng, tổ chức thêm nhiều workshop, cuộc thi sáng tạo công nghệ để thu hút và gắn kết sinh viên. Cuối cùng, nghiên cứu khả năng mở rộng thị trường ra các khu vực khác ngoài phạm vi trường đại học, hoặc thậm chí là các tỉnh thành lân cận, thông qua việc tối ưu hóa chuỗi cung ứng và logistics.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. IMTA (2023). Mô hình 4P trong marketing là gì? Hướng dẫn cách áp dụng mô hình 4P. Truy cập từ: <https://imta.edu.vn/mo-hinh-4p-marketing/>