

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM**  
**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**



## **DỰ ÁN TỐT NGHIỆP**

**TÊN DỰ ÁN: DỰ ÁN KHỞI NGHIỆP KINH DOANH**  
**THỜI TRANG NAM NỮ TRÊN CÁC SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

**Người hướng dẫn:** ThS. Đỗ Thu Hương

**Họ và tên sinh viên:** Phạm Vũ Trúc Anh

**Mã sinh viên:** 1454010013

**Lớp:** QTKDTH 14-02

**Hà Nội, 06/2024**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Em cam đoan: Dự án tốt nghiệp này là kết quả nghiên cứu của riêng em, được thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của giảng viên hướng dẫn Thạc Sĩ Đỗ Thu Hương, em đảm bảo tính trung thực và tuân thủ các quy định về trích dẫn, chú thích tài liệu tham khảo. Em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm về lời cam đoan này.

**SINH VIÊN**

**Phạm Vũ Trúc Anh**

## **LỜI CẢM ƠN**

Để hoàn thành dự án tốt nghiệp này trước tiên em xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến các thầy cô trong Khoa Quản Trị Kinh Doanh Trường Đại học Đại Nam đã quan tâm và giúp đỡ em trong suốt 4 năm học vừa qua. Trong quá trình học tập tại trường, em đã được thầy cô nhiệt tình truyền đạt những kiến thức chuyên ngành không chỉ lý thuyết mà còn nhiều kiến thức thực tế bổ ích để em có đủ hành trang vững vàng.

Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất đến cô Đỗ Thu Hương – người đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ em hoàn thành dự án tốt nghiệp.

Cuối cùng, em xin cảm ơn Trường Đại học Đại Nam đã tạo điều kiện để em được tự do lựa chọn đề tài dự án tốt nghiệp mà em yêu thích, có cơ hội áp dụng những bài học, kiến thức mà thầy cô đã giảng dạy vào thực tiễn.

Vì kiến thức bản thân còn hạn chế, trong quá trình thực hiện dự án tốt nghiệp này em không thể tránh khỏi những sai sót. Em rất mong nhận được sự góp ý, chỉ bảo tận tình của các quý thầy/cô để em có điều kiện bổ sung, nâng cao kiến thức của mình, phục vụ tốt hơn cho tương lai sau này của bản thân và phục vụ cộng đồng.

Em xin chân thành cảm ơn!

**SINH VIÊN**

**Phạm Vũ Trúc Anh**

## MỤC LỤC

<b>LỜI CAM ĐOAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>LỜI CẢM ƠN .....</b>	<b>.....</b>
<b>PHẦN I: TÓM TẮT DỰ ÁN KINH DOANH THỜI TRANG NAM NỮ .....</b>	<b>.....1</b>
<b>TRÊN CÁC SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ .....</b>	<b>1</b>
1. Ý tưởng kinh doanh .....	1
2. Lý do chọn kế hoạch kinh doanh .....	1
3. Mục tiêu của kế hoạch kinh doanh .....	2
4. Phương pháp xây dựng kế hoạch kinh doanh .....	3
5. Kết cấu của kế hoạch .....	3
<b>PHẦN II: CHI TIẾT NỘI DUNG BẢN KẾ HOẠCH KINH DOANH .....</b>	<b>4</b>
<b>CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ DỰ ÁN KINH DOANH .....</b>	<b>4</b>
1.1 Thông tin về cửa hàng Stun Clothing .....	4
1.2 Bộ nhận diện thương hiệu .....	6
1.3 Phân tích ý tưởng kinh doanh theo mô hình SWOT .....	8
1.3.1 Mô tả sản phẩm .....	8
1.3.2 Nguồn cung cấp hàng hóa .....	8
1.3.3 Lợi thế cạnh tranh của sản phẩm .....	9
1.3.4 Phân tích SWOT .....	9
<b>CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG .....</b>	<b>12</b>
2.1 Mô tả môi trường kinh doanh (PEST) .....	12
2.1.1 Chính trị (Political) .....	12
2.1.2 Kinh tế (Economic) .....	12
2.1.3 Xã hội (Social) .....	13
2.1.4 Công nghệ (Technological) .....	13
2.2 Thị trường mục tiêu .....	13
2.2.1 Chân dung khách hàng mà Stun Clothing muốn hướng tới .....	13
2.2.2 Insight khách hàng .....	14
2.2.3 Quy mô thị trường (TAM, SAM, SOM) .....	14
2.3 Phân tích đối thủ cạnh tranh .....	15
<b>CHƯƠNG 3: KẾ HOẠCH MARKETING .....</b>	<b>18</b>
3.1 Chiến lược sản phẩm .....	18
3.1.1 Chiến lược sản phẩm ngắn hạn .....	18
3.1.1.1 Điểm nổi bật của sản phẩm .....	18
3.1.1.2 Sản phẩm quần .....	18

3.1.1.3 Sản phẩm áo khoác .....	19
3.1.2 Chiến lược phát triển sản phẩm dài hạn .....	20
3.2 Chiến lược về giá .....	21
3.3 Chiến lược kênh phân phối .....	23
3.4 Chiến lược quảng bá .....	24
3.4.1 Chiến lược quảng bá ngắn hạn .....	24
3.4.2 Chiến lược Marketing dài hạn .....	26
<b>CHƯƠNG 4: KẾ HOẠCH VỀ NGUỒN NHÂN LỰC .....</b>	<b>27</b>
4.1 Kế hoạch nhân lực dự kiến .....	27
4.1.1 Kế hoạch ngắn hạn .....	27
4.1.2 Kế hoạch dài hạn .....	28
4.2 Chính sách nhân sự tại Stun Clothing .....	29
4.2.1 Quy trình tuyển dụng chung .....	29
4.2.2 Mô tả và yêu cầu công việc các vị trí cần tuyển dụng .....	32
4.2.3 Các hình thức tuyển dụng .....	32
4.2.4 Đào tạo nhân sự .....	33
<b>CHƯƠNG 5: KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG .....</b>	<b>35</b>
5.1 Quy trình đánh giá nhà cung cấp .....	35
5.2 Kế hoạch hoạt động gian hàng thương mại điện tử dự kiến .....	36
<b>CHƯƠNG 6: KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH .....</b>	<b>38</b>
6.1 Dự kiến chi phí theo tháng .....	38
6.2 Dự kiến doanh thu, lợi nhuận thuần .....	39
6.3 Dự kiến điểm hòa vốn, sản lượng hòa vốn, thời gian hòa vốn .....	40
<b>CHƯƠNG 7: KẾ HOẠCH QUẢN LÝ RỦI RO .....</b>	<b>42</b>
7.1 Rủi ro gặp phải .....	42
7.2 Giải pháp .....	42
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>44</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>45</b>
PHỤ LỤC 01: DANH MỤC SẢN PHẨM NHẬP STUN CLOTHING .....	46
PHỤ LỤC 02: TỔNG CHI PHÍ DỰ BAN ĐẦU DỰ KIẾN .....	47
PHỤ LỤC 03: GIÁ NHẬP HÀNG BÁN .....	48
PHỤ LỤC 04: GIÁ BÁN TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ SHOPEE, TIKTOK SHOP .....	49
PHỤ LỤC 05: ĐIỂM HÒA VỐN, THỜI GIAN HOÀN VỐN .....	50
PHỤ LỤC 06: DOANH THU THUẦN, LỢI NHUẬN GỘP .....	51

## DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

CHỮ VIẾT TẮT	NỘI DUNG ĐƯỢC VIẾT TẮT
AMRO	Cơ quan giám sát kinh tế vĩ mô ASEAN
B2C	Business to Consumer - Mô hình kinh doanh giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng
CTKM	Chương trình khuyến mại
CPCĐ	Chi phí cố định
CPBD	Chi phí biến đổi
CPĐT	Chi phí đầu tư
ĐVSP	Đơn vị sản phẩm
ĐVT	Đơn vị tính
GDP	Gros Domestic Product – Tổng sản phẩm quốc nội
MKT	Marketing
TMĐT	Thương mại điện tử
UB	United Nations - Tổ chức Liên hợp quốc
VNĐ	Việt Nam đồng
WB	World Bank - Ngân hàng thế giới

## **DANH MỤC BIỂU ĐỒ, HÌNH ẢNH, SƠ ĐỒ**

<b>STT</b>	<b>BIỂU ĐỒ, HÌNH ẢNH</b>	<b>TRANG</b>
Biểu đồ 1.1	Phương thức mua sắm người tiêu dùng lựa chọn	1
Biểu đồ 1.2	Loại hàng hóa, dịch vụ thường được mua trên mạng	2
Hình 1.1	Logo cửa hàng Stun Clothing	6
Hình 1.2	Mặt trước và mặt sau của tag quần áo Stun Clothing	6
Hình 1.3	Túi niêm phong và túi zip Stun Clothing	7
Hình 1.4	Mặt trước và mặt sau của thiệp cảm ơn Stun Clothing	7
Hình 1.5	Trang web Shopee và TikTok Shop Stun Clothing	8
Hình 1.6	Một số sản phẩm của Stun Clothing	8
Hình 3.1	Một số sản phẩm của Stun Clothing	19
Hình 3.2	Chất vải và đường may sản phẩm áo khóa Stun Clothing	20
Hình 3.3	Banner Flash Sale	26
Sơ đồ 4.1	Quy trình tuyển dụng chung tại Stun Clothing	29
Hình 6.1	Phân tích điểm hòa vốn	40

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

STT	BẢNG BIỂU	TRANG
Bảng 1.1	Thành viên tham gia dự án	4
Bảng 1.2	Bảng phân tích SWOT	9
Bảng 2.1	Đối thủ cạnh tranh	15
Bảng 3.1	Giá nhập hàng bán	22
Bảng 3.2	Giá bán trên sàn Shopee	23
Bảng 3.3	Giá bán trên TikTok Shop	23
Bảng 3.4	Kế hoạch MKT trên sàn Shopee	24
Bảng 3.5	Kế hoạch MKT trên sàn TikTok Shop	25
Bảng 4.1	Kế hoạch nguồn nhân lực ngắn hạn	27
Bảng 4.2	Kế hoạch nguồn nhân lực dài hạn	28
Bảng 4.3	Mô tả và công việc các vị trí cần tuyển dụng	32
Bảng 5.1	Kế hoạch hoạt động gian hàng dự kiến	36
Bảng 6.1	Chi phí dự kiến ban đầu (Tháng)	38



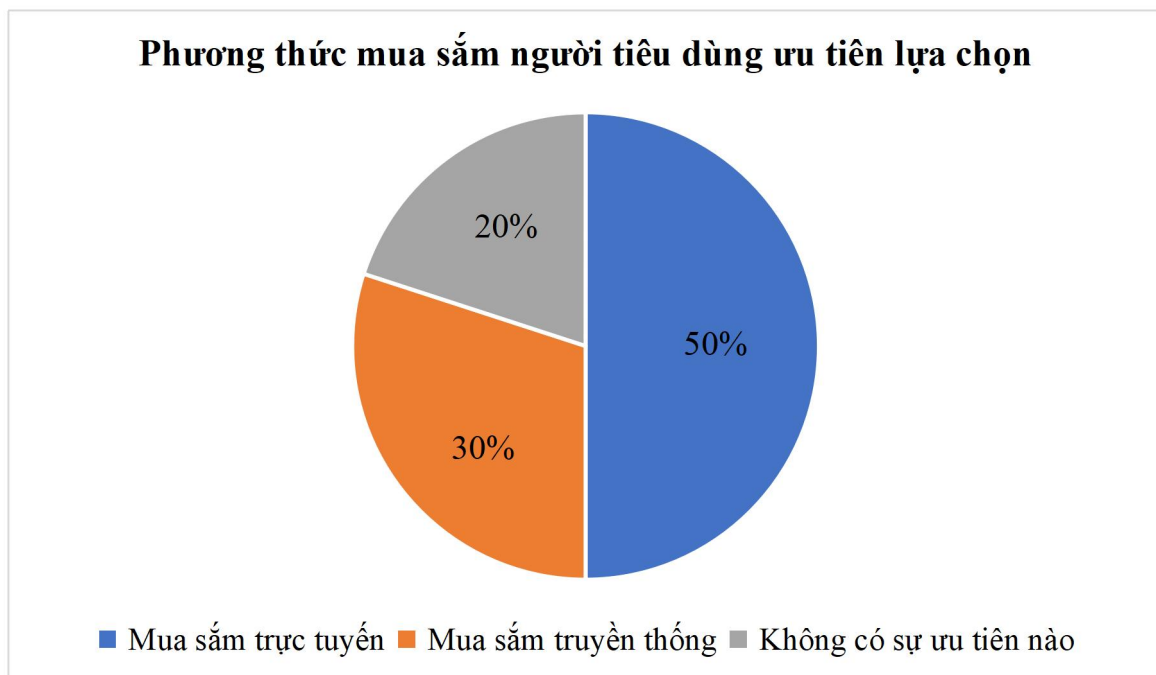
# PHẦN I: TÓM TẮT DỰ ÁN KINH DOANH THỜI TRANG NAM NỮ TRÊN CÁC SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## 1. Ý tưởng kinh doanh

Khởi nghiệp kinh doanh thời trang nam nữ trên các sàn thương mại điện tử Shopee và TikTok Shop (chủ yếu là quần và áo khoác) mang tên “Stun Clothing”.

## 2. Lý do chọn kế hoạch kinh doanh

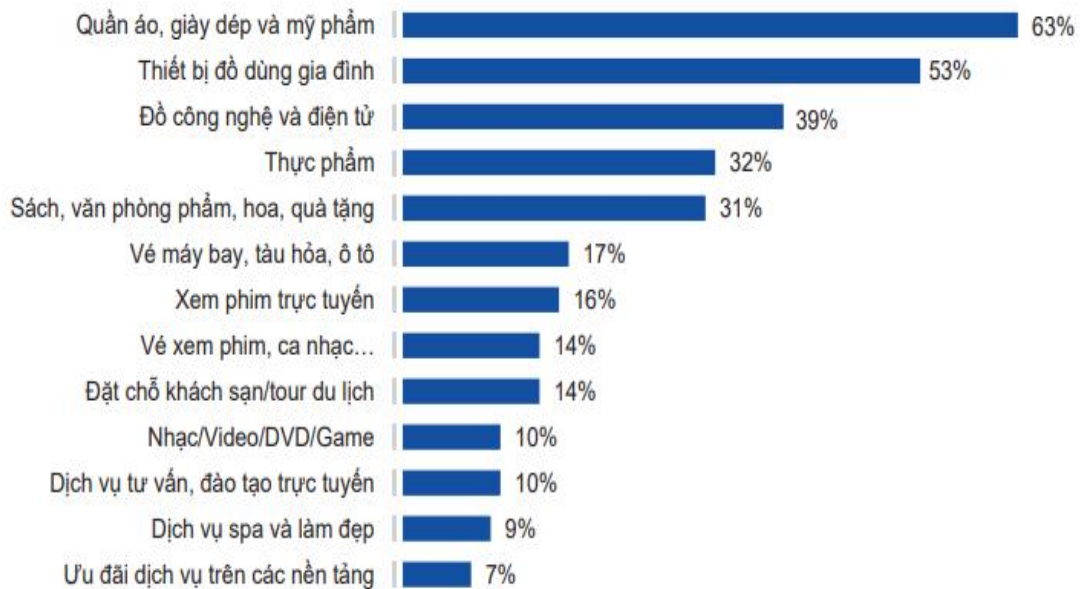
Trong thời đại số hóa hiện nay, sự bùng nổ của thương mại điện tử đã thay đổi hoàn toàn cách tiếp cận và hành vi tiêu dùng của khách hàng đối với các sản phẩm và dịch vụ. Đặc biệt là trong lĩnh vực thời trang, sự xuất hiện của các sàn thương mại điện tử đã mang lại những cơ hội mới cho các doanh nghiệp trong ngành. Những hãng hàng lớn như H&M, Zara,... cũng phải bắt kịp theo xu hướng tiêu dùng đó bằng cách kết hợp bán tại cửa hàng và lập web, lập gian hàng trên các trang thương mại điện tử.



**Biểu đồ 1.1: Phương thức mua sắm người tiêu dùng ưu tiên lựa chọn**  
(Nguồn: Bộ công thương cục thương mại điện tử và kinh tế số 2023)

Theo biểu đồ, có thể thấy, thay vì đến những cửa hàng truyền thống, người tiêu dùng giờ đây dành thời gian cho mua sắm trực tuyến nhiều hơn (chiếm 50%) so với phương thức mua sắm truyền thống là 30%. Ngoài ra, tỷ lệ

người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến đạt 78%. Điển hình là thế hệ gen Z, gen Y, họ đang chuyển dịch từ mua sắm truyền thống sang trực tuyến nhiều tới mức, cứ 3 người sẽ có 2 người lựa chọn mua sắm trực tuyến các sản phẩm thời trang.



**Biểu đồ 1.2: Loại hàng hóa, dịch vụ thường được mua trên mạng**

(Nguồn: Bộ công thương cục thương mại điện tử và kinh tế số 2023)

Tại thị trường Việt Nam, lĩnh vực thời trang đang là trụ cột chính của ngành TMĐT khi chiếm đến 63%. Ngoài ra, việc bán hàng trực tuyến còn mang lại lợi ích về mặt chi phí. So với việc mở cửa hàng truyền thống, việc quản lý một trang web thương mại điện tử ít tốn kém hơn về chi phí vận hành và chi phí cửa hàng. Bên cạnh đó, tính tiện lợi và linh hoạt cũng là một lý do quan trọng khiến cho khách hàng thích ứng với mô hình mua sắm trực tuyến. Họ có thể mua sắm bất kỳ lúc nào và ở bất kỳ đâu, chỉ cần có kết nối internet. Nhận thấy sự tiềm năng từ việc kinh doanh trên sàn thương mại điện tử, em đã chọn đề tài: ***“Dự án khởi nghiệp kinh doanh thời trang nam nữ trên các sàn Thương mại điện tử”***.

### **3. Mục tiêu của kế hoạch kinh doanh**

- Hệ thống hóa và ứng dụng kiến thức về quản trị doanh nghiệp, hoạch định, xây dựng kế hoạch kinh doanh vào thực tiễn.
- Nghiên cứu và phân tích tình hình cùng với xu hướng phát triển lĩnh vực thời trang trên các sàn thương mại điện tử Shopee và TikTok Shop.

- Phân tích chuẩn bị cho giai đoạn đầu khởi nghiệp, kinh doanh cũng như đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, các chỉ số doanh thu, lợi nhuận, chi phí.

- Từ những dữ liệu nghiên cứu và phân tích để đưa ra các giải pháp nhằm xây dựng và phát triển cửa hàng vững chắc trên sàn thương mại điện tử Shopee và TikTok Shop.

#### **4. Phương pháp xây dựng kế hoạch kinh doanh**

- Phân tích thị trường: Phân tích đối thủ cạnh tranh, phân tích đối tượng, insight khách hàng.

- Xác định mục tiêu kinh doanh: về doanh số, lợi nhuận, thị phần, thương hiệu.

- Phân tích SWOT: Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức để đưa ra những chiến lược S-O, S-T, W-O, W-T phù hợp.

- Xây dựng – lập kế hoạch về marketing, kế hoạch nguồn nhân lực, kế hoạch hoạt động, kế hoạch tài chính, kế hoạch quản lý rủi ro.

#### **5. Kết cấu của kế hoạch**

Dự án kinh doanh thời trang nam nữ trên các sàn thương mại điện tử gồm 2 phần và 7 chương:

**Phần I: Tóm tắt dự án kinh doanh thời trang nam nữ trên các sàn thương mại điện tử**

1. Ý tưởng kinh doanh
2. Lý do chọn kế hoạch kinh doanh
3. Mục tiêu của kế hoạch kinh doanh
4. Phương pháp xây dựng kế hoạch kinh doanh
5. Kết cấu của kế hoạch

#### **Phần II: Chi tiết nội dung bản kế hoạch kinh doanh**

Chương 1: Giới thiệu về dự án kinh doanh

Chương 2: Phân tích thị trường

Chương 3: Kế hoạch Marketing

Chương 4: Kế hoạch về nguồn nhân lực

Chương 5: Kế hoạch hoạt động

Chương 6: Kế hoạch tài chính

Chương 7: Kế hoạch quản lý rủi ro

## PHẦN II: CHI TIẾT NỘI DUNG BẢN KẾ HOẠCH KINH DOANH

### CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ DỰ ÁN KINH DOANH

#### 1.1 Thông tin về cửa hàng Stun Clothing

- Tên cửa hàng: Stun Clothing
- Địa chỉ gian hàng trên Shopee: [shopee.vn/stunclothing](https://shopee.vn/stunclothing)
- Địa chỉ gian hàng trên TikTok Shop:  
[https://www.tiktok.com/@stunfashion?\\_t=8lWJOquzSjJ&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@stunfashion?_t=8lWJOquzSjJ&_r=1)
- Số điện thoại: 0382268358
- Hình thức kinh doanh: Hộ kinh doanh

**Bảng 1.1 Thành viên tham gia dự án**

TT	Thành viên	Vốn góp
1	Phạm Vũ Trúc Anh (Founder cũng như người đại diện)	40.000.000
2	Vũ Ngọc Định	20.000.000

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

- Lĩnh vực kinh doanh: Quần áo nam nữ.
- Địa điểm kinh doanh: Trên sàn thương mại điện tử Shopee, TikTok Shop.
- Địa điểm kho: Đường Thanh Bình, phường Mộ Lao, quận Hà Đông, Thành phố Hà Nội.
- Thời gian dự kiến đi vào hoạt động: 1/9/2024.
- Tầm nhìn: Trở thành thương hiệu thời trang mang phong cách hiện đại, cá tính, mang đến cho khách hàng chuỗi giá trị về chất lượng sản phẩm, dịch vụ với giá thành hợp lý.
- Sứ mệnh:
  - + Cung cấp các sản phẩm thời trang phù hợp xu hướng của thời đại.
  - + Mang đến cho người Việt những sản phẩm thời trang “chất lượng tốt, giá thành rẻ”.
- Triết lý kinh doanh: "STUN CLOTHING luôn tận tâm với khách hàng, cam kết mang đến những sản phẩm chất lượng tốt với giá thành hợp lý."

**- Mục tiêu kinh doanh:**

**+ Mục tiêu về doanh số, doanh thu:**

*Theo tháng:*

Đạt 150 đơn hàng trong tháng đầu tiên hoạt động

Đạt 200 đơn hàng trong tháng thứ 2

Đạt 250 đơn hàng trong tháng thứ 3

*Theo năm:*

Năm 1: Đạt doanh thu 650 triệu đồng

Năm 2: Đạt doanh thu 800 triệu đồng

Năm 3: Đạt doanh thu tối thiểu 900 triệu đồng

**+ Mục tiêu về lợi nhuận:** Mỗi sản phẩm bán ra đạt được mục tiêu lợi nhuận tối thiểu 20%. Sau khi đã chiếm được thị phần sẽ tăng tối thiểu 20% lợi nhuận trên mỗi sản phẩm.

**+ Mục tiêu về thị phần:**

Năm 2024: Chiếm lĩnh 1% thị phần phân khúc thị trường quần áo nam, nữ.

Năm 2025: Chiếm lĩnh 2% thị phần phân khúc thị trường quần áo nam, nữ.

Mở rộng sang thị trường Malaysia, Thái Lan.

Năm 2028: Chiếm lĩnh 5% thị phần phân khúc thị trường quần áo nam, nữ.

Mở rộng sang Đông Nam Á như Malaysia, Thái Lan, Singapo, Philippines,...

**+ Mục tiêu về nhận thức thương hiệu:**

3 tháng đầu tiên: Đạt 6.000 lượt truy cập trang thương mại điện tử trong vòng 3 tháng đầu tiên hoạt động.

3 tháng tiếp theo: tăng thêm 40% lượng truy cập trang thương mại điện tử.

Xây dựng thương hiệu uy tín, được khách hàng tin tưởng.

Nâng cao nhận thức thương hiệu trên thị trường TMĐT.

Trở thành một trong những địa chỉ tin cậy hàng đầu khi khách hàng tìm hiểu và lựa chọn quần áo nam nữ trên sàn TMĐT.

Năm 2028: Xây dựng được uy tín thương hiệu trên thị trường TMĐT Đông Nam Á.

+ **Mục tiêu về lòng trung thành của khách hàng:** Tăng 10% tỷ lệ khách hàng quay lại mua hàng trong vòng 6 tháng.

## 1.2 Bộ nhận diện thương hiệu

- Slogan “Something that you need”
- Logo cửa hàng



**Hình 1.1 Logo cửa hàng Stun Clothing**

*(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)*

Ý nghĩa logo: Nền màu xanh đậm mang ý nghĩa cho sự tươi mới, sự tăng trưởng, phát triển mạnh mẽ. Tên thương hiệu được vẽ theo phong cách Graffiti, Graffiti là một hình thức nghệ thuật đường phố, thường gắn liền với sự nổi loạn và tinh thần tự do. Vì vậy, Stun Clothing mong muốn mang đến thương hiệu thời trang giúp người mặc thể hiện cá tính mạnh mẽ và phong cách riêng biệt, phản ánh được cái tôi của người mặc.

- Tag quần áo, túi niêm yết, thiệp cảm ơn và trang chủ Shopee, TikTok Shop Stun Clothing:



**Hình 1.2 Mặt trước và mặt sau của tag quần áo Stun Clothing**

*(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)*

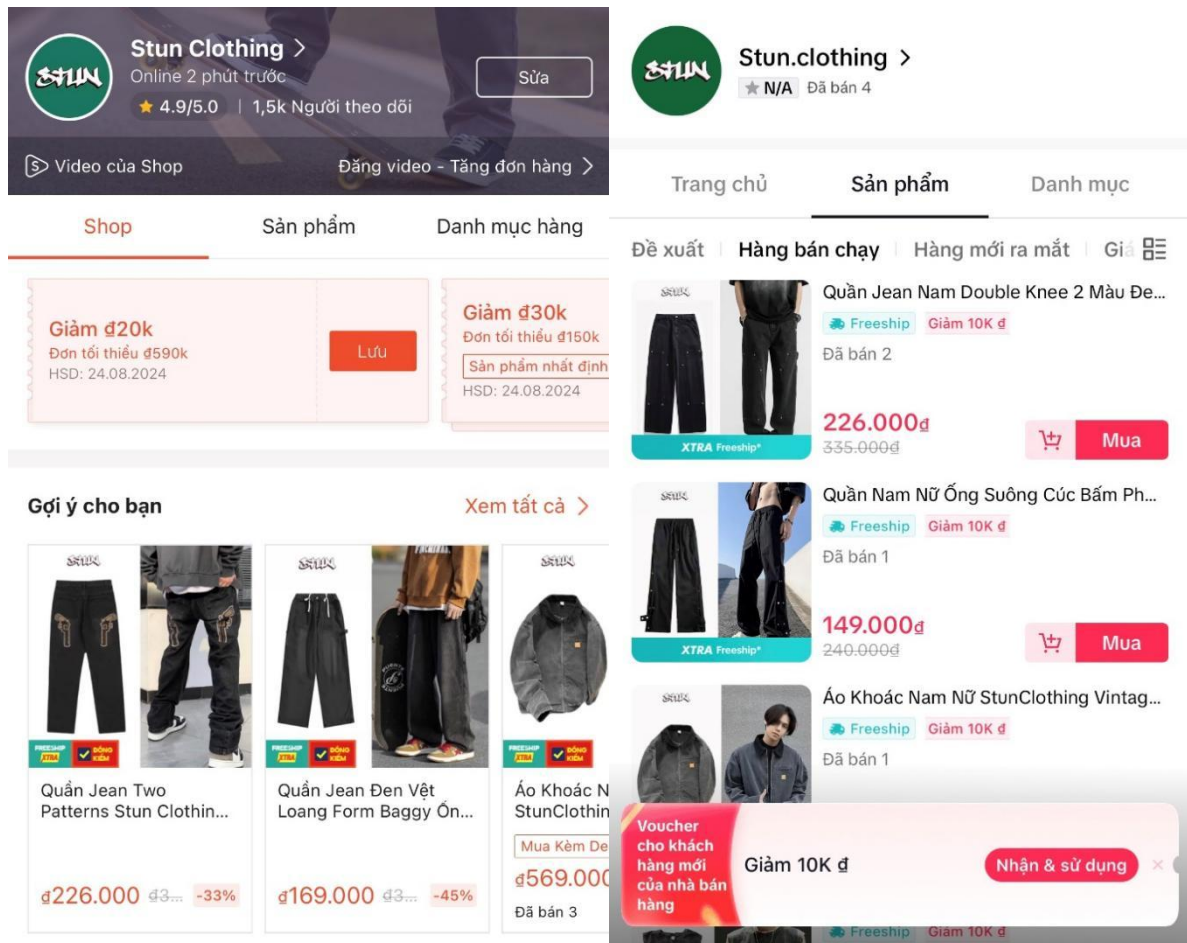


**Hình 1.3 Túi niêm phong và túi zip Stun Clothing**  
(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)



**Hình 1.4 Mặt trước và mặt sau của thiệp cảm ơn Stun Clothing**  
(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)





**Hình 1.5 Trang web Shopee và TikTok Shop Stun Clothing**

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

### 1.3 Phân tích ý tưởng kinh doanh theo mô hình SWOT

#### 1.3.1 Mô tả sản phẩm

Các sản phẩm của Stun Clothing chủ yếu là về quần jeans nam nữ



**Hình 1.6 Một số sản phẩm của Stun Clothing**

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

#### 1.3.2 Nguồn cung cấp hàng hóa

Nhập hàng từ sàn thương mại điện tử Taobao của Trung Quốc, vận chuyển qua kho hàng hóa của công ty Logistics tại Hà Nội.



### 1.3.3 Lợi thế cạnh tranh của sản phẩm

Điểm khác biệt của Stun Clothing nằm ở một số thiết kế sản phẩm độc đáo, chưa xuất hiện phổ biến tại thị trường Việt Nam, chất lượng vải dày dặn, đường chỉ may khéo léo và giá cả thấp hơn thị trường. Khách hàng sẽ cảm nhận được giá thành rẻ nhưng chất lượng không hề rẻ. Bên cạnh đó, thay vì phải chờ đợi hơn 10 ngày order quần (chưa tính thời gian giao hàng) từ các shop quốc tế về thì quần ở Stun Clothing đều là hàng có sẵn, chỉ mất 1-2 ngày giao ở Hà Nội và 3-4 ngày ở các tỉnh khác.

### 1.3.4 Phân tích SWOT

**Bảng 1.2 Bảng phân tích SWOT**

<b>STRENGTHS</b>	<b>WEAKNESS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Đa dạng mẫu mã, mẫu đẹp, lạ</li><li>- Không có nhiều hàng tồn kho</li><li>- Mẫu mã phù hợp với thị hiếu của giới trẻ</li><li>- Không tốn nhiều chi phí (VD: Mặt bằng, decor shop,..)</li><li>- Thoải mái thời gian làm việc</li><li>- Có sẵn đơn vị vận chuyển, giao hàng tiện lợi</li><li>- Nhận được sự hỗ trợ từ sàn thương mại</li><li>- Tận dụng được sự tiện lợi của công nghệ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Khó tìm nguồn cung chất lượng</li><li>- Vận chuyển về Việt Nam xa nên thời gian nhận được hàng sẽ lâu (7-10 ngày)</li><li>- Sản phẩm bị lỗi thì trả lại cho xưởng sản xuất nước ngoài bị tốn nhiều chi phí</li><li>- Mở shop trên TMĐT nên phải chịu sự quản lý, chính sách của sàn đó</li><li>- Bị động trong việc cung ứng sản phẩm</li></ul>
<b>OPPORTUNITIES</b>	<b>THREATS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Xu hướng khách hàng tiêu dùng online ngày càng cao</li><li>- Cửa khẩu đã cởi mở hơn trong việc giao hàng quốc tế</li><li>- Nhiều đơn vị Logistics hỗ trợ vận</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Có nhiều đối thủ cạnh tranh</li><li>- Cửa hàng trực tiếp ngày càng nhiều</li><li>- Bị tắc biên hoặc cấm biên thì sẽ bị mất hàng và chờ rất lâu</li><li>- Chính sách Shopee bảo vệ người</li></ul>

chuyển hàng hóa với giá thành rẻ - Xu hướng nhập hàng order tăng cao => KH bắt đầu có niềm tin vào hàng order - Chính sách của Nhà Nước đang khuyến khích ngành Logistics - Nguồn khách hàng lớn, ở mọi nơi	mua khiến các shop bán có nguy cơ bị khách hàng bùng hàng, tráo hàng, ăn cắp hàng hóa,...
---	---

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

Các chiến lược từ bảng SWOT

### ***Chiến lược S-O***

- Với mẫu mã độc đáo, phù hợp với thị hiếu của giới trẻ và xu hướng tiêu dùng online ngày càng cao thì cửa hàng nên đẩy mạnh về việc xây dựng thương hiệu tạo dựng uy tín về chất lượng sản phẩm để khách hàng yên tâm mua hàng online mà không xảy ra tình trạng mẫu mã không giống hình.

- Không tốn nhiều chi phí mặt bằng, decor cửa hàng và có sẵn đơn vị vận chuyển với lượng khách hàng lớn, có mặt ở mọi nơi thì cửa hàng nên tập trung trang trí gian hàng trực tuyến sao cho chuyên nghiệp và tăng chi phí quảng cáo để lượt hiển thị đến với khách hàng cao hơn so với đối thủ cạnh tranh.

### ***Chiến lược W-O***

- Việc vận chuyển từ Trung Quốc về đến Việt Nam mất 7-10 ngày nhưng hiện tại chính sách của nhà nước khuyến khích ngành Logistics và có nhiều đơn vị Logistics hỗ trợ vận chuyển theo đường xách tay nên thời gian vận chuyển được rút ngắn xuống khoảng 2-5 ngày.

- Xu hướng order tăng cao, cửa hàng nên tìm hiểu làm việc với đơn vị vận chuyển Logistics hỗ trợ tìm nguồn cung cũng như hỗ trợ đổi trả hàng khi hàng bị lỗi.

### ***Chiến lược S-T***

- Tận dụng sản phẩm có mẫu mã độc đáo, chưa xuất hiện ở thị trường để quảng bá tạo sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh.

### ***Chiến lược W-T***

- Vận chuyển về Việt Nam lâu, xảy ra tình trạng tắc biên, cấm biên. Cửa hàng nên làm việc với đơn vị Logistics uy tín, hỗ trợ hỏa tốc line đường bộ-line xách tay thì thời gian vận chuyển ngắn hơn cũng như không xảy ra tình trạng mất hàng.

- Chính sách sàn TMĐT bảo vệ người mua cũng như cửa hàng phải chịu sự quản lý của sàn TMĐT thì cửa hàng nên chăm chút, quay video bằng chứng khâu đóng gói hàng, hoàn trả hàng để tránh việc bị khách hàng trao hàng.

### **Đánh giá tổng quan:**

Stun Clothing là một brand mới xuất hiện trên thị trường Việt Nam, có một số mẫu mã mới lạ, độc đáo, chất lượng sản phẩm tốt, giá thành rẻ. Tuy nhiên, cửa hàng cũng cần khắc phục một số hạn chế như chủ động hơn trong nguồn cung để tránh việc chất lượng sản phẩm không đồng đều. Đầu tư hơn vào chi phí quảng cáo, chi phí vận hành sàn để được lên Shop yêu thích, lượt hiển thị trên feed của khách hàng được nhiều hơn. Với những cơ hội từ xu hướng tiêu dùng online tăng cao, lượng khách hàng lớn, cửa khẩu đã cởi mở hơn thì cửa hàng cũng nên chủ động nắm bắt cơ hội đó. Bên cạnh những cơ hội thì cũng còn tồn tại những thách thức như có nhiều đối thủ cạnh tranh, tình trạng tắc biên, mất hàng vẫn còn xảy ra...

Do đó, qua việc đánh giá phân tích mô hình SWOT, cửa hàng đã đưa ra một số chiến lược như:

- Chủ động tìm hiểu, lựa chọn đơn vị vận chuyển hỗ trợ tìm nguồn cung, hỗ trợ làm việc với shop Trung Quốc, hỗ trợ vận chuyển hỏa tốc và đổi trả khi hàng hóa bị thiếu, bị lỗi.

- Tập trung vào việc xây dựng thương hiệu để nâng cao uy tín trên thị trường cũng như đầu tư mạnh vào chi phí quảng cáo giúp khách hàng biết đến thương hiệu nhiều hơn.

## CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

### 2.1 Mô tả môi trường kinh doanh (PEST)

#### 2.1.1 Chính trị (Political)

Nền chính trị ổn định tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh.

Trong quyết định phê duyệt kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025, Nhà nước đưa ra mục tiêu tổng quát và giải pháp như sau:

##### a. Mục tiêu tổng quát:

- Khuyến khích, hỗ trợ, thúc đẩy ứng dụng rộng rãi thương mại điện tử trong doanh nghiệp và cộng đồng.

- Nhà nước còn khuyến khích mở rộng thị trường tiêu thụ cho hàng hóa Việt Nam trong và ngoài nước thông qua ứng dụng thương mại điện tử; đẩy mạnh giao dịch, thương mại điện tử xuyên biên giới.

##### b. Nhóm giải pháp:

- Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động thương mại điện tử, đấu tranh chống các hành vi gian lận thương mại, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và cạnh tranh không lành mạnh trong thương mại điện tử.

- Tăng cường năng lực các hệ thống hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ cho thương mại điện tử.

- Đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu chủ lực, mở rộng tiêu thụ cho hàng hóa nội địa và thúc đẩy phát triển thương mại điện tử tại các địa phương.

#### 2.1.2 Kinh tế (Economic)

Kinh tế Việt Nam 2023 duy trì xu hướng phục hồi, tiếp tục là điểm sáng của kinh tế toàn cầu (theo Cổng Thông tin điện tử Chính phủ). Kinh tế vĩ mô cơ bản ổn định; lạm phát thấp hơn mục tiêu Quốc hội đề ra; nợ công, nợ Chính phủ, nợ nước ngoài, bội chi ngân sách nhà nước được kiểm soát; tăng trưởng được thúc đẩy; các cân đối lớn của nền kinh tế được bảo đảm. Tăng trưởng GDP cả năm khoảng 5% thuộc nhóm các nước tăng trưởng cao trong khu vực và thế giới.

Theo Bộ công thương cục thương mại điện tử và kinh tế số 2023, tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử của Việt Nam được xếp vào nhóm 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử hàng đầu thế giới.

Kinh tế Việt Nam năm 2024, theo cục thống kê, các tổ chức quốc tế (UN, WB, AMRO) đều dự báo tăng trưởng của Việt Nam năm 2024 tăng so với năm 2023, đạt khoảng 5,5% – 6,0%.

Theo báo kinh tế&đô thị, dự báo doanh thu và sản lượng bán bán ra trên các sàn bán lẻ trực tuyến B2C Việt Nam tiếp tục tăng mạnh (cụ thể là tăng hơn 35%) trong năm 2024. Trong đó, 3 ngành hàng đứng đầu về doanh thu và số lượng bán gồm Làm đẹp, Nhà cửa-Đời sống và Thời trang nam nữ. Đây đều là những ngành hàng có sản phẩm có vòng đời ngắn và tỉ lệ mua lại cao.

### ***2.1.3 Xã hội (Social)***

Phong cách sống hiện đại, sự đa dạng về văn hóa cũng như lối sống chạy theo cái đẹp của giới trẻ hiện nay cũng tạo ra nhiều cơ hội cho Stun Clothing. Bên cạnh đó sự phổ biến và thói quen tiêu dùng trên sàn thương mại điện tử cũng tạo ra một môi trường thuận lợi cho việc tiếp cận và tương tác với khách hàng tiềm năng.

### ***2.1.4 Công nghệ (Technological)***

Với sự giúp sức của công nghệ, thương mại điện tử tăng trưởng với tốc độ đáng kinh ngạc. Việc các sàn thương mại áp dụng công nghệ AI vào giúp tiết kiệm nhân lực và chi phí khi trở thành công cụ hỗ trợ, tư vấn khách hàng ở một số khía cạnh cơ bản. Bên cạnh đó cũng giúp các gian hàng trực tuyến quản lý được tồn kho, quản lý được vận chuyển hàng hóa, phân tích, đánh giá hiệu quả của các chỉ số hoạt động để từ đó các gian hàng đưa ra các giải pháp khắc phục hạn chế kịp thời.

## **2.2 Thị trường mục tiêu**

### ***2.2.1 Chân dung khách hàng mà Stun Clothing muốn hướng tới***

a. Đặc điểm cá nhân:

- Độ tuổi: Từ 16-40 tuổi
- Giới tính: Cả nam và nữ

- Học vấn, nghề nghiệp: Học sinh, sinh viên, lao động trực tiếp
- Phạm vi: Toàn Quốc

b. Thói quen, hành vi tiêu dùng:

- Là những người yêu thích thời trang, trẻ tuổi và năng động, mang phong cách riêng. Là người bận rộn khi không có nhiều thời gian mua sắm tại cửa hàng truyền thống nên mong muốn sự tiện lợi, dễ sử dụng mà mua sắm trực tuyến đem lại.

- Quan tâm về giá cả phải hợp lí mà chất lượng mang lại tốt. Luôn áp mã giảm giá khi mua hàng, lướt truy cập vào các ngày sale trên sàn cao.

### **2.2.2 Insight khách hàng**

- Phong cách cá nhân và sở thích thời trang: Giúp khách hàng thể hiện được phong cách, chất riêng.

- Giá trị và chất lượng: Không chỉ đẹp về thiết kế mà Stun Clothing còn đem lại chất lượng tốt và giá thành hợp lí.

- Trải nghiệm mua sắm: Giao diện mua hàng trên các sàn thương mại điện tử dễ dùng, quá trình thanh toán, vận chuyển minh bạch dễ dàng theo dõi. Stun Clothing còn hỗ trợ đổi trả miễn phí khi khách muốn đổi size, 1 đổi 1 khi lỗi của nhà sản xuất,...

- Chương trình khuyến mãi: Khách hàng luôn có xu hướng mua trực tuyến vì rẻ hơn so với mua trực tiếp tại cửa hàng do có nhiều mã giảm giá, tiện lợi.

### **2.2.3 Quy mô thị trường (TAM, SAM, SOM)**

**a. TAM (Total Addressable Market - Tổng thị trường khả dụng):** là tổng số lượng khách hàng hoặc doanh nghiệp mà một sản phẩm hoặc dịch vụ có thể phục vụ trong một thị trường cụ thể.

**b. SAM (Serviceable Addressable Market - Thị trường mục tiêu)** Là một phần nhỏ của TAM, SAM đại diện cho số lượng khách hàng mà một doanh nghiệp có thể thực sự phục vụ, dựa trên các yếu tố như khả năng hạ tầng, chiến lược tiếp thị, và các hạn chế khác.

**c. SOM (Serviceable Obtainable Market -Thị trường có thể khai thác)** là một phần của SAM mà doanh nghiệp có khả năng thực tế chiếm lĩnh, dựa trên nguồn lực, khả năng cạnh tranh và chiến lược kinh doanh.

**d. Áp dụng vào Stun Clothing:** Theo Tổng cục thống kê

- Dân số Việt Nam: ~100 triệu người  
- Phân khúc khách hàng có độ tuổi từ 16-40 tuổi chiếm khoảng 50% dân số: 50 triệu người.

- Tỷ lệ sử dụng Internet tại Việt Nam theo báo cáo toàn diện Digital Việt Nam: ~78% dân số (78 triệu người)

- Tỷ lệ mua sắm trực tuyến theo báo cáo thương mại điện tử trong phân khúc 16-40 tuổi: ~60%.

=> **TAM** = 50 triệu người x 78% x 60% = 23.4 triệu người

- Tỷ lệ người dùng thường xuyên mua sắm trực tuyến theo báo cáo thương mại điện tử: ~50%.

=> **SAM** = 23.4 triệu người x 50% = 11.7 triệu người

- Stun Clothing đặt mục tiêu chiếm lĩnh được 1% thị phần .

=> **SOM** = 11.7 triệu người x 1% = 117.000 người

Vậy quy mô thị trường có thể khai thác của Stun Clothing là 117.000 người.

**2.3 Phân tích đối thủ cạnh tranh**

**Bảng 2.1 Đối thủ cạnh tranh**

(ĐVT: VND)

Đối thủ cạnh tranh		Đặc điểm	
		Ưu điểm	Nhược điểm
<b>Đối thủ cạnh tranh Trực Tiếp</b>	VUNC_Official	- Lướt theo dõi cao: 32.300 - Đa dạng sản phẩm: 2.600 - Đánh giá shop: - Giá thành rẻ: dao động 25.000-949.000đ	- Shop quốc tế nên vận chuyển lâu: trên 9 ngày - Việc đổi trả hàng với Shop quốc tế còn nhiều hạn chế, đôi khi không đổi được - Chất lượng sản phẩm tồn tại một số hạn chế như: Đường may không chắc

Đối thủ cạnh tranh		Đặc điểm	
		Ưu điểm	Nhược điểm
		- Thiết kế đẹp mắt, độc đáo	chấn, chất lượng sản phẩm không đồng đều,...
	FireOnFire	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lướt theo dõi: 8.900</li> <li>- Đa dạng sản phẩm: 140</li> <li>- Đánh giá shop: 4.9</li> <li>- Giá thành: dao động 199.000-1.720.000đ</li> <li>- Tỷ lệ phản hồi khách hàng cao: 99%</li> <li>- Thiết kế đa dạng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giá thành ở mức trung bình</li> <li>- Mặc dù có 140 sản phẩm nhưng shop chỉ bán chạy tập trung vào 2 sản phẩm =&gt; Chứng tỏ shop chưa đầu tư vào MKT</li> </ul>
	Miuzi_jean	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lướt theo dõi cao: 37.700</li> <li>- Đa dạng sản phẩm: 121</li> <li>- Đánh giá shop: 4.7 sao</li> <li>- Giá thành: dao động 168.000-400.000đ</li> <li>- Có mã giảm giá của shop</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thiết kế khá đơn giản</li> <li>- Chất lượng sản phẩm chưa giống mô tả</li> <li>- Có nhiều đánh giá của khách hàng về tình trạng giao nhầm hàng</li> </ul>
	RETRO	- Lướt theo dõi cao:	- Chất lượng quần còn bị



Đối thủ cạnh tranh		Đặc điểm	
		Ưu điểm	Nhược điểm
		46.900 - Đa dạng sản phẩm: 68 - Đánh giá shop: 4.9 sao - Giá thành: dao động 79.000-460.000đ - Thiết kế theo phong cách Retro đường phố - Có mã giảm giá của shop	lỗi, nhận khá nhiều đánh giá tiêu cực của khách hàng
<b>Đối thủ cạnh tranh gián tiếp</b>	Các cửa hàng quần áo bán lẻ tại chợ, siêu thị	- Sản phẩm đa dạng - Dễ dàng nhận biết chất lượng, được thử để biết có phù hợp với ngoại hình - Nhiều sự lựa chọn hơn và những lúc cần gấp thì dễ dàng mua được	- Chưa có mặt nhiều trên sàn thương mại điện tử - Mẫu mã đại trà, phổ biến, dễ đụng hàng - Giá thành thường đắt hơn trên sàn TMĐT - Trải nghiệm mua sắm đôi khi không được tốt

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

Để có thể cạnh tranh, Stun Clothing nên tập trung chọn lọc kỹ về chất lượng cũng như thiết kế độc đáo và đảm bảo hàng sẽ giống với mô tả để tránh tình trạng khách đánh giá tiêu cực, bên cạnh đó sẽ nhập số lượng sao cho hàng luôn có sẵn để khách không cần phải chờ đợi.

## CHƯƠNG 3: KẾ HOẠCH MARKETING

### 3.1 Chiến lược sản phẩm

#### 3.1.1 Chiến lược sản phẩm ngắn hạn

##### 3.1.1.1 Điểm nổi bật của sản phẩm

Sản phẩm của Stun Clothing được nhập từ sàn TMĐT Taobao của Trung Quốc và được vận chuyển về Việt Nam qua kho Logistics tại Hà Nội. Các sản phẩm chủ yếu là về quần và áo khoác.

Trên thị trường hiện nay, các thương hiệu thời trang giá rẻ có thiết kế đang khá là tương đồng, chất lượng thì không được đồng đều. Nếu khách hàng muốn có thiết kế độc đáo, không đại trà, chất lượng dày dặn thì phải trả mức giá cao hơn hoặc là order bên Trung Quốc với thời gian vận chuyển lâu từ 9-15 ngày. Nhận thấy được những hạn chế đó, Stun Clothing đã cải cách và có những **điểm khác biệt** như sau:

- Mẫu mã được lựa chọn kỹ lưỡng, đảm bảo rằng thiết kế độc đáo, không xuất hiện đại trà tại thị trường Việt Nam.
- Giá thành rẻ, chất lượng nổi trội hơn đôi thủ với chất vải dày dặn, giặt lâu ngày không bị phai màu, sùì vải và cam kết hàng giống với mô tả.
- Sản phẩm có tính ứng dụng cao: Dễ phối đồ, dễ bảo quản, dễ ứng dụng trong nhiều trường hợp hàng ngày như đi chơi, đi dạo phố, đi làm,...
- Hàng có sẵn, giao hàng nhanh chóng (1-2 ngày trong nội thành Hà Nội, 3-4 ngày với tỉnh khác).
- Dịch vụ chăm sóc khách hàng: Các chính sách hậu mãi: đổi trả hàng hóa khi hàng bị lỗi, không vừa size. Sự nhiệt tình, chuyên nghiệp luôn sẵn sàng hỗ trợ giải đáp thắc mắc, xử lý vấn đề nhanh chóng cho khách hàng.

##### 3.1.1.2 Sản phẩm quần

###### a. Thiết kế:

- Phong cách hiện đại, trẻ trung, streetwear, đa dạng về kiểu dáng, không bị đại trà trên thị trường.

- Sản phẩm có thiết kế phù hợp với nhiều dáng người như: Skinny, Slimfit, chubby,...
- Các sản phẩm được thiết kế với cách chi tiết như wash màu, túi hộp, denim,... giúp tạo điểm nhấn cá tính.

#### **b. Chất liệu:**

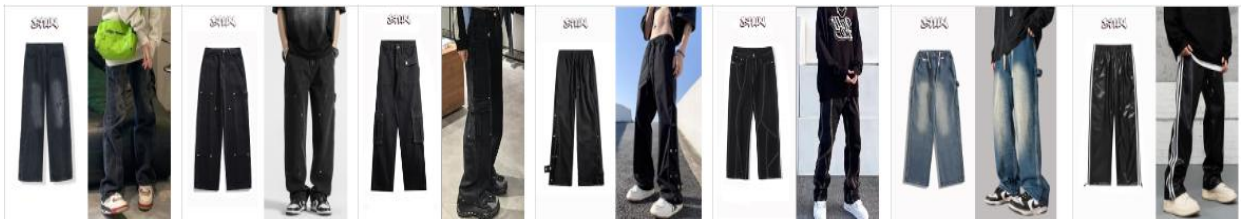
- Chất liệu denim, da, cotton
- Chất liệu dày dặn, đường may được đi cẩn thận không có nhiều chỉ thừa, dễ bảo quản, dễ giặt. Đặc biệt, sau nhiều lần giặt vải không bị xù.

#### **c. Màu sắc:**

- Màu basic phổ biến hiện nay như: đen, xanh, xám, kem dễ dàng phối đồ.
- Màu sắc bền, khó phai sau nhiều lần giặt.

#### **d. Tính năng**

- Chú trọng đến sự thoải mái, linh hoạt, phù hợp ứng dụng cho nhiều hoạt động hàng ngày như đi học, dạo phố, đi làm,...



**Hình 3.1 Một số sản phẩm của Stun Clothing**

*(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)*

#### **3.1.1.3 Sản phẩm áo khoác**

##### **a. Thiết kế:**

- Phong cách vintage, trẻ trung, streetwear, detroit jacket, retro Mỹ, không bị đại trà trên thị trường.
- Sản phẩm có thiết kế phù hợp với nhiều dáng người như: Skinny, Slimfit, chubby,...
- Các sản phẩm được thiết kế với cách chi tiết như túi ẩn, cổ áo bẻ, đường may, tạo sự thanh lịch và tạo điểm nhấn giúp chiếc áo không bị đơn giản, mờ nhạt trong tâm trí khách hàng.

**b. Chất liệu:**

- Chất liệu cotton.
- Chất liệu dày dặn nhưng không quá bí, đường may được đi cẩn thận, chắc chắn, không có nhiều chỉ thừa, dễ bảo quản, dễ giặt. Đặc biệt, sau nhiều lần giặt vải không bị xù.
- Chất liệu có độ co giãn nhẹ, thoáng giúp người mặc dễ dàng vận động.

**c. Màu sắc:**

- Màu basic như: đen, ghi, xanh, dễ phối đồ
- Màu sắc bền, khó phai sau nhiều lần giặt

**d. Tính năng:**

- Chú trọng đến sự thoải mái, linh hoạt, phù hợp ứng dụng cho nhiều hoạt động hàng ngày như đi học, dạo phố, đi làm,...
- Khả năng giữ ấm tốt, thích hợp cho mùa thu, đông.



**Hình 3.2 Chất vải và đường may sản áo khoác Stun Clothing**

*(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)*

**3.1.2 Chiến lược phát triển sản phẩm dài hạn**

- Sau khi bán giai đoạn ban đầu sẽ chọn lọc được các sản phẩm bán chạy và sản phẩm có tồn kho nhiều, mẫu mã, màu sắc phù hợp với thị hiếu thị trường để từ đó điều chỉnh và nhập số lượng lớn hơn.
- Đa dạng hóa mẫu mã sản phẩm: Cung cấp đầy đủ các loại quần áo nam nữ.

- Cập nhật xu hướng thời trang: Nghiên cứu và cập nhật thường xuyên các xu hướng thời trang mới nhất để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
- Nâng cao chất lượng sản phẩm: Sử dụng chất liệu vải cao cấp, đảm bảo chất lượng sản phẩm.
- Phát triển sản phẩm độc quyền: Tạo ra những sản phẩm độc đáo, khác biệt để thu hút khách hàng.

### **3.2 Chiến lược về giá**

Stun Clothing là một thương hiệu mới xuất hiện trên thị trường thời trang Việt Nam và cũng có nhiều đối thủ cạnh tranh trong ngành hàng. Để có thể đứng vững và phát triển, Stun Clothing đã lựa chọn chiến lược giá thâm nhập thị trường, một phương pháp định giá thấp hơn đối thủ để nhanh chóng thu hút sự chú ý của người tiêu dùng và giành được thị phần. Để có thể định giá bán sản phẩm, Stun Clothing đã dựa vào các yếu tố sau:

- Tham khảo giá đối thủ cạnh tranh: Stun Clothing tổng hợp và phân tích mức giá trung bình của đối thủ cạnh tranh trực tiếp.
- Đặt ra mức lợi nhuận mong muốn tối thiểu là 20%: Mức lợi nhuận này đảm bảo duy trì hoạt động cũng như mang đến cho khách hàng mức giá hợp lý.

**Về dài hạn**, khi đã đạt được một lượng khách hàng ổn định và thương hiệu bắt đầu được biết đến rộng rãi hơn, STUN CLOTHING có kế hoạch điều chỉnh giá theo hướng tăng giá thêm tối đa 20%. Điều này giúp tăng biên lợi nhuận, đồng thời vẫn duy trì được sự hài lòng của khách hàng hiện tại.

**Bảng 3.1 Giá nhập hàng bán***(ĐVT: VNĐ)*

STT	Tên sản phẩm	Giá gốc	Phí vận chuyển từ TQ về VN	Giá vốn hàng bán	Bảng size nhập					Tổng số lượng	Tổng giá vốn nhập
					S	M	L	XL	2XL		
1	Jean xanh vệt trắng	130,000 đ	12,600 đ	142,600 đ	3	5	5	5	2	20	2,852,000 đ
2	Jean đen 1 túi	125,000 đ	12,600 đ	137,600 đ	3	5	5	5	2	20	2,752,000 đ
3	Double knee	140,700 đ	12,600 đ	153,300 đ	3	5	5	5	2	20	3,066,000 đ
4	Túi hộp đen nữ	125,000 đ	12,600 đ	137,600 đ	3	5	5	5	2	20	2,752,000 đ
5	Jean đen sọc	125,000 đ	11,300 đ	136,300 đ	3	5	5	5	2	20	2,726,000 đ
6	Cúc bấm	101,500 đ	10,000 đ	111,500 đ	3	5	5	5	2	20	2,230,000 đ
7	Jean HCN	122,500 đ	12,600 đ	135,100 đ	3	5	5	5	2	20	2,702,000 đ
8	Quần da PU	125,300 đ	10,000 đ	135,300 đ	3	5	5	5	2	20	2,706,000 đ
9	Jean Khóa Kéo Phối Cúc Bấm	135,000 đ	12,000 đ	147,000 đ	3	5	5	5	2	20	2,940,000 đ
10	Áo Khoác Denim	300,000 đ	25,000 đ	325,000 đ	4	5	5	5	3	22	7,150,000 đ
										<b>202</b>	<b>31,876,000 đ</b>

*(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)*



**Bảng 3.2 Giá bán trên sàn Shopee***(ĐVT: VNĐ)*

STT	Tên sản phẩm	Giá vốn hàng bán (bao gồm phí đóng gói)	Phí trên shopee		Lợi nhuận đơn hàng trên sàn Shopee	Giá bán trên sàn Shopee
			Phí thanh toán (4%): Tổng số tiền khách phải thanh toán*4%	Phí: Freeship Extra (8%)		
1	Jean xanh vệt trắng	144,906 đ	7,560 đ	15,120 đ	21,414 đ	189,000 đ
2	Jean đen 1 túi	139,906 đ	9,160 đ	18,320 đ	61,614 đ	229,000 đ
3	Double knee	155,606 đ	9,440 đ	18,880 đ	52,074 đ	236,000 đ
4	Túi hộp đen nữ	139,906 đ	9,160 đ	18,320 đ	61,614 đ	229,000 đ
5	Jean đen sọc	138,606 đ	8,360 đ	16,720 đ	45,314 đ	209,000 đ
6	Cúc bấm	113,806 đ	7,160 đ	14,320 đ	43,714 đ	179,000 đ
7	Jean HCN	137,406 đ	9,160 đ	18,320 đ	64,114 đ	229,000 đ
8	Quần da PU	137,606 đ	7,560 đ	15,120 đ	28,714 đ	189,000 đ
9	Jean Khóa Kéo Phối Cúc Bấm	149,306 đ	9,160 đ	18,320 đ	52,214 đ	229,000 đ
10	Áo Khoác Denim	327,306 đ	25,960 đ	51,920 đ	243,814 đ	649,000 đ

*(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)***Bảng 3.3 Giá bán trên sàn TikTok Shop***(ĐVT: VNĐ)*

STT	Tên sản phẩm	Giá vốn hàng bán (bao gồm phí đóng gói)	Phí trên TikTok Shop			Lợi nhuận đơn hàng trên sàn TikTok	Giá bán trên sàn TikTok
			Phí thanh toán (3%): Tổng số tiền khách phải thanh toán*3%	Phí cố định (2%)	Phí Xtra Shipping Voucher (4.5%)		
1	Jean xanh vệt trắng	144,906 đ	5,670 đ	3,780 đ	8,505.0 đ	26,139 đ	189,000 đ
2	Jean đen 1 túi	139,906 đ	6,870 đ	4,580 đ	10,305.0 đ	67,339 đ	229,000 đ
3	Double knee	155,606 đ	7,080 đ	4,720 đ	10,620.0 đ	57,974 đ	236,000 đ
4	Túi hộp đen nữ	139,906 đ	6,870 đ	4,580 đ	10,305.0 đ	67,339 đ	229,000 đ
5	Jean đen sọc	138,606 đ	6,270 đ	4,180 đ	9,405.0 đ	50,539 đ	209,000 đ
6	Cúc bấm	113,806 đ	5,370 đ	3,580 đ	8,055.0 đ	48,189 đ	179,000 đ
7	Jean HCN	137,406 đ	6,870 đ	4,580 đ	10,305.0 đ	69,839 đ	229,000 đ
8	Quần da PU	137,606 đ	5,670 đ	3,780 đ	8,505.0 đ	33,439 đ	189,000 đ
9	Jean Khóa Kéo Phối Cúc Bấm	149,306 đ	6,870 đ	4,580 đ	10,305.0 đ	57,939 đ	229,000 đ
10	Áo Khoác Denim	327,306 đ	19,470 đ	12,980 đ	29,205.0 đ	260,039 đ	649,000 đ

*(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)*

### 3.3 Chiến lược kênh phân phối

Stun Clothing lựa chọn lập gian hàng trực tuyến trên 2 sàn thương mại điện tử đang phổ biến nhất hiện nay đó là Shopee và TikTok Shop. Hai sàn TMĐT này có giao diện dễ sử dụng, minh bạch trong quá trình thanh toán, vận chuyển cũng như dễ làm content, MKT thu hút khách hàng.

Stun Clothing lựa chọn những đơn vị vận chuyển uy tín, giao đúng hàng như Shopee Express và Giao Hàng Nhanh, J&T. Bên cạnh đó Stun cũng hỗ trợ giao hàng hỏa tốc nếu như khách hàng cần gấp hoặc tự giao hàng khu vực nội thành Hà Nội.

### 3.4 Chiến lược quảng bá

#### 3.4.1 Chiến lược quảng bá ngắn hạn

##### a. Shopee

**Bảng 3.4 Kế hoạch MKT sàn Shopee**

(ĐVT: VND)

Công việc	Nội dung	Chi phí
Thiết lập lại các công cụ marketing (30 ngày đầu tiên lập shop)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cài đặt các chương trình khuyến mãi</li> <li>- Cài đặt voucher giảm giá</li> <li>- Cài đặt các chương trình mua kèm deal sốc, combo khuyến mãi</li> <li>- Cài đặt flash sale cho shop</li> <li>- Đăng ký các chương trình sale lớn với sàn</li> </ul>	
Tối ưu quảng cáo	<b>Giai đoạn 1: Tháng đầu tiên lập shop</b>	0đ
	<b>Giai đoạn 2: Từ tháng thứ 2</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quảng cáo khám phá cho Vị trí hiển thị là Có thể bạn cũng thích. (Giá cho mỗi lượt click là khoảng 480-720đ)</li> <li>- Quảng cáo Tìm kiếm: Thêm từ khóa, điều chỉnh giá thầu cho phù hợp"</li> </ul>	2.000.000đ
	<b>Giai đoạn 3: Các tháng sau</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kết hợp xây dựng kịch bản livestream hiệu quả, tăng tỉ lệ chuyển đổi</li> <li>- Setup background livestream chuyên nghiệp</li> </ul>	10% Doanh thu

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)



- Tặng 300 xu cho khách hàng đánh giá kèm hình ảnh sản phẩm.
- Tạo voucher ưu đãi cho người mới theo dõi shop.
- Chạy quảng cáo trước ngày sale để tăng lượt hiển thị đến khách hàng.
- Đăng kí flashsale, mã giảm giá vào các ngày sale của sản phẩm ví dụ như: 5/5, 15/5, 25/5,...
- Tạo mã giảm giá, combo của shop để khách hàng mua được với giá hời.
- Tặng quà tặng đi kèm khi có khách hàng đặt từ 2 sản phẩm trở lên.
- Kết hợp đăng video trên Shopee để khách hàng được ưu đãi từ sản phẩm nhiều hơn.

#### ***b. TikTok Shop***

**Bảng 3.5 Kế hoạch MKT TikTok Shop**

(ĐVT: VNĐ)

<b>Công việc</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Chi phí</b>
Thiết lập lại các công cụ marketing (30 ngày đầu tiên lập shop)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cài đặt các chương trình khuyến mãi</li> <li>- Cài đặt voucher giảm giá</li> <li>- Cài đặt các chương trình mua kèm deal sốc, combo khuyến mãi</li> <li>- Cài đặt flash sale cho shop</li> <li>- Đăng ký các chương trình sale lớn với sản phẩm</li> </ul>	
Content video TikTok Shop	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chụp ảnh, quay video về các sản phẩm Stun Clothing: 2 quần/ tuần</li> <li>- Content là quay cận chất sản phẩm và mặc lên form mẫu; funny video;...</li> <li>- Gắn Logo, giỏ hàng vào từng video</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chọn video phù hợp để quảng cáo tăng lượt xem trong vòng 7 ngày</li> </ul>	350.000đ

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

#### ***c. Trên Social Media***

- Gắn link Shopee và TikTok Shop trên phần giới thiệu trang cũng như trong từng bài viết.
- Đăng những bài viết về chương trình khuyến mãi để điều hướng khách hàng sang sản phẩm TMĐT.



**Hình 3.3 Banner Flash Sale**

*(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)*

#### ***3.4.2 Chiến lược Marketing dài hạn***

- Tiếp thị đa kênh: Tiếp thị sản phẩm trên nhiều kênh khác nhau như sàn TMĐT, mạng xã hội, website, influencer marketing.
- Tối ưu hóa SEO: Tối ưu hóa gian hàng TMĐT và website để tăng khả năng hiển thị trên các công cụ tìm kiếm.
- Chạy quảng cáo: Chạy quảng cáo trên các nền tảng như Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads.
- Tham gia các chương trình khuyến mãi: Tham gia các chương trình khuyến mãi của các sàn TMĐT để thu hút khách hàng.
- Hợp tác với influencer: Hợp tác với các influencer để quảng bá sản phẩm đến khách hàng tiềm năng.
- Phân tích hiệu quả của các chiến lược Marketing: Chiến lược nào hiệu quả và chiến lược nào điều chỉnh.

## CHƯƠNG 4: KẾ HOẠCH VỀ NGUỒN NHÂN LỰC

### 4.1 Kế hoạch nhân lực dự kiến

#### 4.1.1 Kế hoạch ngắn hạn

Vì quy mô, số lượng hàng nhập nhỏ và lượng công việc ít nên Stun Clothing không ưu tiên chọn phương án thuê nhân sự bên ngoài (Human Resource Outsourcing) mà sẽ tận dụng nguồn nhân sự sẵn có. Các mục công việc và người phụ trách được chia ra như sau:

**Bảng 4.1 Kế hoạch nguồn nhân lực ngắn hạn**

STT	Vị trí công việc	Mô tả công việc	Người phụ trách
1	Vận hành sàn	<ul style="list-style-type: none"><li>- Chạy ads nội sàn và tối ưu các chỉ số quảng cáo</li><li>- Phụ trách việc đăng tải và tối ưu SEO sản phẩm trên sàn TMDT</li><li>- Làm việc với nhân viên ngành và đăng ký các chương trình MKT, Campaign</li><li>- Cài đặt CTKM, flashsale, deal...trên sàn TMDT</li><li>- Theo dõi tồn kho các sản phẩm đề xuất nhập kho.</li></ul>	Trúc Anh, Định
2	Marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quản lý Fanpage Facebook và TikTok để kéo traffic về sàn TMDT</li><li>- Lên kế hoạch, định hướng các kênh Digital MKT</li><li>- Viết content để đưa cho bên quay, chụp, edit hình ảnh, video</li><li>- Lên lịch, đảm nhận đăng tải bài viết lên trên social media</li></ul>	Định
3	Chuyên viên tư vấn	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tư vấn, hỗ trợ khách hàng về sản phẩm, chính sách đổi trả hàng</li><li>- Lắng nghe phản hồi của khách hàng và đề xuất giải pháp giải quyết trường hợp khách</li></ul>	Trúc Anh

STT	Vị trí công việc	Mô tả công việc	Người phụ trách
		hàng có trải nghiệm không tốt khi mua hàng	
4	Đóng gói hàng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kiểm kê và sắp xếp hàng hóa tại kho</li> <li>- Ghi nhận số liệu kiểm kê và báo cáo bằng file</li> <li>- Đóng gói hàng hóa theo đơn từ khách hàng Shopee và TikTok Shop</li> <li>- Làm việc với bên giao hàng</li> </ul>	Trúc Anh, Định

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

#### 4.1.2 Kế hoạch dài hạn

Khi quy mô doanh số tăng, doanh thu tăng, lượng công việc nhiều, cụ thể là sau khi bán được 202 sản phẩm để chọn lọc các mẫu mã bán được. Từ đó sẽ xem xét nhập quy mô lớn và Stun Clothing sẽ xét đến phương án thuê nhân sự bên ngoài (Human Resource Outsourcing).

**Bảng 4.2 Kế hoạch nguồn nhân lực dài hạn**

(ĐVT: VND)

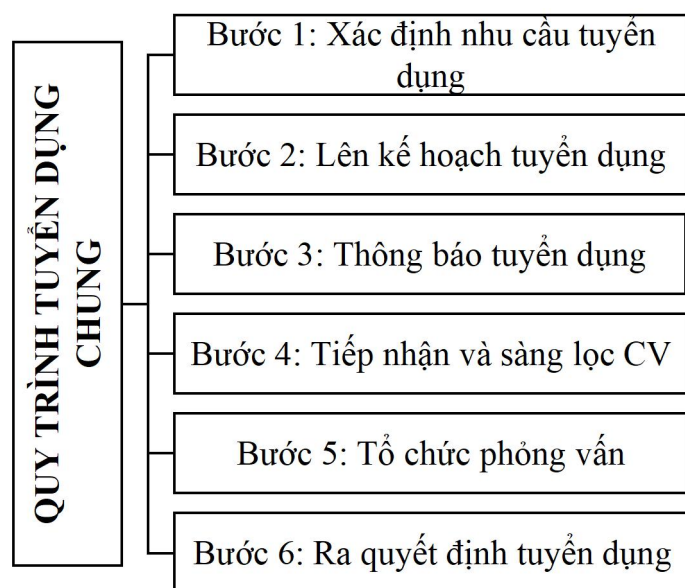
STT	Vị trí công việc	Số lượng cần tuyển	Thời gian làm việc	Lương dự kiến	Phúc lợi khác
1	Nhân viên quay, chụp, edit	1	Full-time (8h00-17h30)	8.000.000 đ/ tháng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trợ cấp ăn trưa</li> <li>- Nghỉ trưa 1h30p</li> <li>- Thưởng theo ngày lễ, Tết</li> <li>- Nghỉ 2 Thứ 7, Chủ Nhật</li> <li>- Nghỉ phép 12 ngày/năm</li> <li>- Xem xét deal lương chu kỳ 3 tháng</li> </ul>

STT	Vị trí công việc	Số lượng cần tuyển	Thời gian làm việc	Lương dự kiến	Phúc lợi khác
2	Model	1	Theo buổi, giờ	Cast thỏa thuận	- Trợ cấp ăn uống, đi lại - Bên shop phụ trách tư trang làm việc
3	Nhân viên kho	1	Full-time (8h00-17h30)	8.000.000 đ/ tháng	- Trợ cấp ăn trưa - Nghỉ trưa 1h30p - Thưởng theo ngày lễ, Tết - Nghỉ 2 Thứ 7, Chủ Nhật - Nghỉ phép 12 ngày/năm - Xem xét deal lương chu kỳ 3 tháng
<b>Tổng chi phí lương dự kiến</b>				<b>16.000.000đ/ tháng</b>	
<b>Cách thức trả lương</b>				<b>Tiền mặt hoặc chuyển khoản</b>	

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

## 4.2 Chính sách nhân sự tại Stun Clothing

### 4.2.1 Quy trình tuyển dụng chung



Sơ đồ 4.1 Quy trình tuyển dụng chung tại Stun Clothing

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

### **Bước 1: Xác định nhu cầu tuyển dụng**

Nhu cầu tuyển dụng sẽ được xác định theo tình hình lượng công việc, quy mô của cửa hàng. Sau khi thấy phù hợp sẽ đưa ra kế hoạch tuyển dụng.

### **Bước 2: Lên kế hoạch tuyển dụng**

- Tham khảo trên các trang tuyển dụng, web tuyển dụng để đưa ra bản mô tả công việc và tiêu chuẩn công việc phù hợp nhất.

- Sau đó xác định nguồn tìm kiếm ứng viên và lựa chọn phương pháp tuyển dụng từ đó tính toán chi phí tuyển dụng.

- *Tuyển dụng nhân sự từ nội bộ*: Ra thông báo để gửi đến nội bộ nhân viên và nhận CV ứng tuyển. Cách này sẽ giúp cho cửa hàng tiết kiệm chi phí, nhân viên dễ dàng thích ứng và có lộ trình thăng tiến giúp nhân viên có động lực hơn.

- *Tuyển dụng nhân sự từ bên ngoài*:

+ Các trường đại học, cao đẳng, nghề có chuyên ngành thời trang, thương mại điện tử, quản trị kinh doanh, Marketing...

+ Facebook: Các hội nhóm tìm kiếm việc làm như Hội tìm kiếm việc làm theo từng địa phương, việc làm ngành thời trang, việc làm ngành thương mại điện tử, ...

+ Website chính thức của công ty mục tuyển dụng và website chuyên về tuyển dụng như Vietnamwork, Top CV, ...

- *Tuyển dụng nhân sự thông qua bên thứ 3 (Headhunter)*.

Sau khi đã xác định và lựa chọn phương pháp tuyển dụng sẽ lên thời hạn tuyển dụng và thời gian phỏng vấn.

### **Bước 3: Thông báo tuyển dụng**

Bắt đầu ra thông báo tuyển dụng và tiếp nhận CV.

### **Bước 4: Tiếp nhận và sàng lọc CV**

Tiến hành xử lý các hồ sơ của ứng viên, so sánh với các yêu cầu công việc. Tiến hành kiểm tra lựa chọn và phân loại ứng viên thông qua hồ sơ và thông báo thời gian, địa điểm phỏng vấn.

### **Bước 5: Tổ chức phỏng vấn**

Sau khi đã xếp được lịch hẹn, địa điểm phỏng vấn với ứng viên. Hội đồng phỏng vấn của công ty gồm: Founder; Cổ đông.

Ứng viên sẽ được phỏng vấn sơ bộ bằng cách đặt các câu hỏi liên quan đến vị trí và kiến thức về thời trang.

### **Bước 6: Ra quyết định tuyển dụng**

Khi ứng viên đã vượt qua các bước ứng tuyển trên, Founder sẽ hẹn ứng viên vào 1 buổi để tham quan kho cũng như giới thiệu về cửa hàng để giúp ứng viên hiểu rõ hơn về môi trường, văn hóa làm việc.

Khi thấy ứng viên phù hợp sẽ tiến hành ký hợp đồng thử việc 2 tháng. Trong 2 tháng đó nhân viên sẽ được đào tạo cũng như thể hiện trình độ chuyên môn của bản thân. Kết thúc thử việc, tiến hành đánh giá và ra quyết định nhận nhân viên chính thức.

#### 4.2.2 Mô tả và yêu cầu công việc các vị trí cần tuyển dụng

**Bảng 4.3 Mô tả và yêu cầu công việc các vị trí cần tuyển dụng**

<b>Vị trí công việc</b>	<b>Mô tả công việc</b>	<b>Yêu cầu công việc</b>
<b>Nhân viên quay, chụp, edit</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quay, edit, các clip ngắn cho sản phẩm thời trang</li><li>- Chụp ảnh sản phẩm và design hình ảnh</li><li>- Support cho các nền tảng mạng xã hội</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Có kinh nghiệm làm về mảng thời trang là một lợi thế</li><li>- Kỹ năng quay, dựng video</li><li>- Sử dụng thành thạo Premiere</li><li>- Am hiểu lĩnh vực thời trang</li></ul>
<b>Model sản phẩm</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Làm mẫu chụp, mẫu video sản phẩm cho shop</li><li>- Làm mẫu livestream cho shop</li><li>- Thời gian làm việc linh hoạt, thuê theo ngày</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ngoại hình ưa nhìn, tự tin, biết diễn và tạo dáng</li><li>- Show portfolio, có kinh nghiệm làm mẫu ảnh thời trang</li><li>- Ưu tiên nam, cao trên 1m70</li></ul>
<b>Nhân viên kho</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Kiểm kê và sắp xếp hàng hóa tại kho</li><li>- Ghi nhận số liệu kiểm kê và báo cáo bằng file</li><li>- Đóng gói hàng hóa theo đơn từ khách hàng Shopee và TikTok Shop</li><li>- Làm việc với bên giao hàng</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Trình độ tin học văn phòng cơ bản</li><li>- Trung thực, cẩn thận, chi tiết trong công việc</li><li>- Kỹ năng giao tiếp, quản lý công việc tốt</li><li>- Có sức khỏe tốt, nhiệt tình, chăm chỉ trong công việc</li></ul>

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

#### 4.2.3 Các hình thức tuyển dụng

Stun Clothing có 2 hình thức tuyển dụng:

**a. Tuyển dụng nhân sự từ nội bộ:** Ra thông báo để gửi đến nội bộ nhân viên và nhận CV ứng tuyển.

- **Ưu điểm:** Tiết kiệm chi phí, nhân viên dễ dàng thích ứng và có lộ trình thăng tiến giúp nhân viên có động lực hơn.



- **Nhược điểm:** Dễ khiến nhân sự chia bè phái, môi trường làm việc không được đổi mới.

**b. Tuyển dụng nhân sự từ bên ngoài:**

- Các trường đại học, cao đẳng, nghề có chuyên ngành thời trang, thương mại điện tử, quản trị kinh doanh, Marketing...

- Facebook: Các hội nhóm tìm kiếm việc làm như Hội tìm kiếm việc làm theo từng địa phương, việc làm ngành thời trang, việc làm ngành thương mại điện tử, ...

- Website chính thức của công ty mục tuyển dụng và website chuyên về tuyển dụng như Vietnamwork, Top CV, ...

- **Ưu điểm:** Đảm bảo nguồn nhân lực dồi dào, thu hút được nhiều nhân tài, môi trường làm việc được đổi mới, đối với nhân sự nhiều kinh nghiệm thì chi phí đào tạo sẽ được tiết kiệm hơn.

- **Nhược điểm:** Chi phí theo hình thức này cao, nhân viên dễ bị mất động lực vì không được thăng tiến.

**4.2.4 Đào tạo nhân sự**

**a. Đối với vị trí nhân viên quay, chụp, edit:**

*\* Tuần đầu tiên:*

- Giới thiệu về văn hóa, nguyên tắc, quy định của cửa hàng.
- Giới thiệu về phong cách sản phẩm, phong cách xuyên suốt của kênh social.
- Giới thiệu nhân viên và vai trò trong đội ngũ làm việc cùng.
- Xem và nghiên cứu các video mẫu mà cửa hàng muốn xây dựng.
- Thử, làm quen với những video phong cách của Stun Clothing mong muốn.

*\* Tuần thứ 2, 3: Thực hành quay, chụp*

- Chụp, quay video sản phẩm, mẫu ảnh của Stun từ các góc độ khác nhau sao cho đúng với idea từ bộ phận content.

*\* Tuần thứ 4,5: Thực hành chỉnh sửa hình ảnh, video*

- Chỉnh sửa hình ảnh, edit video theo brief mà content đưa. Sau đó để team phản hồi đánh giá.

*\* Tuần thứ 6,7,8: Nâng cao hiệu suất và làm bài test*

- Tham gia những buổi workshop, buổi đào tạo kiến thức chuyên sâu mà cửa hàng đăng kí.

- Hướng dẫn, gợi ý những tài liệu, nguồn học tập cho nhân viên.

- Làm bài test đánh giá về kỹ năng, kiến thức.

- Qua test sẽ ký hợp đồng chính thức.

***b. Đối với vị trí nhân viên kho:***

*\* Tuần đầu tiên*

- Giới thiệu về văn hóa, nguyên tắc, quy định của cửa hàng.

- Giới thiệu sơ qua về kho, các thiết bị phòng cháy chữa cháy.

- Giới thiệu về vị trí phân loại sản phẩm.

- Hướng dẫn sử dụng báo cáo excel về số lượng hàng hóa, tình hình kho của cửa hàng.

- Hướng dẫn quy định đóng gói hàng hóa, quay video đóng gói gửi đơn.

*\* Tuần thứ 2 đến tuần 8:*

- Làm quen, thực hiện các công việc được phân công.

- Làm bài test về kiến thức về kho của cửa hàng.

- Qua test sẽ ký hợp đồng chính thức.

## CHƯƠNG 5: KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG

### 5.1 Quy trình đánh giá nhà cung cấp

#### **Bước 1: Xác định nhu cầu cửa hàng**

- Mẫu thiết kế sản phẩm cửa hàng muốn nhập.
- Số lượng mẫu thiết kế và tổng số lượng sản phẩm cần nhập.

#### **Bước 2: Tìm kiếm và lập danh sách các nhà cung cấp**

#### **Bước 3: Xây dựng tiêu chí đánh giá**

- **Sự uy tín:** Đánh giá về xếp hạng, đánh giá sao của nhà cung cấp, số lượng người theo dõi, tổng lượt mua sản phẩm, Feedback của khách hàng về sản phẩm.

#### **- Yêu cầu về chất lượng của sản phẩm:**

- + Chất lượng, chất liệu, màu sắc đúng với mô tả.
- + Chất vải dày dặn, đường may cẩn thận, ít chỉ thừa.
- + Mẫu thiết kế độc đáo, ít xuất hiện tại sàn thương mại điện tử Việt Nam.
- + Bảng size đúng.

- **Hiệu suất cung cấp sản phẩm:** Đúng với số lượng đặt hàng, chất lượng sản phẩm đồng đều, thời gian giao hàng nhanh.

- **Giá cả và phương thức thanh toán:** So sánh giá cả giữa các nhà cung cấp và phương thức thanh toán nào là tiện nhất.

- **Dịch vụ chăm sóc khách hàng:** Tỷ lệ phản hồi, tương tác của nhà cung cấp cao (>95%), hỗ trợ xử lý, hoàn tiền những vấn đề, rủi ro của đơn hàng gặp phải.

- **Tính lâu dài, bền vững:** Xem xét sự ổn định, thời gian lập gian hàng trên taobao và khả năng tồn tại của nhà cung cấp.

#### **Bước 4: Tiến hành đánh giá nhà cung cấp**

- Điểm mạnh, điểm yếu.
- Liên hệ qua Taobao, Wechat để đàm phán xem nhà cung cấp nào báo giá sỉ, đảm bảo chất lượng sản phẩm tốt nhất.

#### **Bước 5: Lập báo cáo đánh giá nhà cung cấp**

#### **Bước 6: Phê duyệt và lựa chọn nhà cung cấp**

## 5.2 Kế hoạch hoạt động gian hàng thương mại điện tử dự kiến

**Bảng 5.1 Kế hoạch hoạt động gian hàng dự kiến**

STT	Nội dung	Hoạt động cụ thể	Thời gian
1	<b>Nghiên cứu thị trường</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phân tích sản phẩm, lợi thế cạnh tranh của brand</li> <li>- Phân tích đối thủ và lượt bán hàng tháng thời gian kinh doanh</li> <li>- Chọn sản phẩm phù hợp để nhập</li> <li>- Phân tích và tính toán giá bán sản phẩm đảm bảo tính cạnh tranh cho shop.</li> </ul>	20 ngày (1/6/2024 đến 20/6/2024)
2	<b>Xây dựng gian hàng</b>	<p><b>Tối ưu gian hàng chuẩn:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Thiết kế khung ảnh bìa chuẩn SEO</li> <li>- Tối ưu tiêu đề, mô tả sản phẩm</li> <li>- Xây dựng bộ từ khóa SEO cho shop và sản phẩm: từ khóa chính, từ khóa phụ, từ khóa liên quan</li> </ul> <p><b>Trang trí, thiết kế gian hàng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đồng bộ các banner theo màu thương hiệu brand, có sử dụng logo trong các hình ảnh thiết kế</li> <li>- Banner trang trí cho shop giới thiệu sản phẩm hot, mã voucher, khuyến mãi</li> <li>- Thiết kế bộ ảnh bìa để thiết lập nhận diện thương hiệu và làm đẹp cho hồ sơ của Shop.</li> <li>- Ảnh bìa sản phẩm shopee đồng bộ nhau về logo, tone màu, các thông điệp khuyến mãi shop.</li> </ul>	30 ngày (20/6/2024 đến 20/7/2024)
3	<b>Đăng sản phẩm</b>	<p>Tiến hành đăng sản phẩm:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Thiết lập lại các công cụ marketing</li> <li>- Cài đặt các chương trình khuyến mãi</li> <li>- Cài đặt voucher giảm giá</li> <li>- Cài đặt các chương trình mua kèm deal sốc, combo khuyến mãi</li> <li>- Cài đặt flash sale cho shop</li> </ul>	7 ngày (20/7/2024 đến 27/7/2024)

STT	Nội dung	Hoạt động cụ thể	Thời gian
		- Đăng ký các chương trình sale lớn với sản	
4	<b>Seeding và chạy quảng cáo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seeding thủ công an toàn tăng uy tín cho shop</li> <li>- Đăng video TikTok sản phẩm Stun Clothing</li> <li>- Sau khi có lượt bán và đánh giá, bắt đầu chạy quảng cáo cho các sản</li> </ul>	30 ngày (27/7/2024 đến 27/8/2024)
5	<b>Thông báo khai trương</b>	- Đăng bài khai trương với ưu đãi giảm giá trên Facebook, TikTok	1/9/2024

*(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)*

## CHƯƠNG 6: KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

### 6.1 Dự kiến chi phí theo tháng

**Bảng 6.1 Chi phí dự kiến ban đầu (Tháng)**

(ĐVT: VND)

Loại chi phí	Nội dung	Mô tả	Thành tiền	Giá/đvsp
CPCĐ	Thuê kho	Thuê căn phòng nhỏ làm kho 20m2	2.000.000	
	Lương nhân viên		8.000.000	
	Internet		100.000	
	Điện nước		300.000	
	Quỹ xăng xe		100.000	
Tổng chi phí cố định			10.500.000	
CPBD	Nhập hàng	Số lượng 202 sản phẩm	31.876.000	157.802
	Phí trung bình sản TMDT	Trung bình phí 2 sản (Shopee: 12% và Tiktok Shop: 9.5%)	5.658.585	28.013
	Túi miêm yết	4 kilogram túi	240.000	1.188
	Túi zip	3 kilogram túi	135.000	668
	Thiệp cảm ơn	1000 thiệp(9*5.4cm)	150.000	150
	Tag gắn	1000 cái	450.000	450
Tổng chi phí biến đổi			38.509.585	188.271
CPĐT	Chi phí quảng cáo	TikTok Shop, Shopee	2.350.000	
	Dụng cụ	Điện thoại	150.000	
		Dàn treo quần áo	169.000	
		Kệ hàng	100.000	
		Súng bắn tag kèm hộp ghim	105.000	
		Cây hỗ trợ livestream	122.000	
Tổng chi phí đầu tư			2.996.000	
Tổng chi phí dự kiến			52.005.585	

(Nguồn: Tác giả tự xây dựng)

**a. Chi phí cố định:** không thay đổi với số lượng hàng hóa hoặc dịch vụ mà công ty sản xuất. Nó vẫn giữ nguyên nếu không có hàng hóa hoặc dịch vụ nào được sản xuất.

Chi phí cố định của Stun Clothing là: Tiền thuê kho, tiền lương nhân viên, tiền internet, tiền điện nước, quỹ xăng xe.

**Tổng Chi phí cố định = 10.500.000đ**

**b. Chi phí biến đổi:** là chi phí của công ty liên quan đến số lượng hàng hóa hoặc dịch vụ mà hãng sản xuất. Chi phí biến đổi của công ty tăng và giảm với khối lượng sản xuất.

Chi phí biến đổi của Stun Clothing bao gồm: Tiền nhập hàng, phí sản TMĐT, Túi niêm yết, túi zip, thiệp cảm ơn, tag gắn.

**Tổng Chi phí biến đổi = 38.509.585đ**

**Chi phí biến đổi/đvsp = 188.271đ**

Ngoài ra còn có chi phí đầu tư bao gồm chi phí quảng cáo, dụng cụ

**Tổng Chi phí đầu tư = 2.996.000đ**

## **6.2 Dự kiến doanh thu, lợi nhuận thuần**

**a. Doanh thu thuần:** Là toàn bộ số tiền sẽ thu được do tiêu thụ sản phẩm, cung cấp dịch vụ, hoạt động tài chính và các hoạt động khác của doanh nghiệp.

Doanh thu thuần = giá bán x sản lượng

Doanh thu thuần dự kiến theo tháng:

260.584đ x 202 sản phẩm = 52.638.000đ/ tháng

Doanh thu thuần dự kiến theo năm:

52.638.000đ x 12 tháng = 631.656.000đ/ năm

**b. Lợi nhuận** là một khái niệm trong lĩnh vực kinh doanh và tài chính, nó thể hiện sự chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí của một tổ chức, công ty, hoặc cá nhân trong một khoảng thời gian cụ thể.

**c. Lợi nhuận gộp:** là số tiền còn lại sau khi trừ đi chỉ chi phí sản xuất hoặc chi phí trực tiếp liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ được bán.

(Lợi nhuận gộp không tính các chi phí quản lý, tiền thuế, lãi vay hoặc các khoản chi phí khác không liên quan trực tiếp đến sản phẩm hoặc dịch vụ).

Công thức: Lợi Nhuận gộp = Doanh thu thuần – Chi phí cố định – Chi phí biến đổi

- Lợi nhuận gộp Stun Clothing theo tháng:

$$52.638.000\text{đ} - 10.500.000\text{đ} - 38.509.585\text{đ} = 3.628.415\text{đ/tháng}$$

- Lợi nhuận gộp Stun Clothing theo tháng:

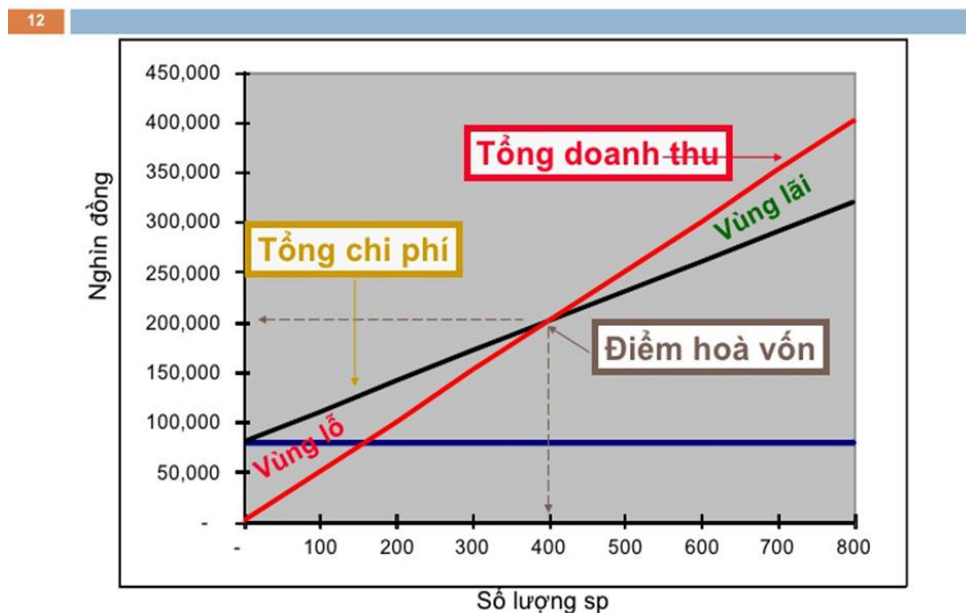
$$3.628.415\text{đ} \times 12 \text{ tháng} = 43.540.980\text{đ/ năm}$$

- Lợi nhuận là mục tiêu chính của hầu hết các tổ chức kinh doanh và cá nhân tham gia vào hoạt động kinh doanh. Nó thể hiện khả năng tạo ra giá trị và bền vững của một tổ chức hoặc dự án. Lợi nhuận có thể được sử dụng để trả lương cho nhân viên, đầu tư vào nghiên cứu và phát triển, trả cổ tức cho cổ đông, và đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp trong tương lai.

### 6.3 Dự kiến điểm hòa vốn, sản lượng hòa vốn, thời gian hòa vốn

a. **Điểm hoà vốn** còn được gọi là điểm cân bằng, là điểm mà tổng doanh thu bằng tổng chi phí.

## PHÂN TÍCH ĐIỂM HÒA VỐN



**Hình 6.1 Phân tích điểm hòa vốn**

(Nguồn: <https://tuvanluat24h.com.vn/>)



Công thức tính điểm hòa vốn

$$\text{Sản lượng hòa vốn} = \frac{Tổng\ CPCĐ}{(Giá\ bán\ đvsp - Biến\ phí\ đvsp)}$$

$$\text{Doanh thu hòa vốn} = \frac{Tổng\ CPCĐ}{(Giá\ bán\ đvsp - Biến\ phí\ đvsp) / Giá\ bán\ đvsp}$$

Đối với Stun Clothing, giá bán trung bình đvsp là 260.584đ, chi phí biến đổi đvsp là 188.271đ và chi phí cố định là 10.500.000đ

Sản lượng hòa vốn theo tháng:

$$10.500.000đ / (260.584đ - 188.271đ) = 145 \text{ sản phẩm/tháng}$$

Sản lượng hòa vốn theo năm:

$$145 \text{ sản phẩm} \times 12 \text{ tháng} = 1.740 \text{ sản phẩm/năm}$$

Doanh thu hòa vốn theo tháng:

$$10.500.000đ / [(260.584đ - 188.271đ) / 260.584đ] = 37.837.397đ / \text{tháng}$$

Doanh thu hòa vốn theo năm:

$$37.837.397đ \times 12 \text{ tháng} = 454.048.769đ / \text{năm}$$

Vậy Stun Clothing muốn hòa vốn thì tháng đó phải bán được 145 sản phẩm và đạt 37.837.397đ doanh thu

**b. Thời gian hoàn vốn (Payback Period)** là khoảng thời gian cần thiết để thu hồi chi phí của các khoản đầu tư ban đầu cho dự án. Hiểu một cách đơn giản thì đó là khoảng thời gian mà dự án đạt đến điểm hòa vốn. Khi đó, doanh thu thuần từ việc đầu tư mang lại đã đủ để bù đắp cho các khoản phí bỏ ra ban đầu.

$$\text{Công thức tính thời gian hoàn vốn: } \frac{(Định\ phí \times 12)}{[(Sản\ lượng\ có\ thể\ khai\ thác \times (g - a)]}$$

Trong đó: Định phí (tháng) Stun Clothing: 10.500.000đ

Sản lượng có thể khai thác: 145 sản phẩm

g là đơn giá bán: 260.584đ

a là biến phí đơn vị: 188.271đ

$$\Rightarrow \text{Thời gian hoàn vốn} = \frac{(10.500.000đ \times 12)}{[145 \times (260.584đ - 188.271đ)]} = 12 \text{ (tháng)}$$

Vậy thời gian hoàn vốn của Stun Clothing là 12 tháng. Sau 12 tháng, Stun Clothing bắt đầu có lãi.

## **CHƯƠNG 7: KẾ HOẠCH QUẢN LÝ RỦI RO**

### **7.1 Rủi ro gặp phải**

- Chính sách Shopee bảo vệ người mua khiến các shop bán có nguy cơ bị khách hàng bùng hàng, tráo hàng, ăn cắp hàng hóa...
- Quá trình nhờ bạn bè đặt đơn, đánh giá có thể bị công cụ AI của Shopee quét từ đó bị khóa Shop.
- Đối thủ bắt chước hình ảnh sản phẩm.
- Nhà cung cấp tăng giá đầu vào, chất lượng từng đợt hàng không đồng đều.
- Tỷ giá hối đoái biến động ảnh hưởng đến giá thành sản phẩm.
- Sản phẩm tiêu thụ chậm, thường sẽ rơi vào size nhỏ nhất và size lớn nhất.
- Trong quá trình vận chuyển hàng hóa bị tắc biên, bị mất hàng, bị thiếu số lượng, hư hàng,...
- Hàng tồn kho.

### **7.2 Giải pháp**

- Quay video đóng gói từng đơn hàng để có bằng chứng khiếu nại khách hàng khi xảy ra tình trạng tráo hàng, hàng không nguyên vẹn.
- Chia theo thành đợt và dùng nick Shopee uy tín đặt để tránh bị quét.
- Mỗi hình ảnh sẽ để logo ẩn để tránh trường hợp bị ăn cắp ý tưởng, hình ảnh.
- Liên hệ nhà cung cấp thỏa thuận, cam đoan về giá, số lượng và chất lượng giống như mô tả qua các app hỗ trợ như Taobao, Alibaba, wechat,... Sử dụng các điều khoản bản hợp đồng (cả tiếng Trung, tiếng Việt) và yêu cầu bên đó in, xác nhận ký, đóng dấu và scan gửi lại. Bên cạnh đó sẽ áp dụng phương án cọc 70% tiền hàng và khi nhận hàng tại kho Logistics tại Trung Quốc (làm việc với bên kho nhận kiểm tra hàng hóa) để kiểm kê số lượng, chất lượng đủ thì mới thanh toán 100%.
- Liên hệ, làm việc với bên cung cấp tiền tệ sạch, uy tín để tích trữ mỗi dịp tệ giảm.
- Tạo chương trình khuyến mại hoặc kèm quà tặng khi mua sản phẩm.

- Làm việc với bên vận chuyển uy tín, hỗ trợ vận chuyển đường xách tay, hỗ trợ tìm lại hàng hóa khi mất bên cạnh đó quản lý chặt chẽ kho, kiểm soát số lượng để đặt hàng cho kịp thời với nhu cầu khách hàng.

- Phân loại hàng hóa theo từng nhóm, ví dụ như nhóm Áo, Quần,... Mỗi nhóm sẽ là các mẫu sản phẩm cụ thể: chia theo từng nhóm size, từng màu sắc riêng. Mỗi nhóm và loại hàng hóa phải được xếp gọn gàng, để ở từng nơi riêng nhất định. Đảm bảo hàng hóa được để ở nơi khô ráo, thoáng mát. Điều này giúp nhân viên kho dễ nhận biết vị trí của phân loại sản phẩm cũng như sẽ dễ kiểm tra hàng tồn kho định kì. Về dài hạn, nếu số lượng quần áo tăng nhiều sẽ cần đến sự hỗ trợ từ phần mềm quản lý.

*Ví dụ phân loại hàng hóa:* Tên sản phẩm quần ống suông cúc bấm có các size từ S đến size 2XL, 2 phân loại màu: Đen, Kem sẽ được phân loại trên kệ hàng có tên sản phẩm Ống suông cúc bấm. Trong kệ hàng được chia ra từng ô đựng riêng phân loại màu cũng như đựng riêng từ size S đến size 2XL.

## KẾT LUẬN

Bằng cách áp dụng các kiến thức đã được trong ngành quản trị kinh doanh trường đại học Đại Nam như là môn học Digital Marketing, kế toán quản trị, quản trị chiến lược, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo,... em đã xây dựng, thảo luận về quá trình khởi nghiệp kinh doanh cửa hàng thời trang nam nữ trên các sàn TMĐT với tên Stun Clothing. Không thể phủ nhận rằng có nhiều thách thức trong ngành thời trang - không chỉ đòi hỏi sự sáng tạo và đổi mới không ngừng mà còn cần sự nhạy bén trong việc nắm bắt xu hướng, tâm lý khách hàng. Nhưng song song với thách thức thì cũng vẫn còn nhiều cơ hội để có thể phát triển, thành công trong ngành này.

Sau khi hoàn thiện bài dự án tốt nghiệp và học hỏi những trường hợp khởi nghiệp kinh doanh quần áo thành công, em đã nhận thấy được tầm quan trọng của việc nghiên cứu thị trường và phân tích đối thủ cạnh tranh. Hiểu rõ thị trường không chỉ giúp định vị sản phẩm mà còn giúp lựa chọn được chiến lược giá phù hợp. Bên cạnh đó, việc đặt khách hàng lên hàng đầu và lắng nghe phản hồi của khách hàng sẽ giúp tạo dựng được lòng tin và sự trung thành. Cuối cùng, yếu tố then chốt để có thể nổi bật trên thị trường đó là tập trung, sáng tạo và đảm bảo chất lượng của từng sản phẩm.

Khởi nghiệp không phải là con đường dễ dàng, nhưng với sự nỗ lực, kiên trì và học hỏi không ngừng, em tin rằng STUN CLOTHING sẽ phát triển vững vàng không chỉ trong ngành thời trang mà còn trong tâm trí khách hàng. Những kinh nghiệm và bài học từ dự án này sẽ là nền tảng vững chắc cho em trong tương lai, giúp em tự tin hơn trên con đường khởi nghiệp.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Cục thương mại và kinh tế số, Sách trắng thương mại điện tử Việt Nam năm 2023, Trang 43-35, Hà Nội, 2023

[2] Nguyễn Ngọc Quang, Giáo trình kế toán quản trị, Trang 129-134, nhà xuất bản Đại học Kinh Tế Quốc Dân, Hà Nội, Tái bản lần thứ nhất, 2012

### **Danh mục các Website tham khảo:**

[1] <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Quy-dinh-645-QD-TTg-2020-phat-trien-thuong-mai-dien-tu-quoc-gia-2021-2025-442913.aspx>

[2] <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2024/03/tong-quan-du-bao-tinh-hinh-kinh-te-the-gioi-quy-i-va-ca-nam-2024/>

[3] <https://kinhtedothi.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2023-va-xu-huong-2024.html>

[4] <https://banhang.shopee.vn/edu/article/251>

[5] <https://bepos.io/blogs/phi-san-tiktok-shop/>

[6] <https://tuvanluat24h.com.vn/>

[7] <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2023/12/thong-cao-bao-chi-ve-tinh-hinh-dan-so-lao-dong-viec-lam-quy-iv-va-nam-2023/>

[8] <https://skillking.fpt.edu.vn/tin-tuc/tinh-hinh-digital-viet-nam-2024/>

[9] <https://blog.slimcrm.vn/hieu-suat/xac-dinh-quy-mo-thi-truong-cua-startup-sao-cho-dung>

## PHỤ LỤC 01: DANH MỤC SẢN PHẨM NHẬP STUN CLOTHING

STT	Đặt tên sản phẩm	Hình ảnh	STT	Đặt tên sản phẩm	Hình ảnh
1	Jean xanh vệt trắng		6	Ống suông cúc bấm	
2	Jean đen 1 túi		7	Jean HCN	
3	Double knee		8	Quần da PU	
4	Túi hộp đen nữ		9	Jean Khóa Kéo Phối Cúc Bấm	
5	Jean đen sọc		10	Áo Khoác Denim	

## PHỤ LỤC 02: TỔNG CHI PHÍ DỰ BAN ĐẦU DỰ KIẾN

BẢNG CHI PHÍ BAN ĐẦU DỰ KIẾN (Tháng)				
Loại chi phí	Nội dung	Mô tả	Thành tiền	Giá/đvsp
Chi phí cố định	Thuê kho	Thuê căn phòng nhỏ để làm kho 20m2	2,000,000 đ	
	Tiền lương nhân viên		8,000,000 đ	
	Internet		100,000 đ	
	Quỹ xăng xe		100,000 đ	
	Điện nước		300,000 đ	
Tổng chi phí cố định			10,500,000 đ	
Chi phí biến đổi	Nhập hàng	Số lượng 202 chiếc	31,876,000 đ	157,802 đ
	Phí trung bình sàn TMĐT	Trung bình phí 2 sàn (Shopee: 12% và Tiktok Shop: 9,5%)	5,658,585 đ	28,013 đ
	Túi niêm yết	4kg túi	240,000 đ	1,188 đ
	Túi zip	3kg	135,000 đ	668 đ
	Thiệp cảm ơn	1000 thiệp (9*5.4cm)	150,000 đ	150 đ
	Tag gắn	1000 cái	450,000 đ	450 đ
Tổng chi phí biến đổi			38,509,585 đ	188,271 đ
Chi phí đầu tư	Chi phí quảng cáo	TikTok Shop, Shopee	2,350,000 đ	
	Dụng cụ	Điện thoại (sim, tiền điện thoại)	150,000 đ	
		Dàn treo quần áo	169,000 đ	
		Kệ hàng	100,000 đ	
		Súng bắn tag kèm hộp ghim	105,000 đ	
		Cây hỗ trợ livestream	122,000 đ	
Tổng chi phí đầu tư			2,996,000 đ	
Tổng chi phí			52,005,585 đ	

### PHỤ LỤC 03: GIÁ NHẬP HÀNG BÁN

GIÁ NHẬP HÀNG BÁN											
STT	Tên sản phẩm	Giá gốc	Phí vận chuyển từ TQ về VN	Giá vốn hàng bán	Bảng size nhập					Tổng số lượng	Tổng giá vốn nhập
					S	M	L	XL	2XL		
1	Jean xanh vệt trắng	130,000 đ	12,600 đ	142,600 đ	3	5	5	5	2	20	2,852,000 đ
2	Jean đen 1 túi	125,000 đ	12,600 đ	137,600 đ	3	5	5	5	2	20	2,752,000 đ
3	Double knee	140,700 đ	12,600 đ	153,300 đ	3	5	5	5	2	20	3,066,000 đ
4	Túi hộp đen nữ	125,000 đ	12,600 đ	137,600 đ	3	5	5	5	2	20	2,752,000 đ
5	Jean đen sọc	125,000 đ	11,300 đ	136,300 đ	3	5	5	5	2	20	2,726,000 đ
6	Cúc bấm	101,500 đ	10,000 đ	111,500 đ	3	5	5	5	2	20	2,230,000 đ
7	Jean HCN	122,500 đ	12,600 đ	135,100 đ	3	5	5	5	2	20	2,702,000 đ
8	Quần da PU	125,300 đ	10,000 đ	135,300 đ	3	5	5	5	2	20	2,706,000 đ
9	Jean Khóa Kéo Phối Cúc Bấm	135,000 đ	12,000 đ	147,000 đ	3	5	5	5	2	20	2,940,000 đ
10	Áo Khoác Denim	300,000 đ	25,000 đ	325,000 đ	4	5	5	5	3	22	7,150,000 đ
										<b>202</b>	<b>31,876,000 đ</b>



## PHỤ LỤC 04: GIÁ BÁN TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ SHOPEE, TIKTOK SHOP

GIÁ BÁN TRÊN SÀN SHOPEE						
STT	Tên sản phẩm	Giá vốn hàng bán (bao gồm phí đóng gói)	Phí trên shopee		Lợi nhuận đơn hàng trên sàn Shopee	Giá bán trên sàn Shopee
			Phí thanh toán (4%): Tổng số tiền khách phải thanh toán*4%	Phí: Freeship Extra (8%)		
1	Jean xanh vệt trắng	144,906 đ	7,560 đ	15,120 đ	21,414 đ	189,000 đ
2	Jean đen 1 túi	139,906 đ	9,160 đ	18,320 đ	61,614 đ	229,000 đ
3	Double knee	155,606 đ	9,440 đ	18,880 đ	52,074 đ	236,000 đ
4	Túi hộp đen nữ	139,906 đ	9,160 đ	18,320 đ	61,614 đ	229,000 đ
5	Jean đen sọc	138,606 đ	8,360 đ	16,720 đ	45,314 đ	209,000 đ
6	Cúc bấm	113,806 đ	7,160 đ	14,320 đ	43,714 đ	179,000 đ
7	Jean HCN	137,406 đ	9,160 đ	18,320 đ	64,114 đ	229,000 đ
8	Quần da PU	137,606 đ	7,560 đ	15,120 đ	28,714 đ	189,000 đ
9	Jean Khóa Kéo Phối Cúc Bấm	149,306 đ	9,160 đ	18,320 đ	52,214 đ	229,000 đ
10	Áo Khoác Denim	327,306 đ	25,960 đ	51,920 đ	243,814 đ	649,000 đ

GIÁ BÁN TRÊN SÀN TIKTOK SHOP							
STT	Tên sản phẩm	Giá vốn hàng bán (bao gồm phí đóng gói)	Phí trên TikTok Shop			Lợi nhuận đơn hàng trên sàn TikTok	Giá bán trên sàn TikTok
			Phí thanh toán (3%): Tổng số tiền khách phải thanh toán*3%	Phí cố định (2%)	Phí Xtra Shipping Voucher (4.5%)		
1	Jean xanh vệt trắng	144,906 đ	5,670 đ	3,780 đ	8,505.0 đ	26,139 đ	189,000 đ
2	Jean đen 1 túi	139,906 đ	6,870 đ	4,580 đ	10,305.0 đ	67,339 đ	229,000 đ
3	Double knee	155,606 đ	7,080 đ	4,720 đ	10,620.0 đ	57,974 đ	236,000 đ
4	Túi hộp đen nữ	139,906 đ	6,870 đ	4,580 đ	10,305.0 đ	67,339 đ	229,000 đ
5	Jean đen sọc	138,606 đ	6,270 đ	4,180 đ	9,405.0 đ	50,539 đ	209,000 đ
6	Cúc bấm	113,806 đ	5,370 đ	3,580 đ	8,055.0 đ	48,189 đ	179,000 đ
7	Jean HCN	137,406 đ	6,870 đ	4,580 đ	10,305.0 đ	69,839 đ	229,000 đ
8	Quần da PU	137,606 đ	5,670 đ	3,780 đ	8,505.0 đ	33,439 đ	189,000 đ
9	Jean Khóa Kéo Phối Cúc Bấm	149,306 đ	6,870 đ	4,580 đ	10,305.0 đ	57,939 đ	229,000 đ
10	Áo Khoác Denim	327,306 đ	19,470 đ	12,980 đ	29,205.0 đ	260,039 đ	649,000 đ

**PHỤ LỤC 05: ĐIỂM HÒA VỐN, THỜI GIAN HOÀN VỐN**

<b>ĐIỂM HÒA VỐN (Tháng)</b>		
	<b>Công thức</b>	
Sản lượng hòa vốn	$\frac{\text{Tổng CPCĐ}}{(\text{Giá bán đvsp} - \text{Biến phí đvsp})}$	145
Doanh thu hòa vốn	$\frac{\text{Tổng CPCĐ}}{[(\text{Giá bán đvsp} - \text{Biến phí đvsp}) / \text{Giá bán đvsp}]}$	37,837,397 đ
<b>THỜI GIAN HOÀN VỐN</b>		
<b>(ĐVT: Tháng)</b>		
	<b>Công thức</b>	
Thời gian hoàn vốn	$\text{Định phí} * 12 / \text{Sản lượng có thể khai thác} * (\text{g-a})$	12

Chi phí cố định	10,500,000 đ
Giá bán đvsp	260,584 đ
Biến phí đvsp	188,121 đ
Chi phí biến đổi	38,359,585 đ
Sản lượng có thể khai thác được	145

**PHỤ LỤC 06: DOANH THU THUẦN, LỢI NHUẬN GỘP**

<b>DOANH THU THUẦN, LỢI NHUẬN GỘP (Tháng)</b>		
	<b>Công thức</b>	
<b>Doanh thu thuần</b>	$DTT = \text{giá bán} * \text{sản lượng}$	52,638,000 đ
<b>Lợi nhuận gộp</b>	$LNG = DTT - CPCĐ - CPBD$	3,628,415 đ

Chi phí cố định	10,500,000 đ
Giá bán đvsp	260,584 đ
Biến phí đvsp	188,121 đ
Chi phí biến đổi	38,359,585 đ
Sản lượng	202