TRƯỜNG ĐẠI HỌC FPT

FUM

BÁO CÁO DỰ ÁN

ĐI CHỢ HỘ

FU Market

Mua tận tình, giao tận phòng

Hướng dẫn: Thầy Nguyễn Hà Phúc

Lớp: IS1414 – Nhóm: FUM

Sinh viên: Nguyễn Thế Vinh

Sinh viên: Trần Xuân Sơn

Sinh viên: Lê Thanh Tùng

Sinh viên: Võ Đức Tài

Sinh viên: Đoàn Minh Đức

Sinh viên: Lê Tuấn Hưng

– Hà Nội, Tháng 7 năm 2022 –

Thư ngỏ

Hà Nội, Ngày 11 tháng 7 năm 2022

Lời đầu tiên, nhóm FUM xin gửi tới quý bạn lời chào, lời chúc sức khỏe tốt đẹp nhất!

Trong mỗi chúng ta, chắc hẳn ai cũng có một quãng thời gian đáng nhớ trong đời. Những tháng năm mười tám đôi mươi đầy mộng mơ với tình yêu đôi lứa. Quãng thời gian sinh viên năng động và đầy tươi mới. Hay đơn giản là những ngày cuối tháng, thầy u chưa kịp gửi tiền lên và thế là mấy anh em trong phòng chung nhau tô mỳ nấu vội mà rất vui, rất đỗi tình cảm.

Với những bạn sinh viên ĐH FPT cơ sở Hòa Lạc, những kỷ niệm ấy lại càng đặc biệt hơn. Với đặc thù về vị trí địa lý, cách xa nội thành Hà Nội và khu dân cư, việc mua sắm, ăn uống hay vui chơi cũng gặp đôi chút khó khăn.

Thấu hiểu những nỗi niềm trên và dưới sự sâu sát quan tâm, tận tình hướng dẫn của Thầy Nguyễn Hà Phúc, giảng viên bộ môn Business Communication trường ĐH FPT, nhóm FUM đã tiến hành nghiên cứ, phân tích và cho ra đời dự án **"Đi chợ hộ"** với mong muốn đem lại cho các bạn sinh viên sự đa dạng trong việc lựa chọn thực phẩm trong bữa ăn của mình, một bữa ăn đầy đủ các chất dinh dưỡng từ thịt cá trứng sữa, cho tới việc tối ưu các khoản sinh hoạt phí hơn.

Sau 1 tháng làm việc và phát triển, dự án **"Đi chợ hộ"** đã chính thức đi vào hoạt động giai đoạn 1 với sản phẩm là website FU Market và dịch vụ giao nhận đồ tại phòng cho các bạn sinh viên. Mặc dù chỉ diễn ra trong vòng 1 tuần ngắn ngủi, nhưng dự án đã nhận được sự quan tâm, ủng hộ rất lớn từ các bạn sinh viên và ghi nhận nhiều phản phồi tích cực, cùng với đó là những ý kiến đóng góp hết sức thiết thực và quý báu.

Toàn bộ toàn thành viên trong nhóm dự án **"Đi chợ hộ"** xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới các bạn sinh viên đã đồng hành cùng nhóm trong suốt thời gian qua và đặc biệt là sự biết ơn sâu sắc tới người Thầy đáng kính Nguyễn Hà Phúc đã giúp nhóm có những góc nhìn, phân tích sâu sắc để có thể hoàn thành dự án một cách tốt nhất.

Với tinh thần lắng nghe, học hỏi và không ngừng phát triển. Nhóm FUM xin gửi tới quý bạn bản báo cáo chi tiết của dự án **"Đi chợ hộ",** nhằm cung cấp một cái nhìn tổng quan, đầy đủ nhất về quá trình cũng như kết quả giai đoạn 1 của dự án. Từ đó có thể đưa ra những khuyến nghị, xây dựng kế hoạch tiếp tục phát triển giai đoạn 2.

Thân ái,

Nhóm FUM

Tóm tắt nội dung báo cáo

Báo cáo dự án "Đi chợ hộ" với cấu trúc 3 phần chi tiết và rõ ràng.

Phần A: Mô tả chung, đưa tới cái nhìn tổng quan nhất về dự án "Đi chợ hộ" với đối tượng hướng tới là 13.000 bạn sinh viên ĐH FPT đang sinh sống và học tập tại cơ sở Hòa Lạc, đặc biệt là những bạn đang lưu trú tại khu KTX trong khuôn viên trường. Làm rõ thực trạng vấn đề gặp phải của các bạn sinh viên. Đồng thời đưa ra phạm vi và mục đích của dự án.

Phần B: Quá trình thực hiện: Đề cấp tới chi tiết quá trình thực hiện dự án, từ những bước đầu tiên như thu thập thông tin, nghiên cứu đánh giá khảo sát, cho tới bước lên kế hoạch và thực thi kế hoạch dự án một cách cụ thể. Qua đó tiến hành phân tích các số liệu thu thập và đạt được trước cũng như sau khi thực hiện dự án.

Phần C: Đánh giá và Khuyến nghị: Cung cấp những đánh giá cụ thể, ưu điểm, nhược điểm, những điều làm được và chưa làm được của dự án. Từ đây đưa ra những khuyến nghị nhằm giải quyết và khắc phục những tồn tại.

Mục lục

A. Mô tả chung 5

1. Tóm tắt dự án 5
2. Thực trạng 6
3. Vấn đề 6
4. Phạm vi 7
5. Quy mô 7
6. Mục đích 7
7. Mục tiêu 7
8. Tầm nhìn 7
9. Phân tích thị trường 8
   - 9.1. VinMart 8
   - 9.2. Khu vực Hòa Lạc 9
10. Giải pháp 10
11. Lợi ích kỳ vọng 10

B. Quá trình thực hiện dự án 10

1. Nghiên cứu vấn đề 10
   - 1.1. Phương pháp nghiên cứu 10

1.2. Kết quả nghiên cứu 11
1.2.1. Nhóm câu hỏi 1 11
1.2.1.1. Nội dung 11
1.2.1.2. Kết luận 18
1.2.2. Nhóm câu hỏi 2 19
1.2.2.1. Nội dung 19
1.2.2.2. Kết luận 22
1.3. Đánh giá kết quả nghiên cứu 22
2. Kế hoạch của dự án 23
2.1. Kế hoạch thực hiện chung 23
2.2. Kế hoạch truyền thông dự án 23
2.3. Kế hoạch đánh giá kết quả dự án 24
2.4. Kế hoạch đánh giá tác động của dự án 24
2.5. Đánh giá nguồn lực 24
2.6. Quy tắc làm việc 25
3. Thực hiện dự án 25
3.1. Truyền thông 25
3.2. Giải pháp 28
3.2.1. Thông số kỹ thuật 28
3.2.2. Giới thiệu tính năng Website FU – Market 29
4. Phân tích và Đánh giá kết quả thực hiện dự án 35
4.1. Truyền thông dự án 35
4.1.1. Kết quả 35
4.1.2. Phân tích 36
4.1.3. Đánh giá 40
4.2. Giải pháp dự án 40
4.2.1. Kết quả 40
4.2.2. Phân tích 41
4.2.3. Đánh giá 44
4.2.3.1. Đánh giá chung 44
4.2.3.2. Đánh giá kỹ thuật 44
C. Kết luận và Khuyến nghị 45
1. Kết luận 45

2. Khuyến nghị 45
2.1. Truyền thông 45
2.2. Giải pháp dự án 45
2.2.1. Khuyến nghị chung 45
2.2.2. Khuyến nghị kỹ thuật 46

A. Mô tả chung

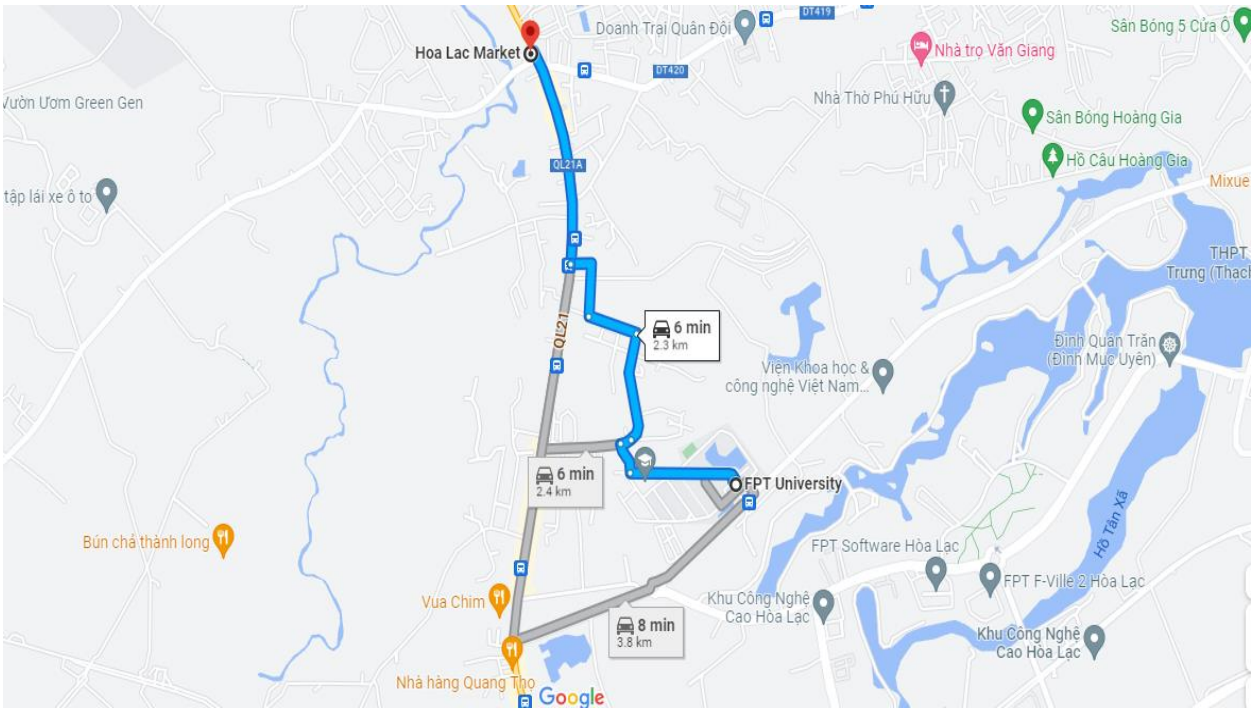
1. Tóm tắt dự án

Với đặc thù ở khu vực ngoại thành, xa khu dân cư và các cửa hàng tiện ích. Mọi hoạt động ăn uống, mua sắm nhu yếu phẩm của sinh viên ĐH FPT đều diễn ra và phụ thuộc vào cửa hàng tiện ích trong khuôn viên trường. Tuy nhiên số lượng cửa hàng tiện ích tại trường còn quá ít, khó đáp ứng được đầy đủ nhu cầu của lượng lớn sinh viên đang theo học và lưu trú tại Ký túc xá.

Vì vậy nhóm **FUM** chúng tôi quyết định vận dụng những kiến thức, kỹ năng chuyên ngành của mình để thực hiện dự án **"Đi chợ hộ".** Dự án là một giải pháp công nghệ, nhóm sẽ xây dựng một website mang tên **"FU Market",** tại đây các bạn sinh viên có thể thoải mái lựa chọn các mặt hàng nhu yếu phẩm mà mình cần và tiến hành đặt đơn hàng. Hệ thống sẽ tiếp nhận thông tin đơn hàng của các bạn, sau đó đội ngũ thành viên dự sẽ dựa theo đơn đặt hàng và tiến hành mua các sản phẩm tương ứng tại các cửa hàng tiện lợi, chợ, siêu thị và cuối cùng là giao hàng tận nơi cho các bạn sinh viên.

Với dự án này, chúng tôi hy vọng sẽ giúp các bạn sinh viên đang theo học tại trường cảm thấy thoải mái hơn trong vấn đề ăn uống, tiết kiệm tối đa chi phí sinh hoạt.

2. Thực trạng



Đại học FPT University nằm ở khu vực ngoại thành Hà Nội. Các xa khu dân cư và các dịch vụ tiện ích khác. Quãng đường từ trường tới khu chợ dân sinh gần nhất là 2,3 km. Một quãng đường kha xa và tốn kém chi phi đi lại.

Siêu thị An Việt trong trường quá nhỏ và các mặt hàng cũng rất hạn chế và không thể đáp ứng được nhu cầu về đa dạng thực phẩm của các bạn sinh viên.

Ngoài ra còn có Hà Nội phố, quán phục vụ các món ăn nhanh và cơm theo xuất, giá giao động từ 35.000 đến 50.000 nghìn 1 xuất. Với nhiều bạn sinh viên thì đây là một số tiền khá lớn, sẽ ảnh hướng rất nhiều tới chi phí sinh hoạt chung của cả tháng.

3. Vấn đề

- Các bạn sinh viên thường xuyên phải ăn đồ ăn nhanh, thực phẩm đóng gói, điều này lâu ngày sẽ ảnh hưởng xấu tới sức khỏe của các bạn sinh viên. Từ đó dẫn đến sự lo lắng cũng như mối quan tâm về sức khỏe.
- Những mặt hàng chính và phổ biến ở siêu thị An Việt, cửa hàng tiện lợi duy nhất có trong khuôn viên trường. Điều đó dẫn đến sự thiếu đa dạng nguồn thực phẩm, nhu cầu chủ động và đa dạng trong việc lựa chọn

thực phẩm hằng ngày như rau xanh, thịt tươi, trứng, sữa... của các bạn sinh viên để có thể tự nấu cho mình một bữa ăn hoàn chỉnh và đầy đủ dinh dưỡng nhất.

- Các bạn sinh viên có thể chọn cho mình những xuất cơm đa dạng tại căng-ten trường, tuy nhiên giá của mỗi xuất ăn như thế là tương đối cao, thấp nhất là 35.000 VND/Xuất. Điều này ảnh hưởng rất lớn tới chi phí sinh hoạt hàng tháng, đặc biệt với những bạn sinh viên có điều kiện kinh tế eo hẹp. Từ đó vấn đề tối ưu và giảm chi phí sinh hoạt được các bạn sinnh viên rất quan tâm.

4. Phạm vi

Dự án "Đi chợ hộ" của chúng tôi áp dụng cho sinh viên đang sinh sống và học tập tại trường ĐH FPT cơ sở Hòa Lạc.

5. Quy mô

Dự án "Đi chợ hộ" sẽ được chia thành 3 giai đoạn. Giai đoạn 1: Giới thiệu và định hình dự án. Giai đoạn 2: Phát triển dự án. Và giai đoạn 3: Mở rộng dự án. Cụ thể:

- Giai đoạn 1: Dự án triển khai với ước tính quy mô phục vụ 30% lượng sinh viên đang lưu trú tại Ký túc xá của trường ĐH FPT cơ sở Hòa Lạc tương đương khoảng 1.200 sinh viên.
- Giai đoạn 2: Phát triển dự án với quy mô phục vụ 100% lượng sinh viên đang lưu trú tại Ký túc xá của trường ĐH FPT cơ sở Hòa Lạc tương đương khoảng 4.000 sinh viên.
- Giai đoạn 3: Mở rộng phục vụ toàn bộ lượng sinh viên đang theo học và sinh sống tại khu vực trường ĐH FPT cơ sở Hòa Lạc với ướng tính khoảng 13.000 sinh viên.

6. Mục đích

Nhóm thực hiện dự án này với mục đích giúp cho 13.000 sinh viên ĐH FPT cơ sở Hòa Lạc có được sự chủ động và đa dạng trong việc chọn lựa các loại thực phẩm để tự nấu cho mình những bữa ăn ngon, đầy đủ chất dinh dưỡng từ rau xanh, chất đạm, vitamin và khoáng chất mà không cần phải đi lại quá nhiều, đồng thời tiết kiệm được chi phí sinh hoạt hằng tháng.

7. Mục tiêu

- Trong giai đoạn 1 của dự án và cụ thể là trong khóa học SSC102 với thời gian học 2,5 tháng, nhóm FUM đặt ra những mục tiêu sau:
- Khảo sát khoảng 100 bạn sinh viên FPT cơ sở Hòa Lạc nhằm lấy ý kiến đóng góp của các bạn về nhu cầu và kỳ vọng về giải pháp được đưa ra.
- Giai đoạn 1 chúng tôi không đặt mục tiêu về lợi nhuận. Dành toàn bộ nguồn lực để phát triển cũng như quảng bá giải pháp tới người dùng là các bạn sinh viên.
- Tạo fanpage truyền thông về dự án. Tiếp cận và quảng bá dự án tới 13.000 sinh viên FPT
- Hoàn tất xây dựng giải pháp: Website FU Markert. Dự kiến hoàn thành cơ bản trước 19/06/2022
- Thử nghiệm và lấy góp ý của 100 người dùng về giải pháp.
- Đưa dự án vào hoạt động chính thức giai đoạn 1.
- Đánh giá kết quả giai đoạn 1 và đưa ra phương án phù hợp để triển khai giai đoạn 2.

8. Tầm nhìn

Với lợi thế thấu hiểu các bạn sinh viên và khả năng sẵn có trong lĩnh vực phát triển giải pháp công nghệ. Nhóm FUM tự tin rằng dự án "Đi chợ hộ" sẽ đem lại kết quả tốt, trở thành giải pháp hữu hiệu cho các bạn sinh viên FPT trong nhu cầu thực phẩm hằng ngày.

FUM kỳ vọng trong 5 năm tới sẽ mở rộng phạm vi và quy mô dự án nhằm phục vụ khoảng 50% tổng lượng sinh viên ĐH trên địa bàn toàn thành phố Hà Nội tương đương 800.000 trên tổng số 1.600.000 sinh viên (Số liệu thống kê Bộ giáo dục và đào tạo năm học 2019-2020)

9. Phân tích thị trường

9.1. VinMart

Mô tả	Ưu điểm	Nhược điểm
Được VinGroup cho ra mắt đầu năm 2020, tính năng đi chợ Online trên ứng dụng VinID ngày càng phổ biến.Người dùng chỉ cần mở app và chọn những loại thực phẩm cần mua, nhân viên hệ VinMart sẽ giao tận nơi.	▪ Hệ thống cửa hàng, nguồn hàng sẵn có, đa dạng ▪ Giao hàng nhanh ▪ Thanh toán đơn giản	▪ Hiện chỉ hoạt động ở nội thành những thành phố lớn như Hà Nội, Hồ Chí Minh ▪ Khu vực ĐH FPT Hòa Lạc chưa được áp dụng

9.2. Khu vực Hòa Lạc

Mô tả	Ưu điểm	Nhược điểm
Một vài người dùng cá nhân Facebook đăng bài đi chợ hộ lên group FU Hòa Lạc của trường, các bạn sinh viên có nhu cầu sẽ vào comment các mặt hàng và số lượng cần mua. Người đăng bài sẽ tổng hợp, mua và giao hàng lại sau đó.	▪ Giải quyết được cơ bản vấn đề của các bạn sinh viên: Đa dạng nguồn thực phẩm cho bữa ăn	▪ Mang tính tự phát ▪ Chưa chuyên nghiệp ▪ Dễ bị trôi bài và khó khắn nếu muốn đặt hàng lại

10. Giải pháp

Dựa trên những thực trạng, vấn đề và nhu cầu của các bạn sinh viên, chúng tôi quyết định đưa tới giải pháp đem lại sự đa dạng trong lựa chọn thực phẩm, thuận tiện trong giao nhận hàng hóa và tối ưu chi phí. Chúng tôi sẽ trở thành trung gian kết nối những người có nhu cầu về thực phẩm đó là các bạn sinh viên và những người bán có nguồn thực phẩm đảm bảo và đa dạng.

Nhóm sẽ xây dựng và phát triển website với tên FU Market. Tại đây các bạn sinh viên sẽ có cho mình vô số lựa chọn từ thực phẩm, giao nhận cho tới hình thức thanh toán. Sau khi nhận được đơn hàng của các bạn sinh viên, đội ngũ dự án dẽ tiến hành xử lý và phản hồi lại đơn hàng của các bạn.

11. Lợi ích kỳ vọng

Đối tượng	Lợi ích
Sinh viên ĐH FPT	Chủ động và tiện lợi hơn trong việc mua sắm nhu yếu phẩm. Các bạn có thể đi chợ trên chính chiếc điện thoại hay máy tính của mình.
	Đa dạng các loại thực phẩm để các bạn lựa chọn như: Rau xanh, hoa quả tươi, thịt cá trứng sữa... những nguyên liệu tuyệt vời để các bạn có thể tự tay nấu cho mình những bữa cơm bổ dưỡng
	Từ việc được giao hàng tận nơi, không phải đi lại quá nhiều cho tới tự tay vào bếp nấu nướng, các bạn sẽ tiếp kiệm được cho mình một khoản chi phí sinh hoạt tương đối và có nhiều thời gian hơn cho học tập.
Đối tác cung ứng hàng hóa	Các đối tác cung ứng hàng hóa sẽ gia tăng được lượng hàng hóa bán ra mỗi ngày, từ đó tăng doanh thu và uy tín với khách hàng
Nhà tài trợ	Logo, quảng cáo của nhà tài trợ sẽ được hiển thị trên trang web của dự án. Doanh nghiệp/cá nhân sẽ được nhiều người biết đến hơn.

B. Quá trình thực hiện dự án

1. Nghiên cứu vấn đề

1.1. Phương pháp nghiên cứu

Để **khẳng định** và **làm rõ vấn đề** mà nhóm đưa ra là đúng cũng như thực tế các bạn sinh viên ĐH FPT gặp phải, nhóm FUM đã tiến hành khảo khát các bạn sinh viên ĐH FPT qua hình thức điền đơn khảo sát với 21 câu hỏi được đăng tải trên phương tiện truyền thông chính thức của dự án đó là Fanpage FU - Đi chợ hộ. Khảo sát được thiết kế gồm 2 nhóm câu hỏi:

1. Nhóm câu hỏi liên quan đến thực trạng vấn đề
2. Nhóm câu hỏi liên quan đến giải pháp của dự án

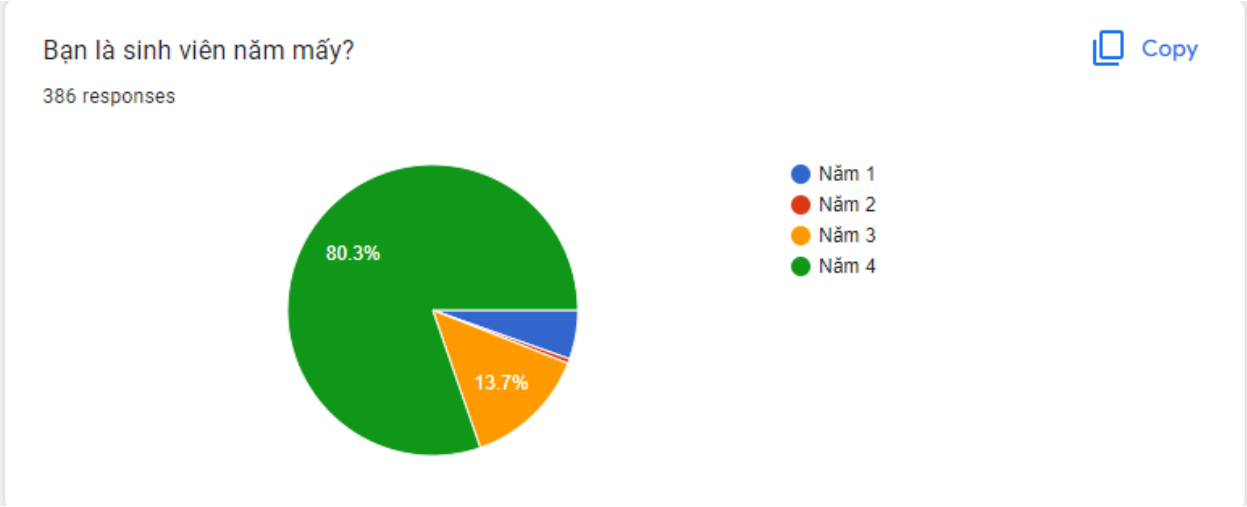
STT	Nhóm câu hỏi	Nội dung câu hỏi
1	**1**	Bạn là sinh viên năm mấy?
2	**1**	Bạn đang sống ở đâu?
3	**1**	Bạn có sử dụng đồ ăn nhanh không?
4	**1**	Tần suất bạn sử dụng đồ ăn nhanh trên tuần
5	**1**	Lý do bạn sử dụng đồ ăn nhanh là gì?

6	**1**	Bạn có lo ngại về sức khỏe khi sử dụng thường xuyên đồ ăn nhanh không?
7	**1**	Nếu có 1 giải pháp cung cấp nguyên liệu tươi cho các bữa ăn.Bạn sẵn sàng sử dụng không?
8	**1**	Bạn có đi chợ không?
9	**1**	Địa điểm bạn thường đi chợ
10	**1**	Bạn có gặp khó khăn gì khi đi chợ không?
11	**1**	Bạn có tự nấu ăn không?
12	**1**	Tần suất nấu ăn của bạn trên tuần
13	**1**	Bạn cảm thấy như thế nào khi tự nấu ăn?
14	**1**	Nếu có 1 giải pháp giúp bạn đi chợ dễ dàng hơn bạn sẵn sàng sử dụng không
15	**1**	Bạn có thường xuyên lướt web không?
16	**2**	Bạn có sử dụng dịch vụ mua hàng online qua website không?
17	**2**	Bạn cảm thấy như thế nào khi mua hàng online qua website?
18	**2**	Bạn thường nhận đồ vào khoảng thời gian nào trong ngày?
19	**2**	Khoảng thời gian từ khi bạn đặt hàng đến lúc bạn nhận được hàng là bao lâu?
20	**2**	Bạn cảm thấy như thế nào với khoảng thời gian chờ đợi trên?
21	**2**	Hình thức thanh toán khi bạn mua hàng online là gì?

1.2. Kết quả nghiên cứu

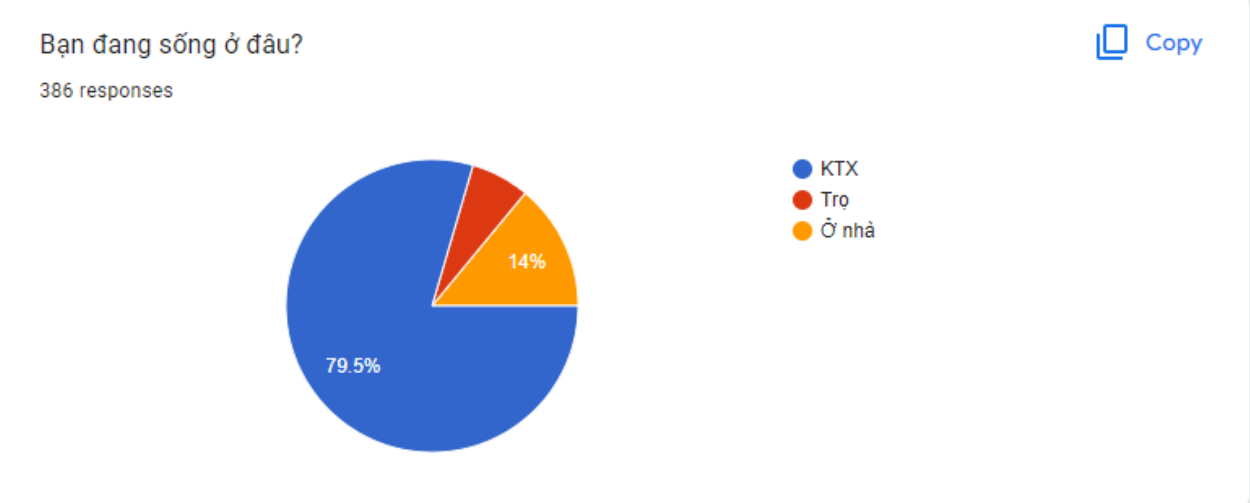
1.2.1. Nhóm câu hỏi 1

1.2.1.1. Nội dung

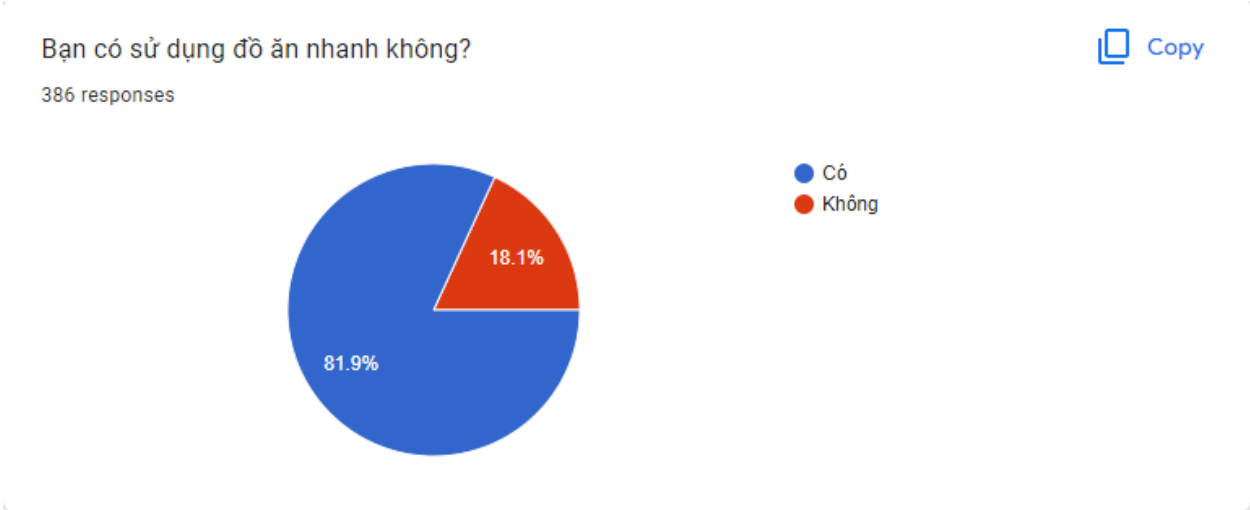


Câu hỏi số 1	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn là sinh viên năm mấy?	386	❖ 80,3 % các bạn được hỏi là sinh viên năm 4 ❖ 13,7 % là các bạn sinh viên năm 3	❖ Sự quan tâm phần lớn là các bạn sinh viên năm 3 và 4, đây là những bạn đã có thời gian cũng như hiểu khá rõ về môi trường sinh hoạt, học tập tại

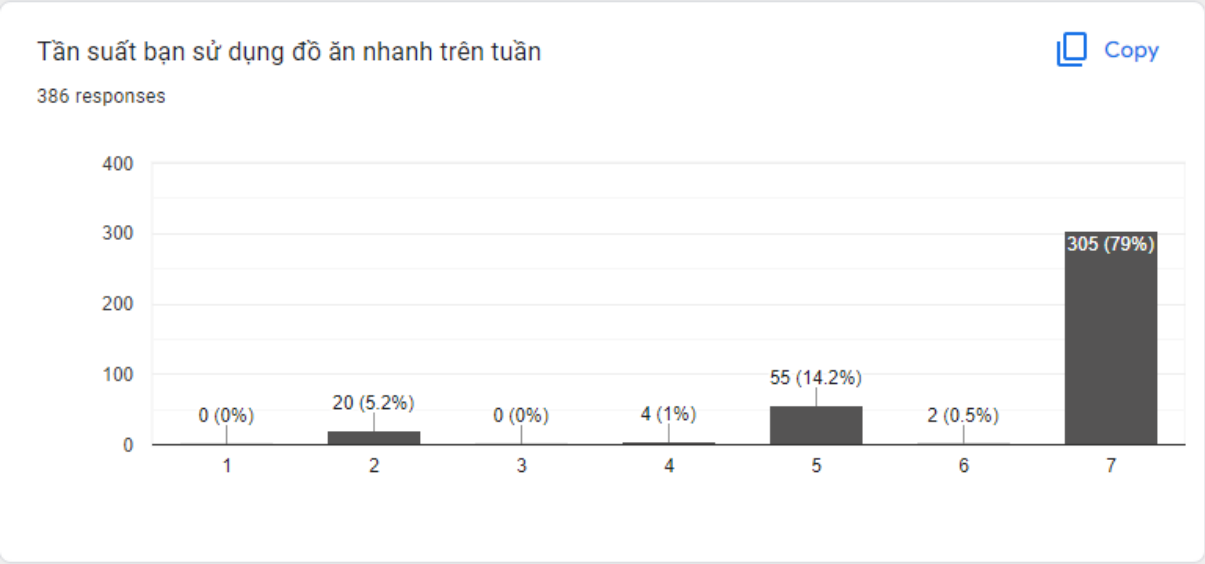
		❖ 6% là các bạn sinh viên năm 1 và 2	ĐH FPT và những vấn đề đang hiện diện tại đây.



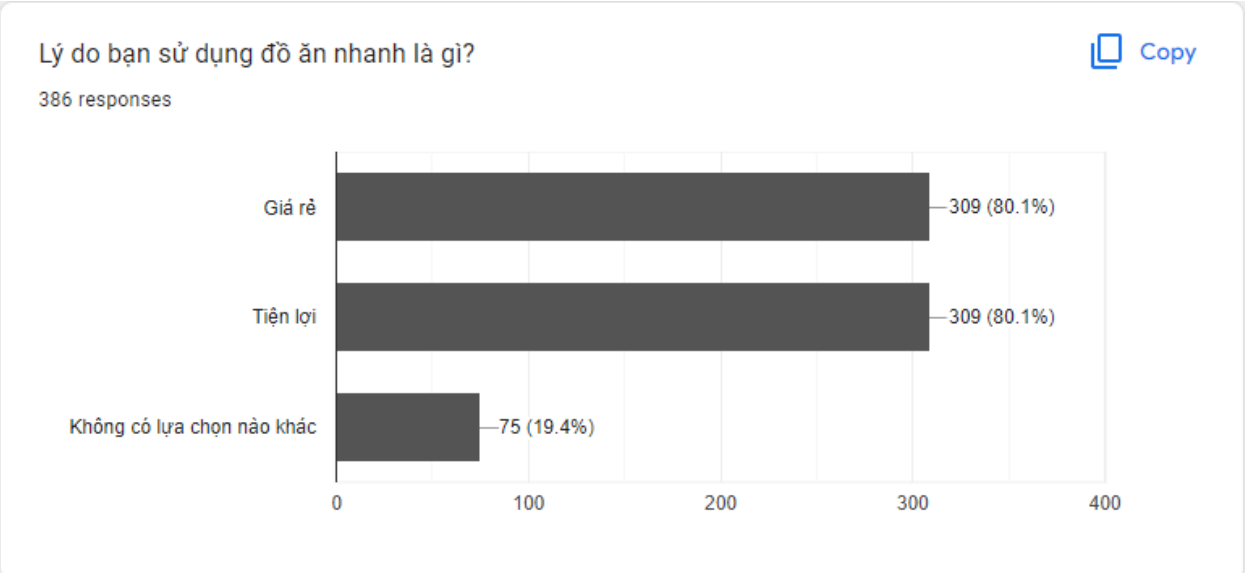
Câu hỏi số 2	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn đang sống ở đâu	386	❖ 79,5 % các bạn được hỏi đang lưu trú tại KTX ❖ 14 % là các bạn sinh viên ở gia đình ❖ 6,5% các bạn ở trọ ngoài trường	❖ Các bạn sinh viên đang ở KTX chiếm phần lớn sự quan tâm tới dự án



Câu hỏi số 3	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn có sử dụng đồ ăn nhanh không?	386	❖ 81,9% trả lời có ❖ 18,1% trả lời không	❖ Việc sử dụng đồ ăn nhanh xuất hiện ở phần rất lớn các bạn sinh viên ĐH FPT



Câu hỏi số 4	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Tần suất sử bạn sử dụng đồ ăn nhanh trên tuần	386	❖ 79% trả lời 7 lần/Tuần ❖ 0,5% trả lời 6 lần/Tuần ❖ 14,2% trả lời 5 lần/Tuần ❖ 1% trả lời 4 lần/Tuần ❖ 5,2% trả lời 2 lần/Tuần	❖ Việc ăn đồ ăn nhanh đang diễn ra rất phổ biến với tuần suất cao ở sinh viên ĐH FPT

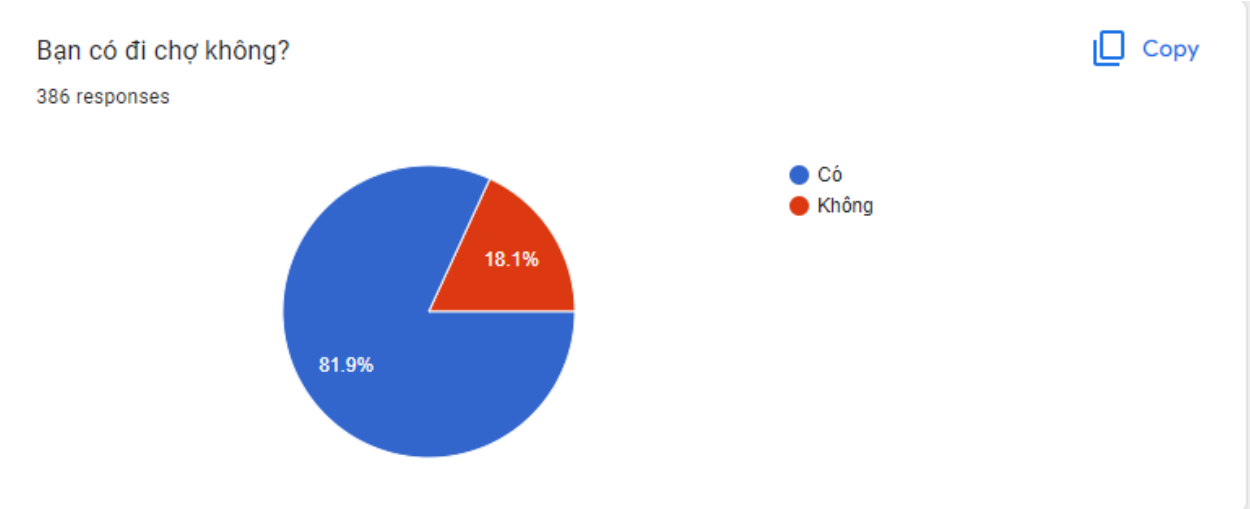


Câu hỏi số 5	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Lý do bạn sử dụng đồ ăn nhanh là gì?	386	❖ 80,1% trả lời vì Giá rẻ và Tiện lợi ❖ 19,4 % trả lời vì không có lựa chọn khác	❖ Giá thành và sự tiện lợi là 2 yếu tố quang trọng hàng đầu dẫn đến thói quen ăn uống của các bạn sinh viên ĐH FPT

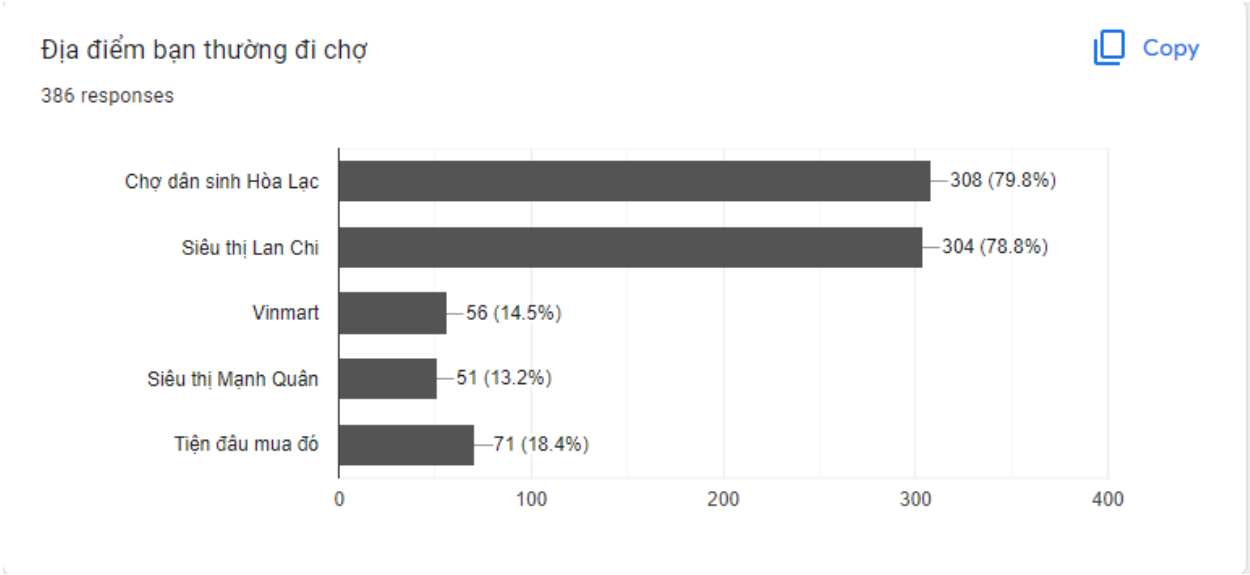
Câu hỏi số 6	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn có lo ngại về sức khỏe khi sử dụng thường xuyên đồ ăn nhanh không?	386	❖ 81,3% trả lời Có ❖ 18,7% trả lời Không	❖ Phần rất lớn các bạn sinh viên quan tâm và lo ngại về sức khỏe của mình bởi các tác động xấu của đồ ăn nhanh mang tới

Câu hỏi số 7	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Nếu có 1 giải pháp cung cấp nguyên liệu tươi cho các bữa ăn. Bạn có sẵn	386	❖ 92,5% trả lời Có ❖ 7,5% trả lời Không	❖ Phần rất lớn các bạn sinh viên sẵn sàng ủng hộ và sử dụng 1 phải pháp nào đó giải quyết được vấn đề nguyên liệu tươi cho các bữa ăn

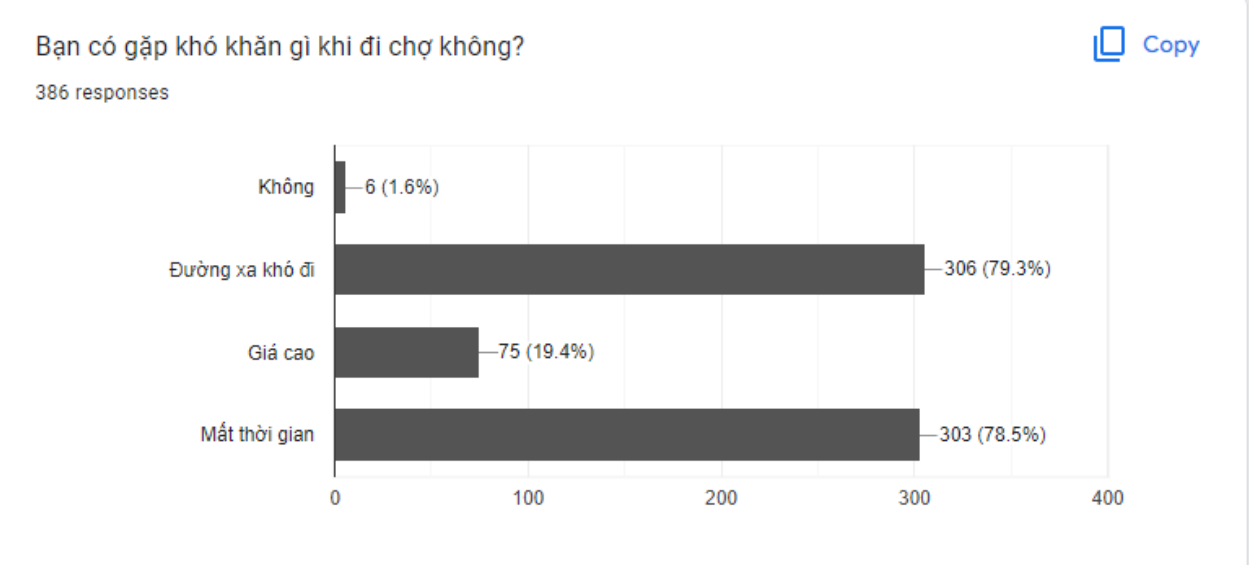
sàng ủng hộ và sử dụng không?			



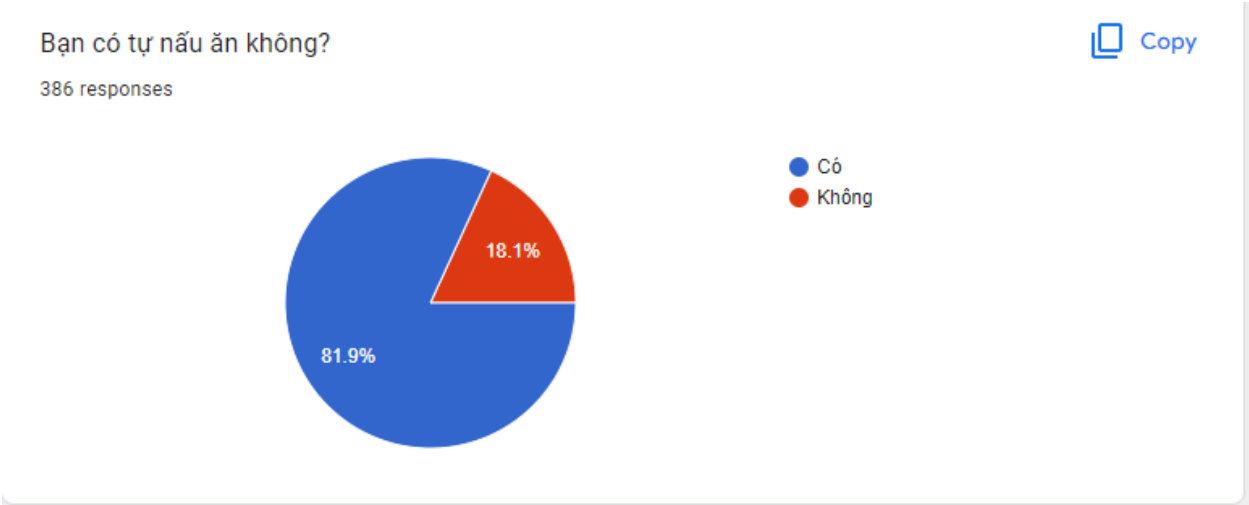
Câu hỏi số 8	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn có đi chợ không?	386	❖ 81,9% trả lời Có ❖ 18,1% trả lời Không	❖ Phần rất lớn các bạn sinh viên đi chợ để mua sắm nhu yếu phẩm



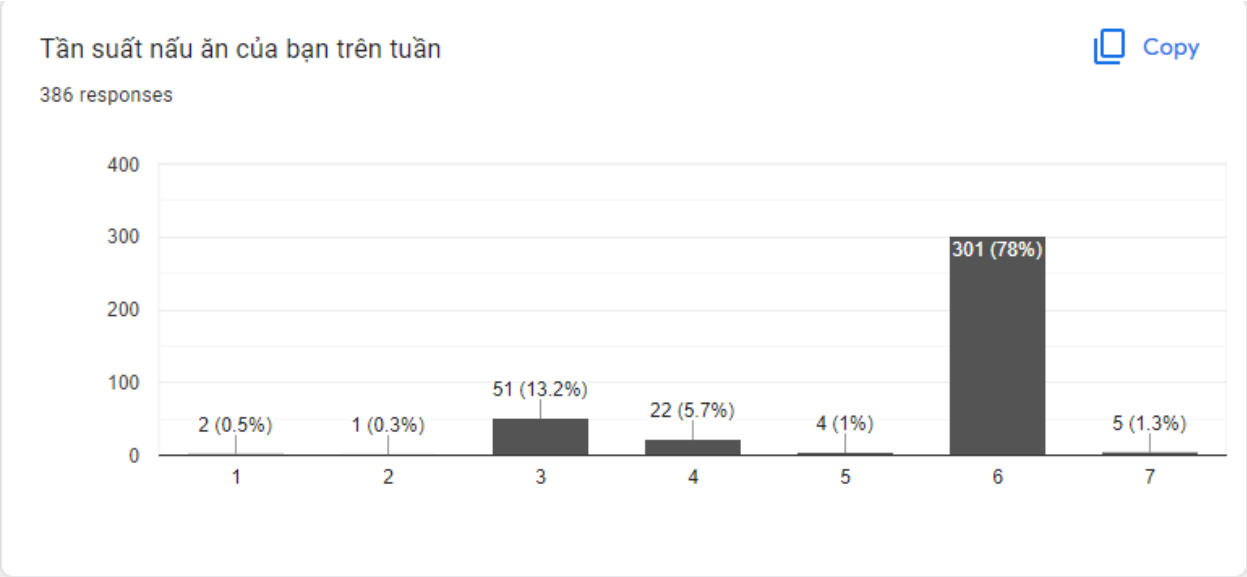
Câu hỏi số 9	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Địa điểm bạn thường đi chợ	386	❖ 79,8% trả lời Chợ dân sinh Hòa Lạc và Siêu thị Lan Chi ❖ 14,5% trả lời Vinmart ❖ 13,2% trả lời Siêu thị Mạnh Quân	❖ Có nhiều địa điểm khác nhau để các bạn sinh viên có thể đi chợ, xa có, gần có.



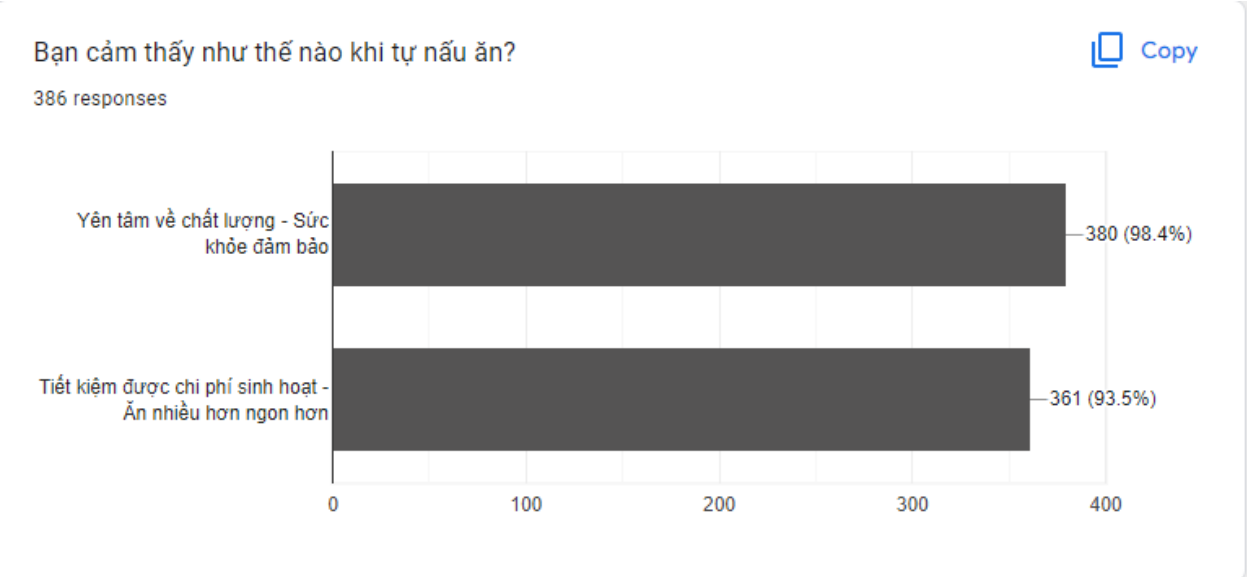
Câu hỏi số 10	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn có gặp khó khăn gì khi đi chợ không	386	❖ 1,6% trả lời Không ❖ 79,3% trả lời Đường xa khó đi ❖ 19,4% trả lời Giá cao ❖ 78,5% trả lời Mất thời gian	❖ Khoảng cách và thời gian và 2 yếu tố ảnh hưởng xấu tới quá trình đi chợ của các bạn sinh viên



Câu hỏi số 11	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn có tự nấu ăn không	386	❖ 81,9% trả lời Có ❖ 18,1 % trả lời Không	❖ Phần lớn các bạn sinh viên có nấu ăn



Câu hỏi số 12	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Tần suất nấu ăn của bạn trên tuần	386	❖ 78% trả lời 6 lần/Tuần ❖ 1% trả lời 5 lần/Tuần ❖ 5,7% trả lời 5 lần/Tuần ❖ 13,2% trả lời 3 lần/Tuần ❖ 0,5% trả lời 1 lần/Tuần	❖ Các bạn sinh viên nấu ăn tương đối thường xuyên



Câu hỏi số 13	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn cảm thấy như thế nào khi tự nấu ăn?	386	❖ 98,4% Yên tâm về chất lượng – Sức khỏe đảm bảo	❖ Rõ ràng lợi ích của việc tự nấu ăn đem lại là rất lớn

		❖ 93,5% tiết kiệm được chi phí và ăn nhiều hơn, ngon hơn	

Câu hỏi số 14	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Nếu có 1 giải pháp giúp bạn đi chợ dễ dàng hơn bạn có sẵn sàng ủng hộ và sử dụng không?	386	❖ 93,5% Rất sẵn sàng ủng hộ ❖ 6,5% Không	❖ Phần rất lớn các bạn sinh viên sẽ ủng hộ giải pháp giúp đi chợ dễ dàng hơn

1.2.1.2. Kết luận

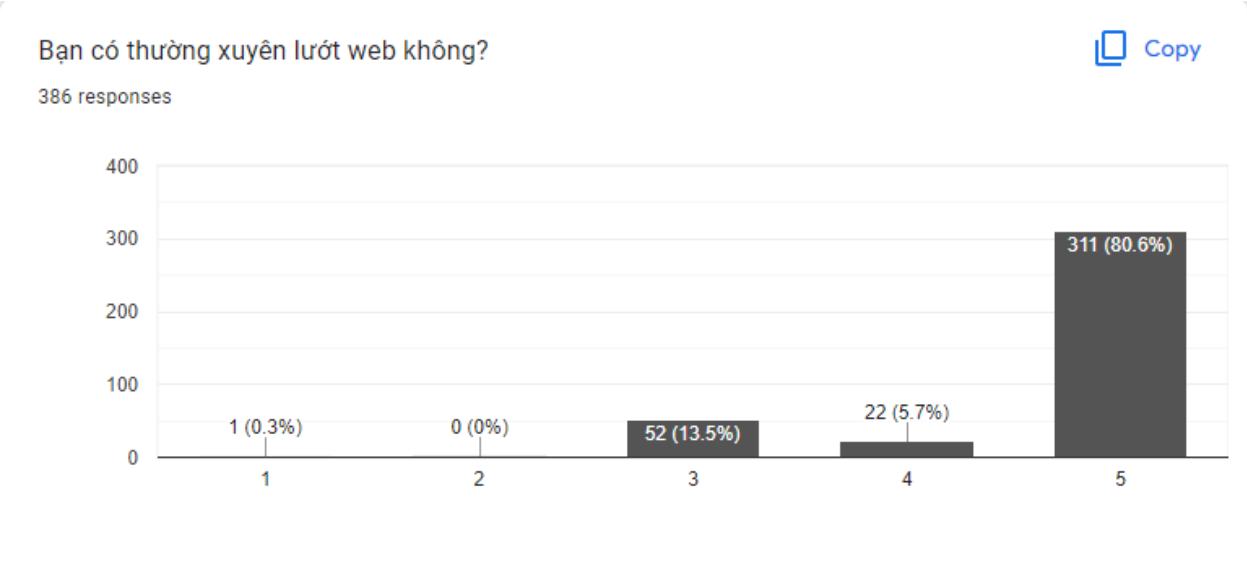
- ❖ Qua nhóm câu hỏi khảo sát 1, chúng ta có thể thấy thằng phần lớn các bạn sinh viên chiếm tới 79,5% đang lưu trú tại KTX
- ❖ Tỷ lệ rất lớn 81,9% có sử dụng đồ ăn nhanh và sử dụng với tần suất tương đối lớn 7 lần/Tuần với 79%.
- ❖ Bên cạnh đó là những khó khăn, rào cản trong việc tự đi chợ của các bạn sinh viên gặp phải như đường xa khó đi 79,3% , tốn thời gian 78,5% , giá cao 19,4%
- ❖ Gần như tuyệt đối, 98% các bạn sinh viên cảm thấy an tâm hơn về sức khỏe, chi phí sinh hoạt. Có thể thấy đây là những lợi ích vô cùng to lớn của việc tự nấu ăn với những nguyên liệu tươi sống, đảm bảo chất lượng.

=> Như vậy, vấn đề thiếu đa dạng, thiếu lựa chọn nguồn thực phẩm tươi sống cho những bữa cơm tự nấu của các bạn sinh viên là **có** và diễn ra **phổ biến** ở trên 80% các bạn sinh viên được hỏi.

=> Và nhu cầu về một giải pháp giúp cung cấp đa dạng sự lựa chọn, giảm thời gian, chi phí sinh hoạt là **có** và trên 90% các bạn sinh viên để rất **sẵn sàng và mong chờ** được sử dụng.

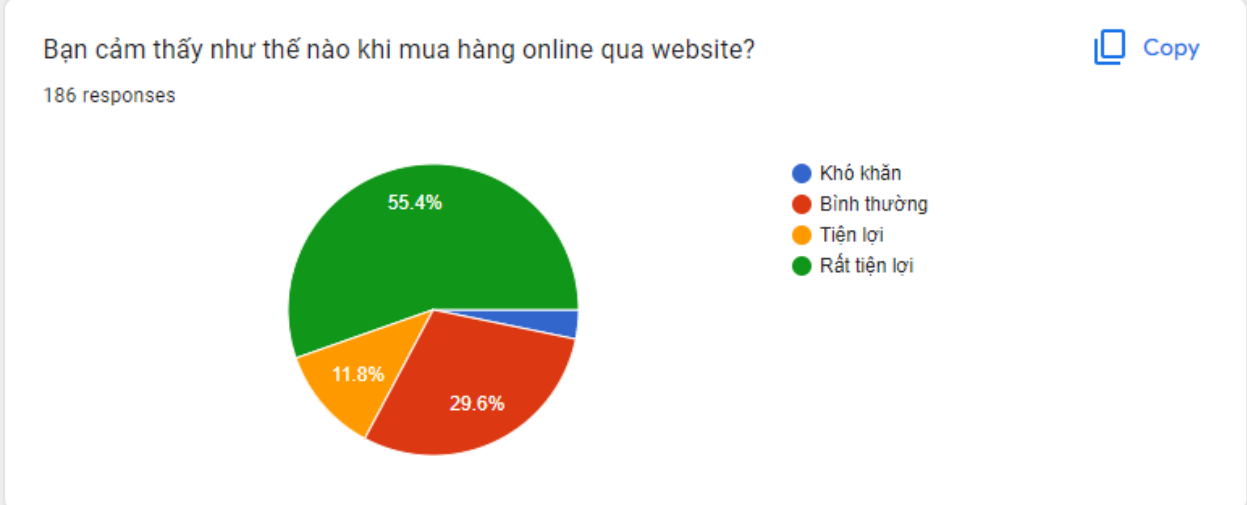
1.2.2. Nhóm câu hỏi 2

1.2.2.1. Nội dung

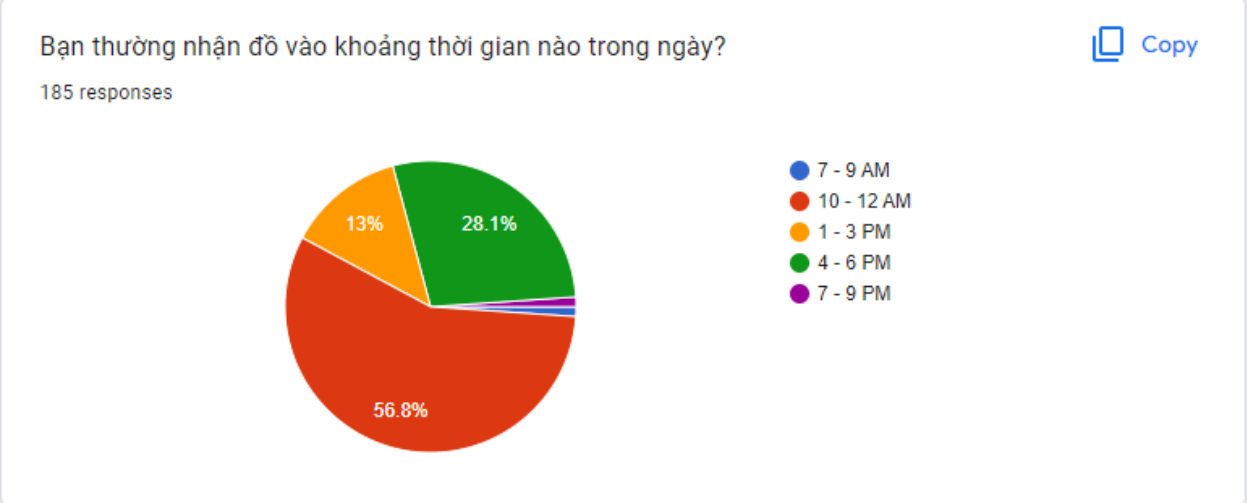


Câu hỏi số 15	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn có thường xuyên lướt web không	386	❖ 80,6% Trả lời Rất thường xuyên ❖ 5,7% Trả lời Thường xuyên ❖ 13,5% trả lời Bình thường	❖ Hầu hết các bạn sinh viên đều lướt web với tần suất cao

Câu hỏi số 16	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn có sử dụng dich vụ mua hàng Online qua Website không?	386	❖ 86,5% Trả lời Có ❖ 13,5% Trả lời Không	❖ Hầu hết các bạn sinh viên đều có sử dụng website để mua hàng Online

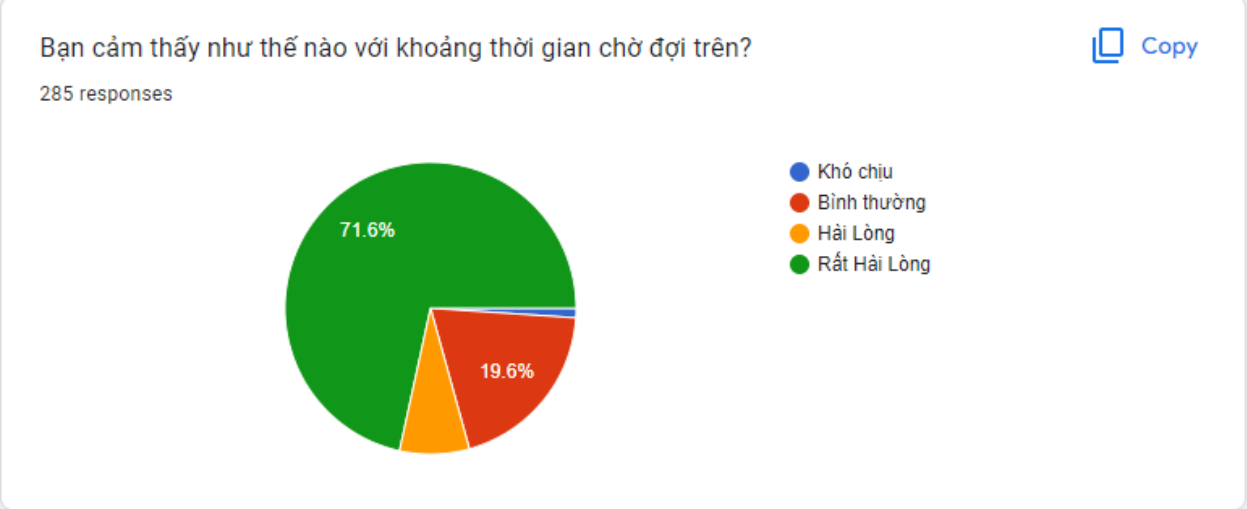


Câu hỏi số 17	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn cảm thấy như thế nào khi mua hàng Online qua Website	186	❖ 55,4% Trả lời Rất tiện lợi ❖ 11,8% Trả lời Tiện lợi ❖ 29,6% Trả lời Bình thường ❖ 3,2% Trả lời Khó khăn	❖ Việc mua hàng qua Website đối với các bạn sinh viên là tương đối dễ dàng và tiện lợi

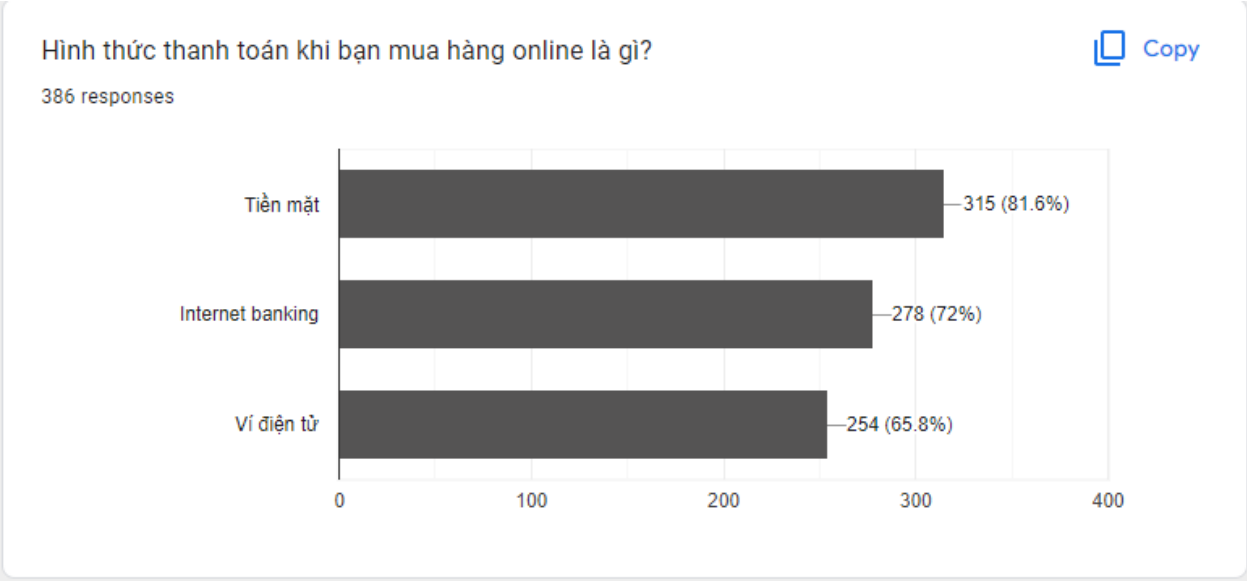


Câu hỏi số 18	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn thường xuyên nhận đồ vào khoảng thời gian nào trong ngày	186	❖ 56,8% Trả lời từ 10 – 12 AM ❖ 13% Trả lời từ 1 -3 PM ❖ 28,1% Trả lời từ 4 – 6 PM	❖ Khoảng thời gian gần trưa và cuối giờ chiều là 2 thời điểm thuận tiện trong việc giao nhận đồ đối với các bạn sinh viên

Câu hỏi số 19	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Khoảng thời gian từ khi bạn đặt hàng đến lúc bạn nhận được hàng là bao lâu?	386	❖ 79% Trả lời từ 30 phút ❖ 13% Trả lời từ 2 tiếng ❖ 7% Trả lời từ 1 tiếng ❖ 0,3% Trả lời từ 3 tiếng	❖ Thời gian trung bình chờ để nhận được hàng là khoảng 30 đến 45 phút



Câu hỏi số 20	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Bạn cảm thấy như thế nào với khoảng thời gian chờ đợi trên?	285	❖ 71% Trả lời Rất hài lòng ❖ 9% Trả lời Hài lòng ❖ 19% Trả lời Bình thường	❖ Phần lớn các bạn sinh viên hài long với khoảng thời gian chờ giao nhận hàng trên



Câu hỏi số 21	Phản hồi	Kết quả	Ý nghĩa
Hình thức thanh toán khi bạn mua hàng online là gì?	386	❖ 81% Trả lời Tiền mặt ❖ 71% Trả lời Internet banking ❖ 65,8% Trả lời Ví điện tử	❖ Phương thức thanh toán bằng tiền mặt vẫn được các bạn sinh viên ưu tiên lựa chọn. Bên cạnh đó là những hình thức mới như Ví điện tử, InternetBanking

1.2.2.2. Kết luận

- ❖ Dựa vào kết quả khảo sát của nhóm câu hỏi thứ 2, Nhóm quyết định phát triển giải pháp dựa trên nền tảng Web với lượng sử dụng website để mua hàng chiếm 86% và trên 70% cảm thấy tiện lợi với phương pháp này.
- ❖ Thời gian cho quá trình giao nhận đồ được nhóm xác định từ 30 đến 45 phút phù hợp với trên 80% sự hài lòng của các bạn sinh viên
- ❖ Phương thức thanh toán bằng tiền mặt vẫn được ưu tiên sử dụng.

1.3. Đánh giá kết quả nghiên cứu

Tính khả thi của dự án	Tính khả thi về giải pháp	Ưu điểm của dự án
Tính khả thi cao dựa vào nhu cầu thự tế của các bạn sinh viên về việc tự nấu ăn và những khó khăn gặp phải khi mua đồ ở bên ngoài.	❖ Nhóm FUM tự tin sẽ xây dựng và hoàn thiện tốt giải pháp với những kỹ năng sẵn có về phát triển phần mềm. ❖ Giải pháp xây dựng trên nàn tảng Web là phù hợp thói quen của các bạn sinh viên và xu hướng số hóa nền kinh tế hiện nay. Minh chứng là thương mại điện tử Việt Nam tăng 4 lần trong năm 2021(Theo vnexpress.net).	❖ Ứng dụng công nghệ và mua sắm, phù hợp với xu hướng phát triển. ❖ Giải pháp giúp cung cấp đa dạng các mặt hàng. ❖ Chuyên nghiệp, giá cả niêm yết rõ ràng. ❖ Thời gian giao nhận nhanh

2. Kế hoạch của dự án

2.1. Kế hoạch thực hiện chung

Mô tả	Thời gian	Nội dung	Mục tiêu
Thực hiện kế hoạch truyền thông song song với từng giai đoạn của với dự án.	30/05/2022 – 19/06/2022	Phát triển website.	Xây dựng hoàn thiện website.
	20/06/2022 - 26/06/2022	Thử nghiệm website.	Lấy ý kiến phản hồi từ 100 người dùng về quá trình sử dụng website.
	27/06/2022 – 03/07/2022	Đánh giá, hoàn thiện tính năng website và chuẩn bị đưa vào hoạt động chính thức giai đoạn 1.	Tối ưu hóa website.
	04/07/2022 – 17/07/2022	Đưa dự án vào hoạt động chính thức giai đoạn 1.	Phục vụ tốt cho khoảng 1.200 sinh viên ĐH FPT.
Tạm dừng dự án và truyền thông để thực hiện đánh giá và báo cáo	18/07/2022 - 22/07/2022	Đánh giá và báo cáo kết quả dự án.	Báo báo kết quả dự án.

2.2. Kế hoạch truyền thông dự án

Thời gian	Nội dung	Mục tiêu
30/05/2022 – 05/06/2022	• Tạo lập Fanpage "Đi chợ hộ". • Đăng bài viết đầu tiên giới thiệu về dự án • Khảo sát lấy ý kiến đóng góp, kỳ vọng của các bạn sinh viên về dự án	• Fanpage "Đi chợ hộ" hoạt động • Fanpage Đạt từ 200 đến 300 người theo dõi và lượt thích • Nhận được những đóng góp hữu ích từ các bạn sinh viên về dự án
06/06/2022 – 15/06/2022	• Tiếp tục tuyền thông, đăng bài quảng bá về dự án, nhằm làm rõ vấn đề các bạn sinh viên gặp phải, làm nổi bật ưu điểm của dự án. • Công bố nhà tài trợ đồng hành(Nếu có)	• Fanpage đạt từ 400 đến 500 lượt theo dõi và lượt thích.
16/06/2022 – 19/06/2022	• Mở đơn đăng ký trải nghiệm giải pháp ở phiên bản thử nghiệm 0.9.	• Đạt từ 50 đến 100 đơn đăng ký trải nghiệm phiên bản thử nghiệm
20/06/2022 - 03/07/2022	• Đẩy mạnh truyền thông • Giới thiệu phiên bản thử nghiệm	• Fanpage đạt từ 600 đến 800 lượt theo dõi và lượt thích.
04/07/2022 – 17/07/2022	• Truyền thông về giai đoạn hoạt động chính thức của dự án	• Fanpage đạt từ 900 đến 1.500 lượt theo dõi và lượt thích.

	• Đăng bài về các trương trình khuyến mại, giảm giá nhằm kích thích nhu cầu mua sắm của khách hàng.	

2.3. Kế hoạch đánh giá kết quả dự án

#	Tiêu chí đánh giá	Nội dung đánh giá	Phương pháp thực hiện
1	Tiến độ dự án	Hoàn thành đúng các mốc thời gian của kế hoạch dự án	Dựa vào bảng kế hoạch chi tiết dự án.
2	Truyền thông	Fanpage dự án đạt từ 1000 người theo dõi và 1.000 lượt thích trở lên.	Dựa trên trang thống kê của quyền quản trị fanpage.
3	Hiệu quả giải pháp	Đạt từ 20 đến 50 đơn hàng mỗi ngày.	Dựa trên phần quản lý đơn hàng có trong nghiệp vụ quản lý phía Admin website.
4	Phản hồi khách hàng	70% người đặt hàng hài lòng về giải pháp.	Dựa trên phần quản lý đánh giá của khách hàng có trong nghiệp vụ quản lý phía Admin website.

2.4. Kế hoạch đánh giá tác động của dự án

#	Đối tượng	Tiêu chí đánh giá	Kỳ vọng	Phương pháp thực hiện
1	Sinh viên	• Bữa cơm hàng ngày • Tổng thời gian dành ra cho 1 bữa ăn. • Chi phí sinh hoạt trong tháng	• Bữa cơm phong phú, đầy đủ các món rau thịt • Giảm thời gian đi lại, các bạn có thể tận dụng khoảng thời gian đó để hoàn thành bài tập của mình • Sinh hoạt phí được kiểm soát tốt hơn và tiết kiệm hơn.	Tiến hành khảo sát, đánh giá các bạn sinh viên đã sử dụng dịch vụ của FU Market
2	Các đơn vị cung cấp nguồn hàng	• Số lượng hàng hóa bán ra	• Sự tăng lên về số lượng hàng hóa bán ra	Tiến hành trao đổi trực tiếp với đối tác để nắm bắt thông tin
3	Nhà tài trợ	• Lượng truy cập, ghé thăm mới trang web, cửa hàng(Nếu có)	• Sự tăng lên về lượng khách hàng mới biết tới nhà tài trợ	Tiến hành trao đổi trực tiếp với nhà tài trợ để nắm bắt thông tin

2.5. Đánh giá nguồn lực

Đánh giá chung về nguồn lực của nhóm:

- Nguồn nhân lực chính của nhóm gồm 6 thành viên.
- Nhân lực bổ sung dự trù: Từ 3 đến 5 người, là các bạn sinh viên trong trường sẽ hợp tác cùng nhóm trong khâu giao hàng nếu trường hợp quá tải đơn hàng xảy ra.
- Các thành vien đều có kinh nghiệm làm việc nhóm tốt.

#	Nhiệm vụ	Họ tên	Vai trò	Năng lực
1	Quản lý dự án	Nguyễn Thế Vinh	Leader	Có thế mạnh phân tích, nghiên cứu thị trường và quản lý dự án
2	Phát triển và quản lý website	Lê Thanh Tùng	Leader	Có thế mạnh phát triển giải pháp phần mềm
		Võ Đức Tài	Member	Có thế mạnh phát triển giải pháp phần mềm
3	Truyền thông	Trần Xuân Sơn	Leader	Có kinh nghiệm truyền thông
4	Xử lý đơn hàng	Nguyễn Thế Vinh	Leader	Có kinh nghiệm hoạt động hậu cần, tổ chức
		Đoàn Minh Đức	Member	Có kinh nghiệm hoạt động hậu cần, tổ chức
		Lê Tuấn Hưng	Member	Có kinh nghiệm hoạt động hậu cần, tổ chức

2.6. Quy tắc làm việc

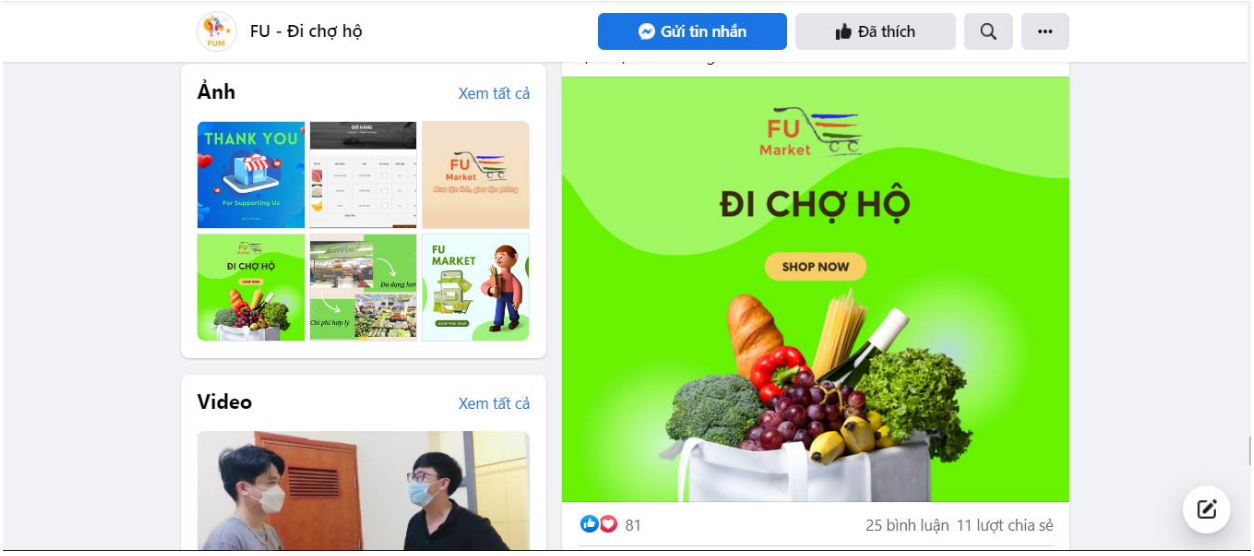
- 19h30 hằng ngày họp báo cáo công việc
- Có mặt đúng giờ, không muộn quá 5 phút, nghỉ phải có lí do và báo trước 6 tiếng
- Trong các buổi họp yêu cầu tất cả các thành viên đều phải có ý kiến đóng góp
- Mỗi người một nhiệm vụ khác nhau, không ai ngồi chơi
- Làm hết mình, có trách nhiệm với nhiêm vụ được giao
- Không hoàn thành hoặc vi phạm giờ giấc quá 3 lần sẽ bị loại khỏi nhóm

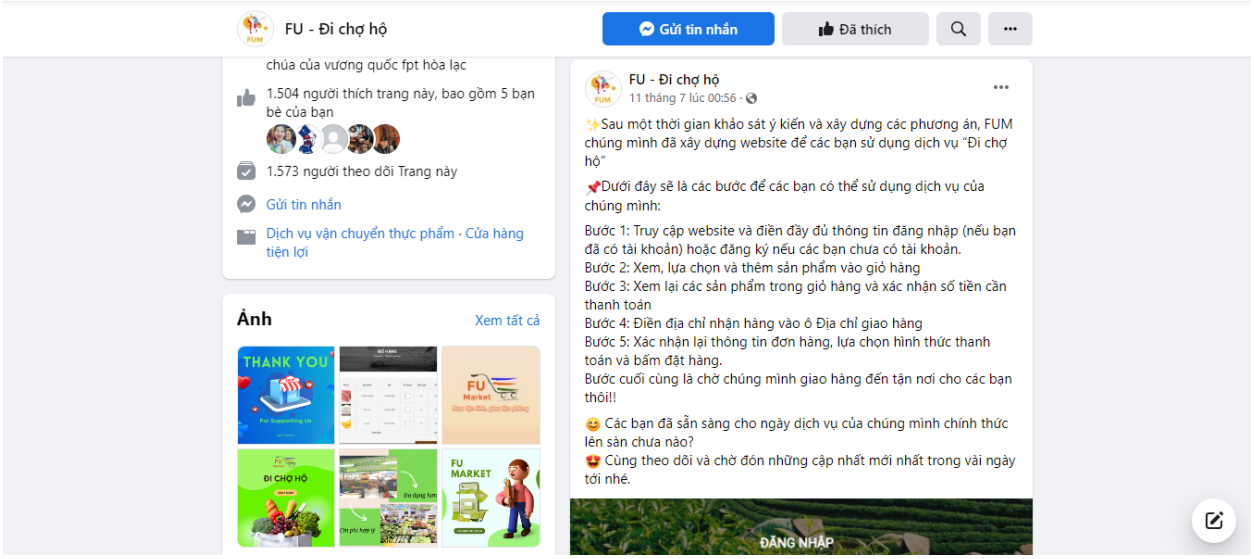
3. Thực hiện dự án

3.1. Truyền thông

- Dự án thực hiện truyền thông trên nền tảng mạng xã hội Facebook, Fanpage với tên FU – Đi chợ hộ

- Fanpage là công cụ giúp lan tỏa dự án tới rộng rãi tất cả các bạn sinh viên, đồng thời là kênh thông tin hỗ trợ, giải đáp những khó khăn, thắc mắc của các bạn trong quá trình sử dụng dịch vụ.
- Dưới đây là một vài hình ảnh về trang truyền thông chính thức của dự án trên nền tảng Facebook, Fanpage với tên FU – Đi chợ hộ





- Ngoài việc truyền thông bằng các bài viết, hình ảnh. Nhóm có xây dựng Video tình huống, nhằm làm nổi bật thực trạng vấn đề cũng như truyền thông dễ tiếp cận rộng rãi tới các bạn sinh viên về dự án "Đi chợ hộ" và sau đây là một số hình ảnh về Video tình huống

EXIT

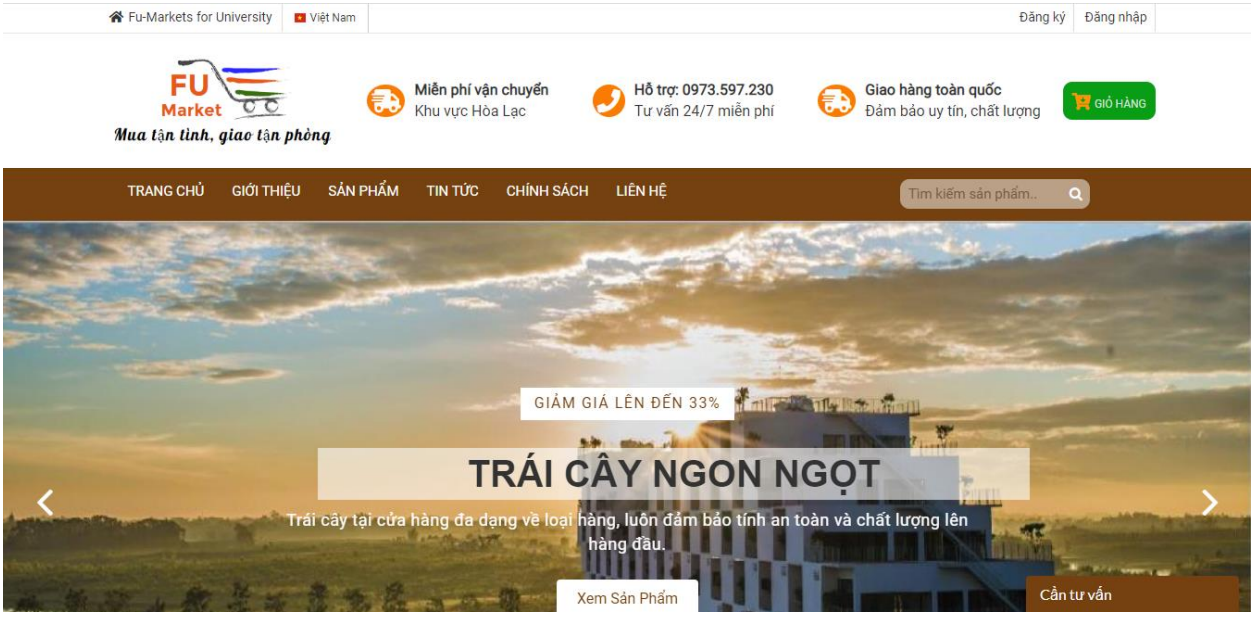
3.2. Giải pháp

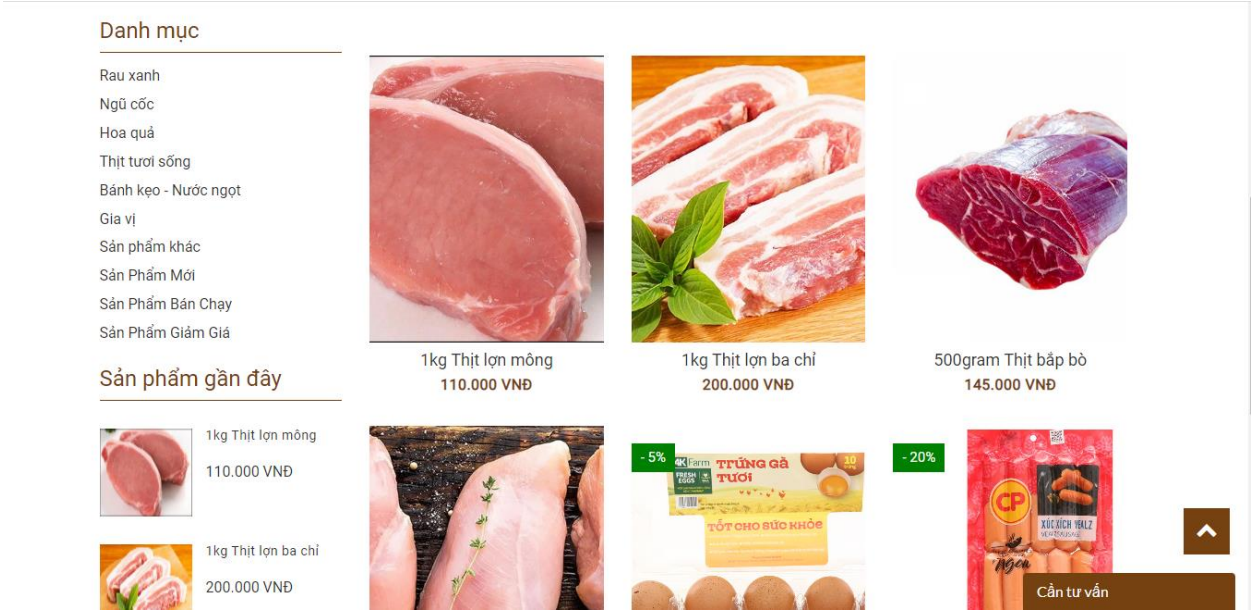
- Dựa vào kết quả khảo sát:
  - 86% các bạn sinh viên thường xuyên sử dụng và đặt mua hàng qua các trang web
  - Mức độ tiện lợi tới rất tiện lợi lên đến gần 70%
- ⇨ Nhóm FUM quyết định triển khai giải pháp của dự án thông qua nền tảng Web.

3.2.1. Thông số kỹ thuật

- Ngôn ngữ lập trình: Java, HTML, CSS, Javascript
- Công nghệ sử dụng : JSP, Servlet, SQL Server
- Server: Heroku
- Môi trường phát triển: Netbean, SQL Server Management Studio
- Địa chỉ website : https://fumdichoho.herokuapp.com/
- Thời gian phát triển: 30 ngày

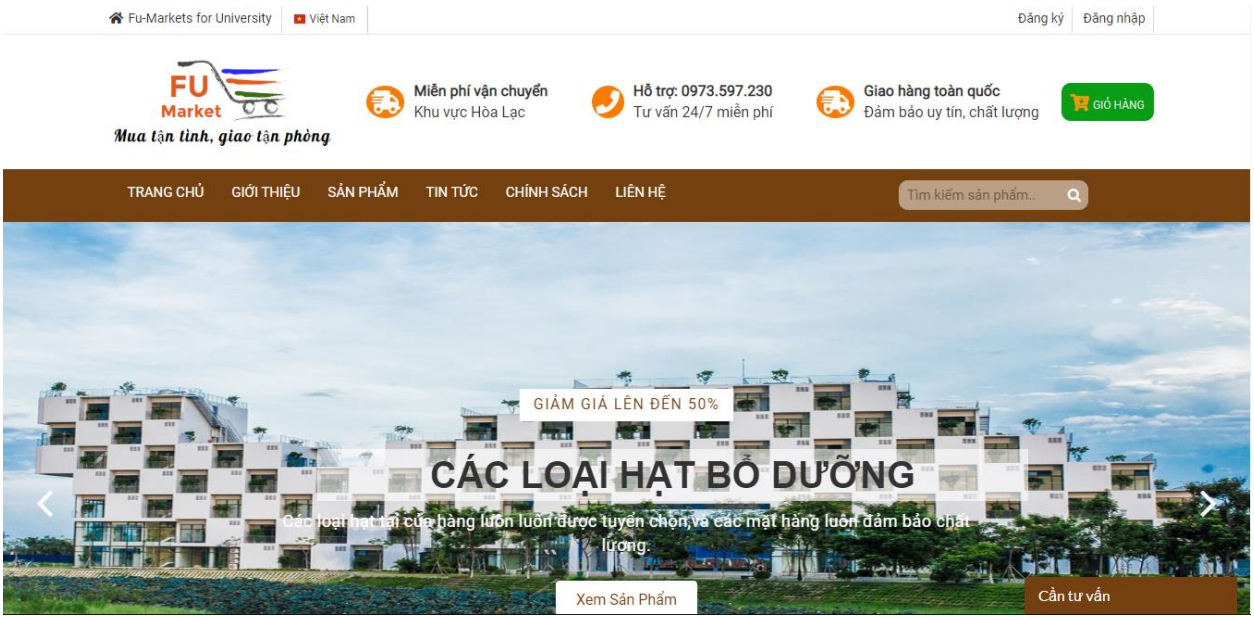
Dưới đây là một vài hình ảnh về giải pháp của dự án Webstite FU Market

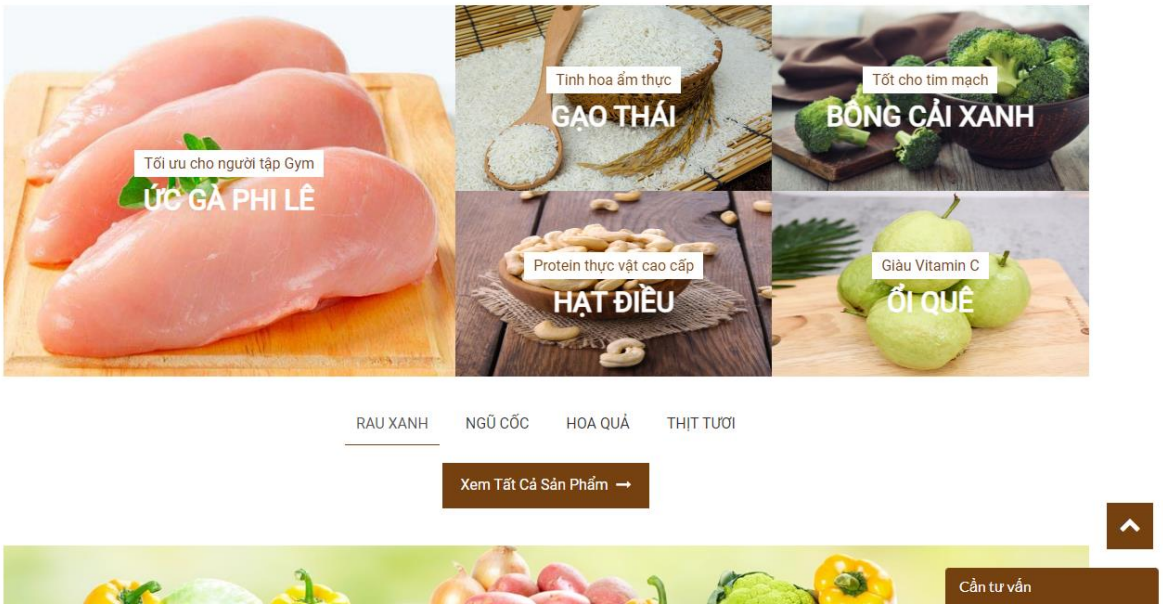




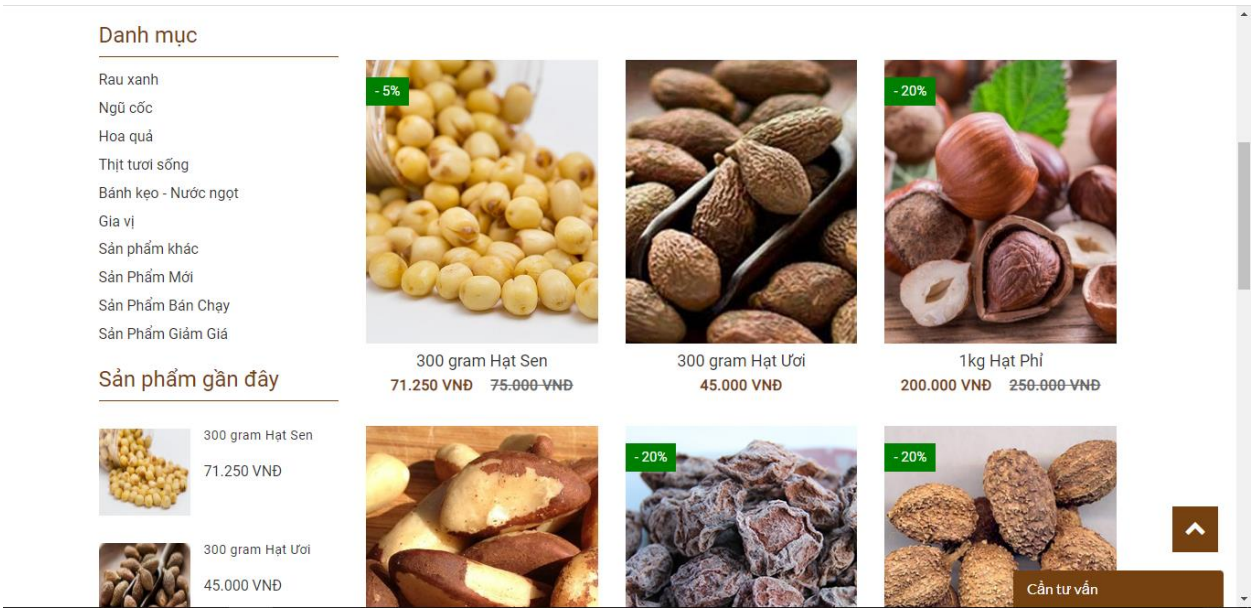
3.2.2. Giới thiệu tính năng Website FU – Market

- Trang chủ của Website, nơi hiển thị thông tin, banner quảng cáo, hình ảnh về các sản phẩm nổi bật

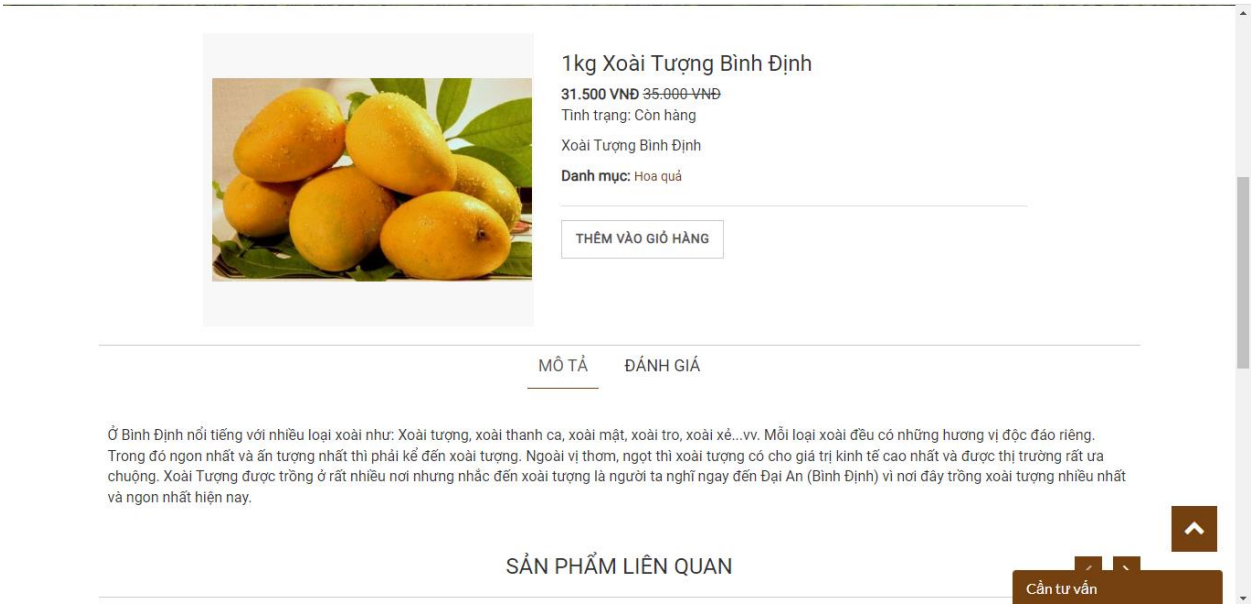




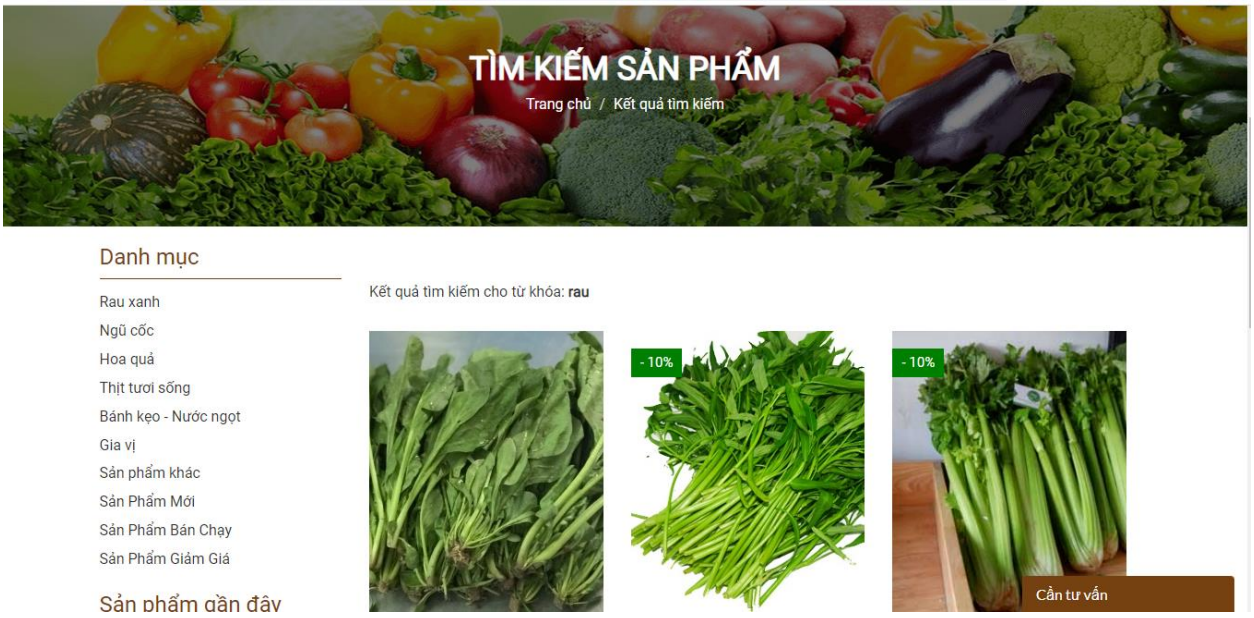
- Tính năng xem dánh sách sản phẩm, người dùng có thể lựa chọn xem danh sách các sản phẩm theo từng danh mục như: Rau xanh, ngũ cốc, hoa quả, thịt tươi sống…



❖ Tính năng xem chi tiết sản phẩm. Người dùng bấm vào 1 sản phẩm bất kỳ để xem thông tin chi tiết về sản phẩm

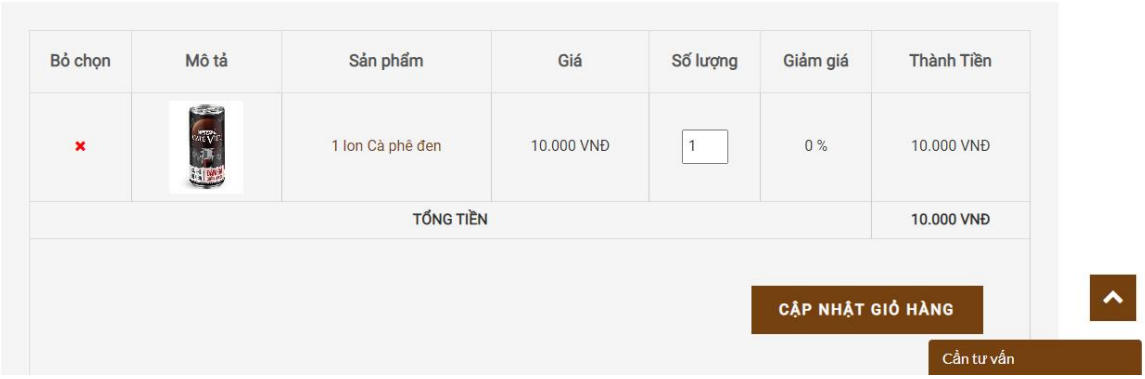


❖ Tính năng tìm kiếm sản phẩm. Người dùng có thể nhập từ khóa, hay tên sản phẩm muốn tìm sau đó hệ thống sẽ hiển thị kết quả tìm kiếm đúng với từ khóa mà người dùng nhập.

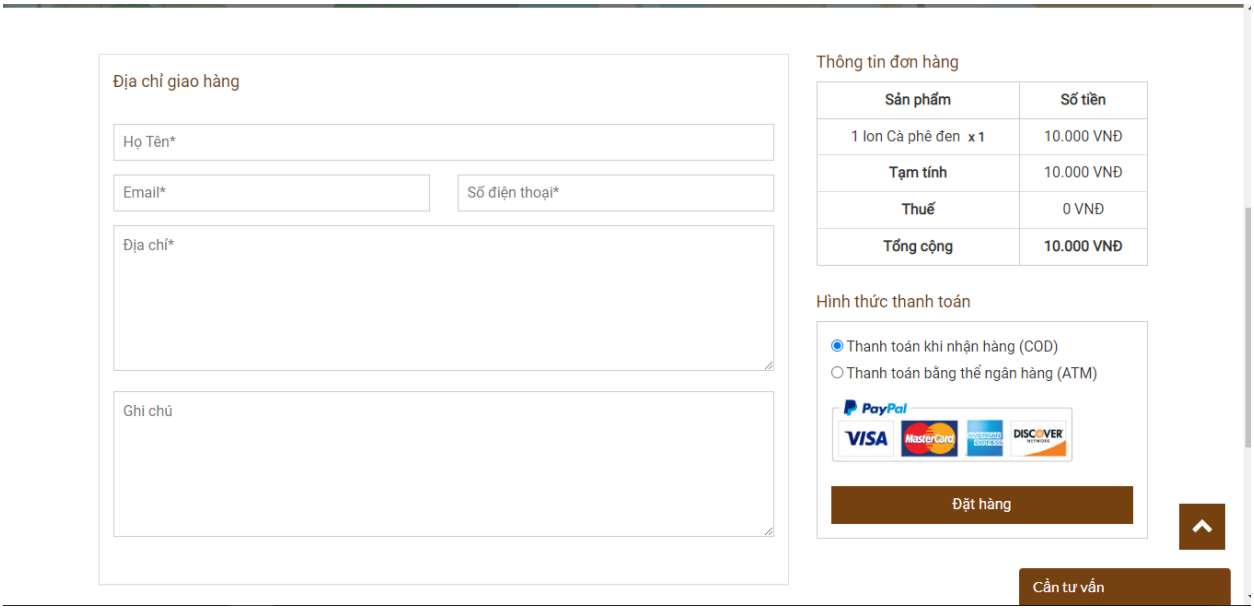


❖ Tính năng đánh giá sản phẩm. NGười dùng có thể để lại đánh của mình về các sản phẩm

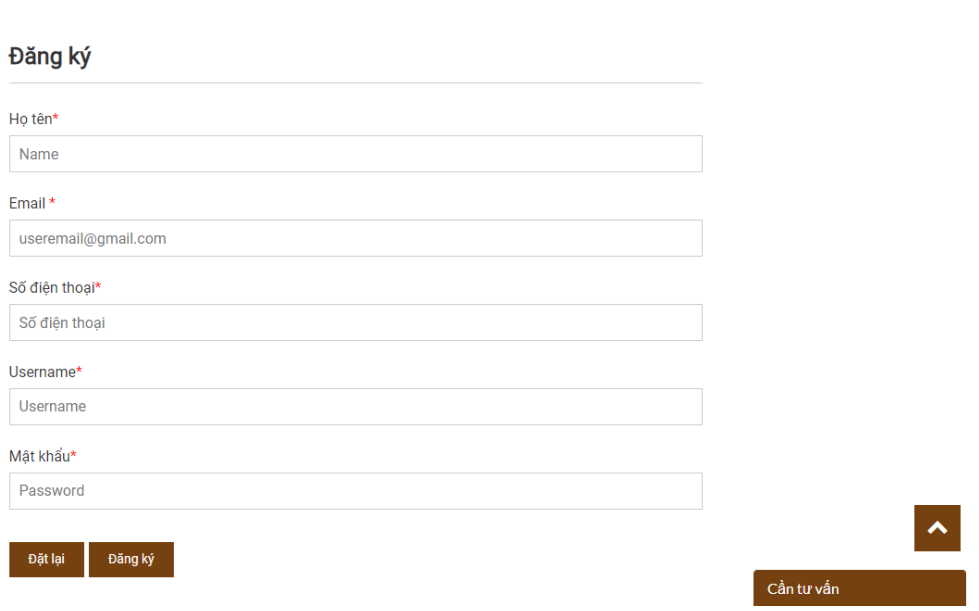
❖ Tính năng giỏ hàng. Người dùng có thể lựa chọn các sản phẩm ưng ý, sau đó là thêm vào giỏ hàng. Người dùng có thể cập nhật, thêm hoặc bỏ bớt sản phẩm ra khỏi giỏ hàng của mình.



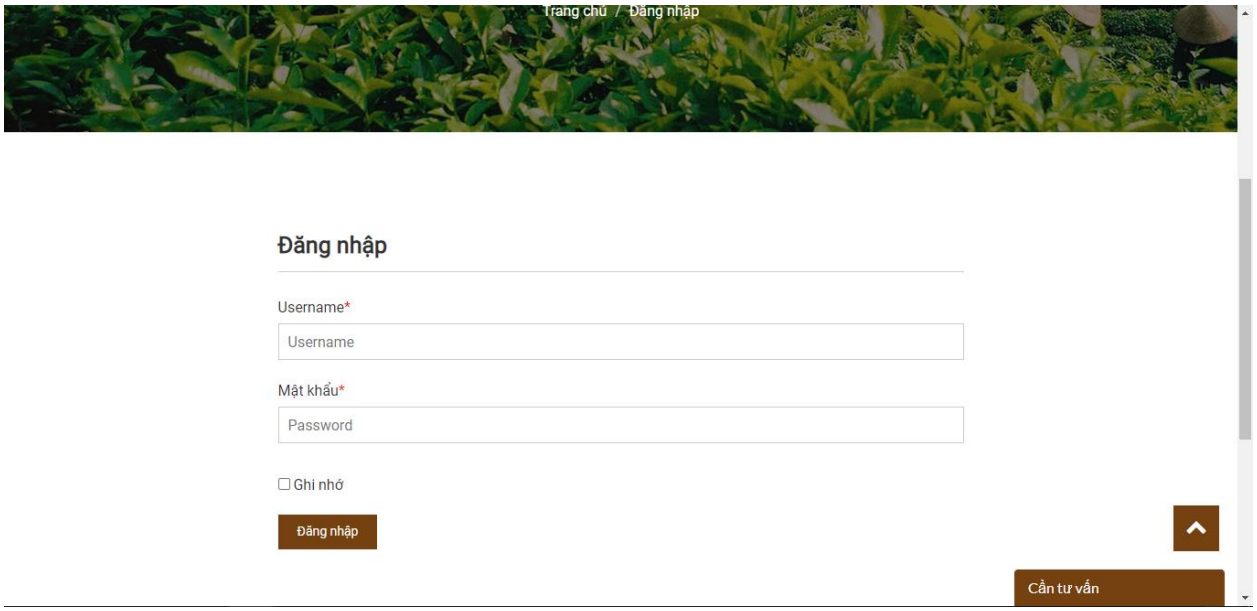
❖ Tính năng thanh toán. Người dùng nhập các thông tin cần thiết để tiến hành thanh toán và tạo đơn hàng.



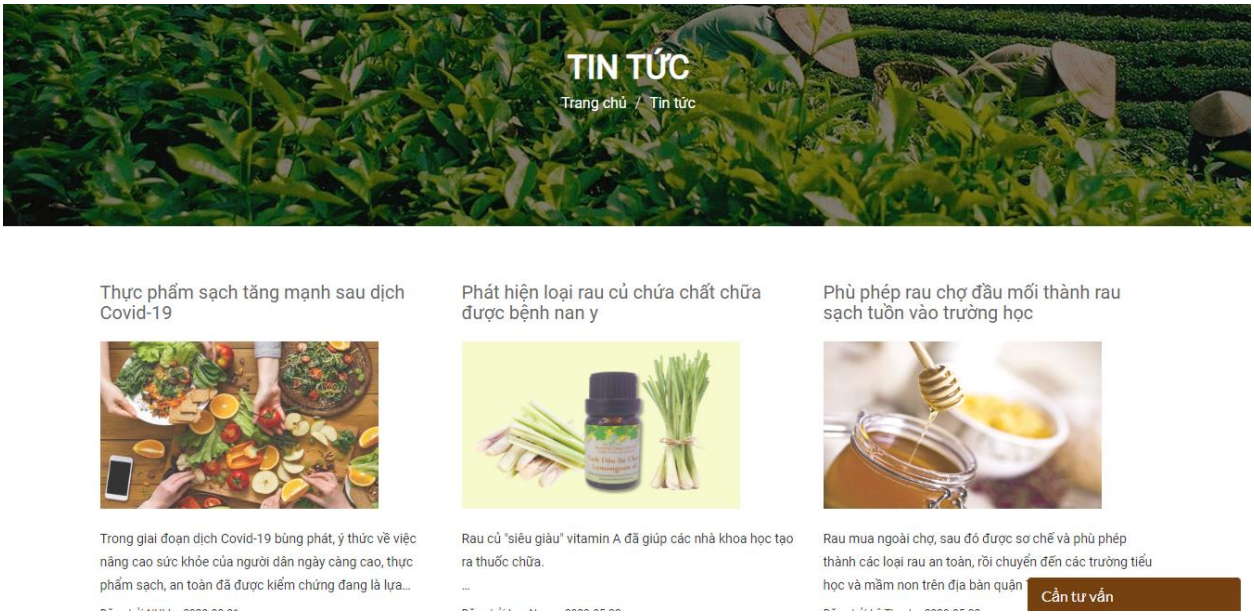
- Tính năng đăng ký tài khoản. Người dùng tiến hành đăng kí tạo mới tài khoản để trở thành thành viên của FUMarket



- Tính năng đăng nhập hệ thống. Người dùng có thể sử dụng tài khoản đã đăng ký trước đó để đăng nhập vào hệ thống và tiến hành mua hàng



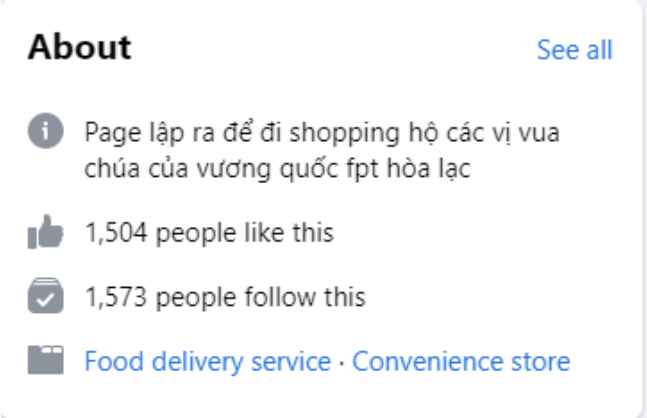
- Tính năng tin tức. Người dùng có thể đọc tin tức liên quan.



4. Phân tích và Đánh giá kết quả thực hiện dự án

4.1. Truyền thông dự án

4.1.1. Kết quả



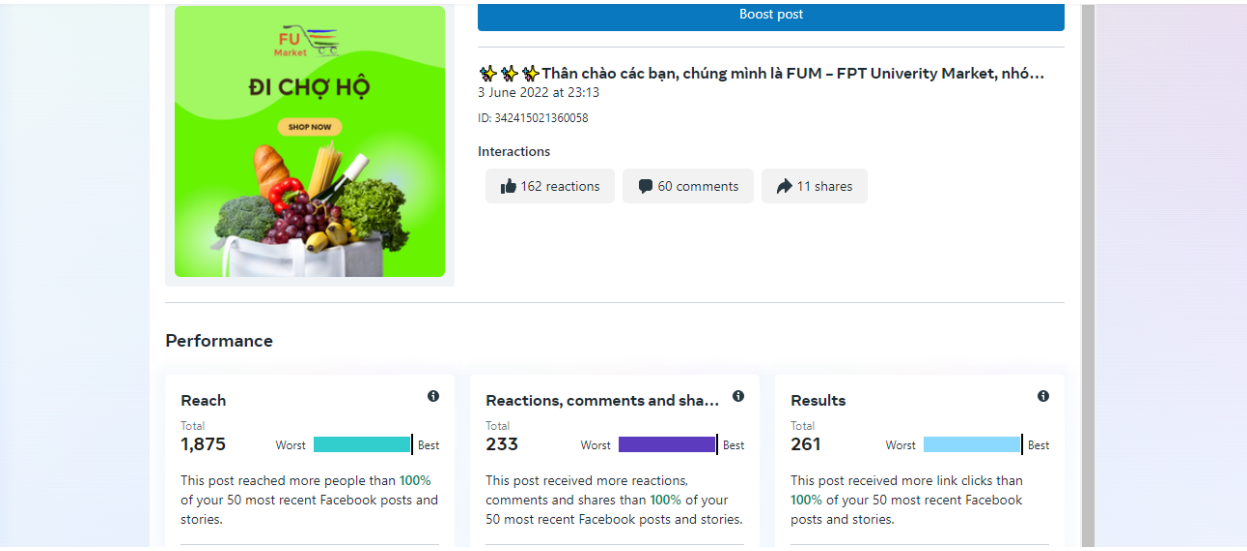
- Fanpage được lập và đăng bài đầu tiên vào ngày 03 tháng 6 năm 2022
- Fanpage FU – Đi chợ hộ đạt được:
  - 1,504 lượt thích
  - 1,573 lượt người theo dõi
  - Có tổng cộng 11 bài viết
  - Đạt 4089 lượt tìm kiếm
- Với xuất phát điểm là sinh viên khối kỹ thuật không có nhiều kinh nghiệm cũng như kỹ năng về truyền thông, vì thế trang truyền thông của dự án sử dụng chủ yếu là các bài viết với nội dung về dự án qua hình thức chữ viết và hình ảnh đơn giản.

4.1.2. Phân tích

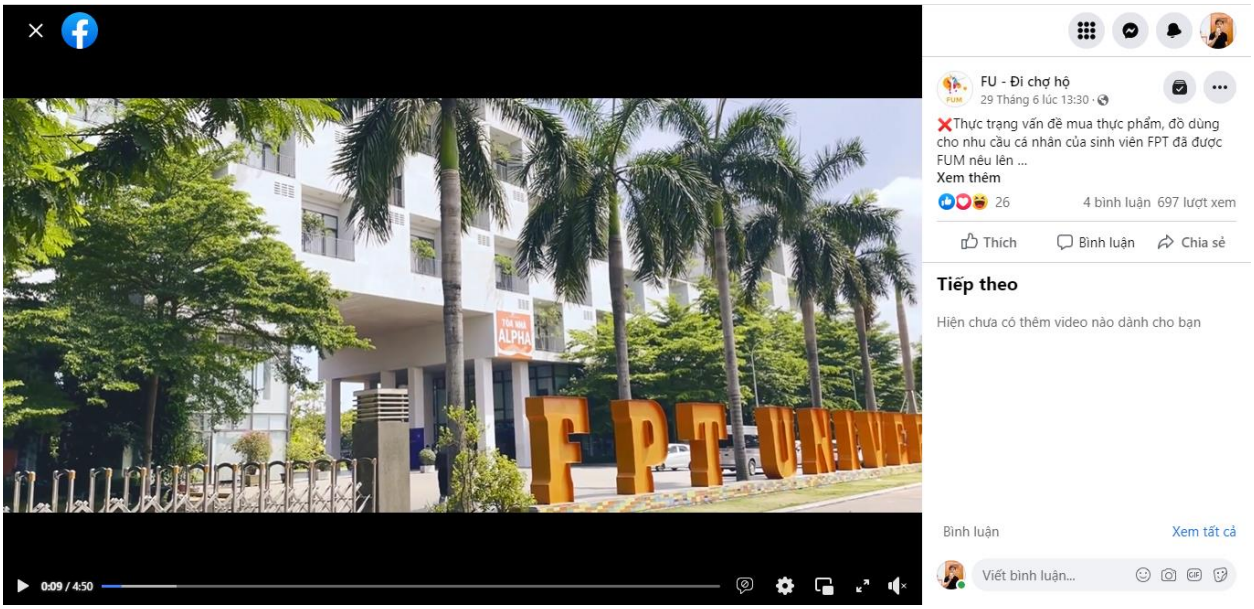
D18

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	sep=											
2	Content											
3	Caption	Post time	Content type	Reach	Likes and reac	Sticker taps	Replies	Link clicks	Comments	Shares	Results	Cost per resu
4	✨✨✨Thân chào các bạn, chúng mình là FUM – FP	2022-06-03 09:13:41	Facebook post	1880	162			262	60	11		
5	□Một trong những vấn đề mà các bạn sinh viên FPT	2022-06-11 04:19:19	Facebook post	929	99			76	5	3		
6	Hiện nay, dưới tác động của sự phát triển về công	2022-06-11 20:50:45	Facebook post	256	103			38	0	1		
7	Xin chào mọi người FUM đã quay trở lại rồi đây,	2022-06-30 11:53:52	Facebook post	268	9			30	3	1		
8	Phiên bản thử nghiệm của fu-đi chợ hộ đã chính tl	2022-07-09 10:53:48	Facebook post	443	72			81	4	7		
9	✨Sau một thời gian khảo sát ý kiến và xây dựng cá	2022-07-10 10:56:36	Facebook post	75	56			15	5	0		
10	□Web của FUM đã đi vào hoạt động được hơn 1 tuầ	2022-07-11 01:42:31	Facebook post	129	10			41	2	1		
11	Xin chào các bạn FUM Team đã quay trở lại rồi	2022-07-11 10:39:21	Facebook post	47	8			16	0	0		
12	□Hôm nay nóng quá bạn ơi, □FUM Team đi sh	2022-07-11 10:48:59	Facebook post	25	4			16	0	0		
13	Cuộc vui nào rồi cũng sẽ tàn, bữa tiệc nào rồi cũn	2022-07-12 13:16:01	Facebook post	37	4			4	3	0		
14												
15												

- Trang truyền thông có tất cả 11 bài viết từ ngày 03/06/2022 đến ngày 12/07/2022
- Tổng lượt tìm kiếm đạt 4089
- Lượt tương tác đạt 527 lượt
- Lượt bấm xem đạt 579 lượt
- Trong đó có 1 Video tình huống làm nổi bật thực trạng vấn đề của các bạn sinh viên FPT
- 1 video phỏng vấn trải nghiệm của khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ của dự án “Đi chợ hộ”

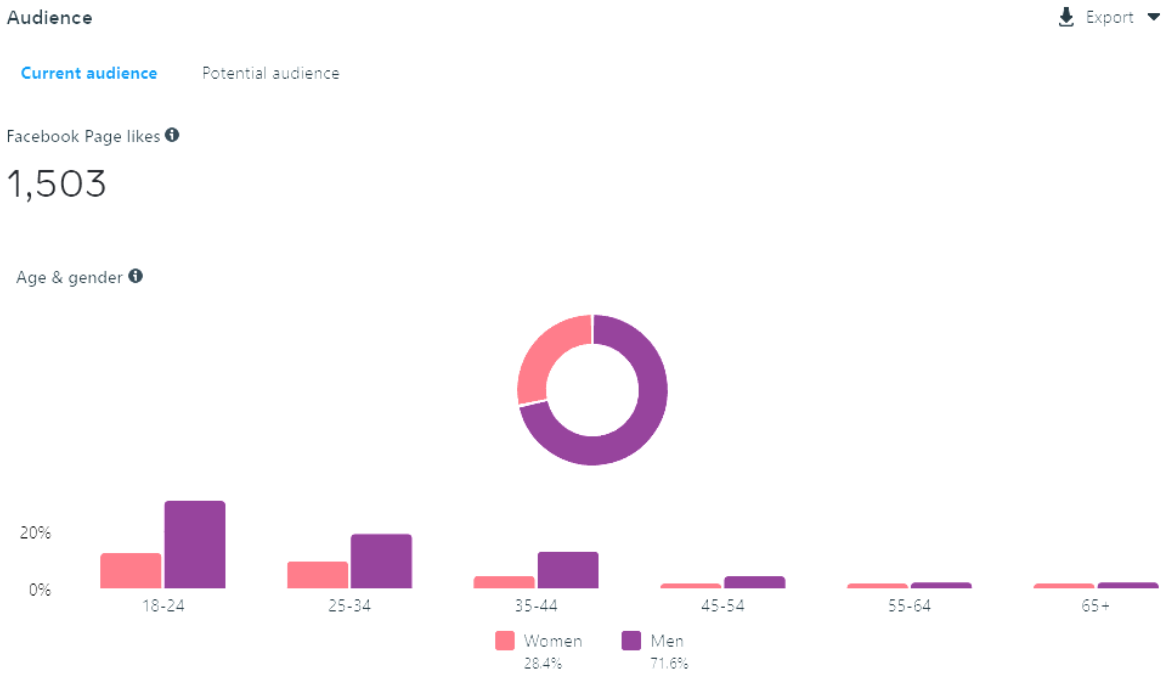


- Bài viết đầu tiên cũng là bài viết được nhiều lượt xem, tương tác nhất với 1,875 lượt tìm kiếm, 233 tương tác và 11 lượt chia sẻ.
- Bài viết là lời chào, sự giới thiệu và đặt vấn đề về những thực trạng mà các bạn sinh viên gặp phải trong ăn uống, sinh hoạt
- Bài viết sử dụng đơn thuần phương thức truyền tải bằng chữ viết tuy nhiên nêu được đúng vấn đề mà các bạn sinh viên quan tâm, vì thế đạt được hiệu ứng truyền thông tốt



- Video tình huống đạt 697 lượt xem.
- Video với thời lượng ngắn gọn, nội dung dễ hiểu, thông điệp truyền tải rõ ràng.

- Bối cảnh được quay trược tiếp tại ĐH FPT, gần gũi với các bạn sinh viên vì thế được sự đón nhận nhiệt tình từ khán giả.

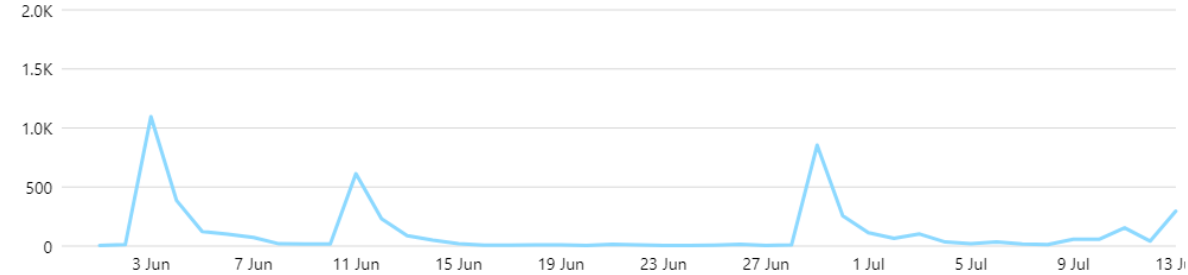


- Theo số liệu thống kê cho thấy rằng, có tới 71,6% lượng người thích fanpage là Nam giới và 28,4% là Nữ giới. Chứng tỏ rằng, không chỉ phái đẹp mới quan tâm đến vấn đề ăn uống, sức khỏe mà đấng mài râu cũng ngày càng quan tâm tới việc đó, đặc biệt khi mà trong trường có CLB StreetWorkout về thể hình rất mạnh và đông đảo thành viên. Đây cũng là lý do giải thích cho việc lượng nam giới chiếm áp đảo

Results

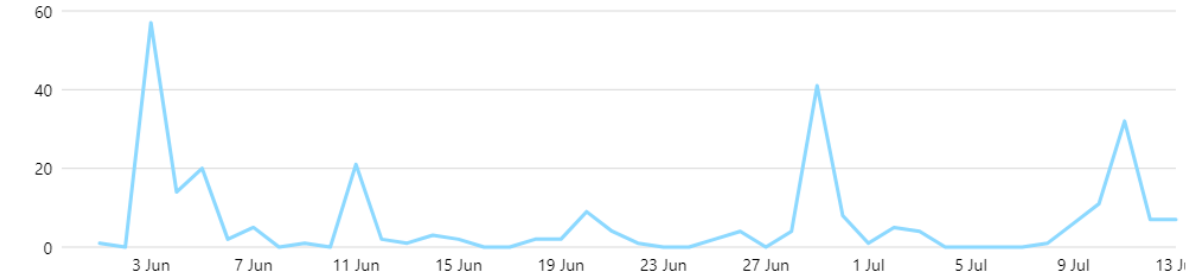
Facebook Page reach

3,240 ↑ 242.1%



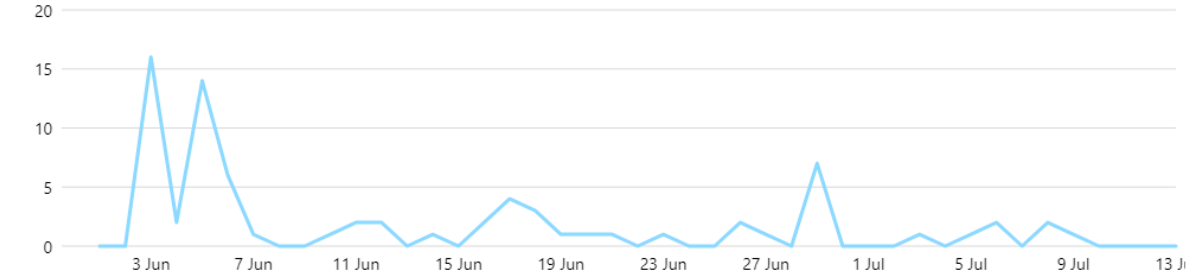
Facebook Page visits

280 ↓ 33%



Facebook Page new likes

75 ↓ 86.7%



- Lượng tìm kiếm về fanpage hiện tại vẫn tiếp tục tăng tới 240,1%, chứng to sức hút của dự án là rất lớn và vẫn đang nhận được những sự quan tâm nhất định từ phía các bạn sinh viên cũng như người dùng mạng xã hội khác.
- Tuy nhiên lượng truy cập page có giảm đang kể, giảm 33%, do hiện tại nhóm đã tạm dừng truyền thông cũng như đã có website chính thức
- Lượt thich và theo dõi mới Fanpage giảm đáng kể, giảm lến tới 86,7%, cũng 1 phần do dự án đã kết thúc, cộng với đó là nội dụng truyền thông chưa hấp dẫn.

4.1.3. Đánh giá

- Ưu điểm:
  - Truyền thông dự án **ĐẠT** yêu cầu nội dung kế hoạch truyền thông và kế hoạch đánh giá kết quả dự án.
  - **ĐẠT** mục tiêu kế hoạch truyền thông và kế hoạch đánh giá kết quả dự án, với 1,504 lượt thích, 1,573 lượt người theo dõi.
  - **ĐẠT** mục tiêu quảng bá, lan truyền dự án tới đông đảo các bạn sinh viên.
  - Các bài viết nêu vấn đề rõ ràng, hướng dẫn ngắn gọn dễ hiểu.
  - Video tình huống **ĐẠT** yêu cầu về thông điệp truyền tải, nhằm làm nổi bật thực trạng vấn đề
  - Video phỏng vấn trải nghiệm khách hàng góp phần làm tăng hiệu ứng tích cực về dự án
- Nhược điểm:
  - Nội dung các viết chưa sinh động, còn đơn giản.
  - Không có nhiều hoạt động gắn kết người xem với dự án Dẫn đến mật độ tương tác chưa cao
  - Số lượng bài viết ở mức trung bình
  - Mật độ đăng bài không ổn định, các xa nhau hoặc quá gần, làm giảm hiệu quả truyền thông, không tạo được ấn tượng sâu sắc cho khán giả

4.2. Giải pháp dự án

4.2.1. Kết quả

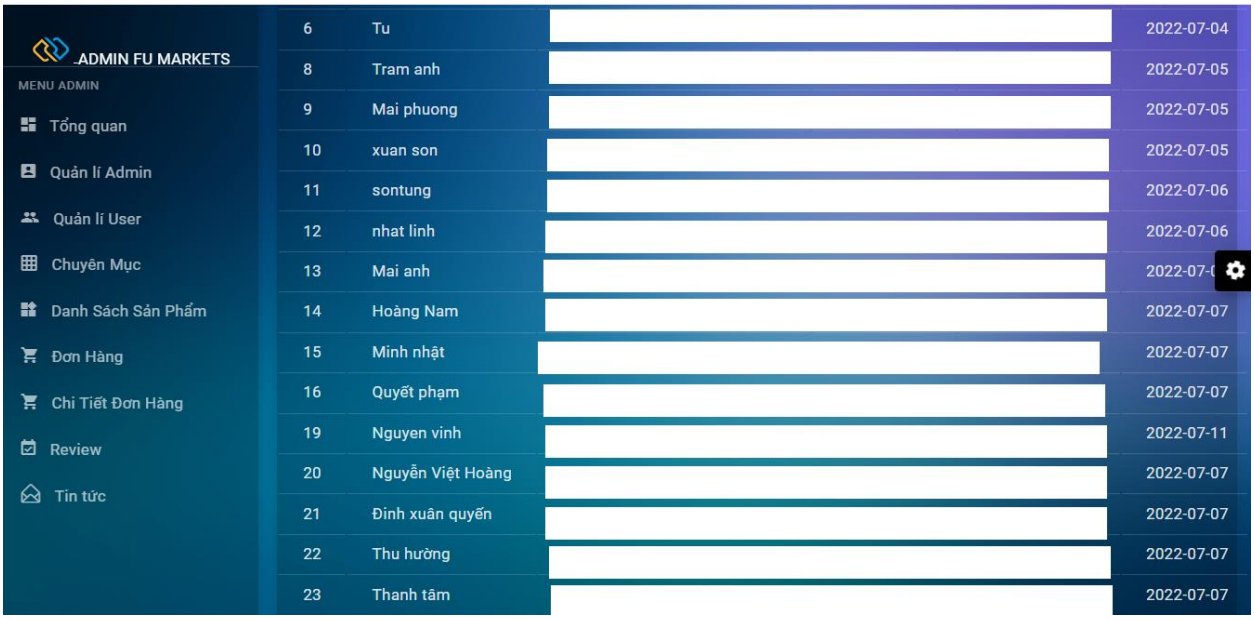
- Website FU Market đi vào hoạt động chính thức từ ngày 04 tháng 7 năm 2022 đến ngày 11 tháng 7 năm 2022
- Có 11 danh mục sản phẩm
- Có trên 100 mặt hàng khác nhau
- Đạt 33 tài khoản người dùng
- Đạt 40 đơn đặt hàng
- Giá trị đơn hàng cao nhất: 320.000 VNĐ
- Giá trị đơn hàng thấp nhất: 19.000 VNĐ
- Sản phẩm được đặt hàng nhiều nhất: Gạo thái, Xoài, Chuối,Ổi, Xúc xíc, Trứng gà, nước mắm,rau xúp lơ xanh
- Các đánh giá sản phẩm của khách hàng đều ở mức tốt
- Đội ngũ giao hàng là các thành viên của nhóm dự án, luôn thể hiện được sự nhiệt tình, tận tâm với mỗi đơn hàng.

4.2.2. Phân tích

- Website có 10 danh mục sản phẩm: Rau xanh, ngũ cốc…

- Đây là những danh mục sản phẩm cơ bản, thiết thực, đáp ứng đầy đủ nhu cầu về sự đa dạng nguồn thực phẩm cho các bữa ăn tự nấu của các bạn sinh viên

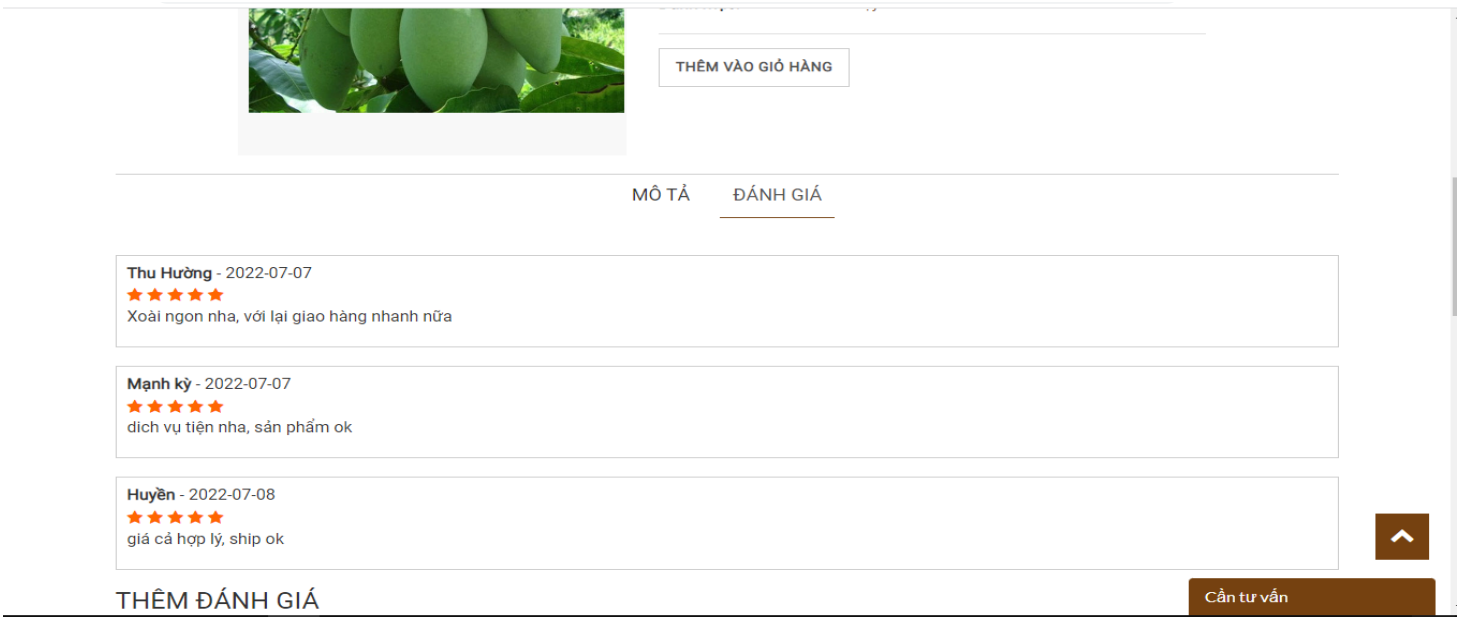
- Website cung cấp hơn 100 mặt hàng khác nhau từ rau xanh, thịt tươi, hoa quả, bánh kẹo…
- Sự đa dạng về số lượng hàng hóa giúp cho việc lựa chọn của các bạn sinh viên trở nên dễ dàng hơn.
- Tình trạng hàng hóa luôn được cập nhật giúp việc mua sắm trở nên chủ động hơn.
- Các chương trình giảm giá, khuyến mại cũng được áp dụng và cập nhật thường xuyên giúp kích cầu mua sắm của người dùng.



- Sau 1 tuần đi vào hoạt động, Website chào đón hơn 30 tài khoản người dùng tạo mới

id	user_session	user_name	user_mail	user_phone	address	message	amount	payment	status	created
12	hoang1				Dom D - SĐT 09...	Giao hàng nha...	193.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
13	nam09				KTX FPT, phòng...		320.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
14	Tu				Phòng F201		124.500	0	Hoàn thành	2022-07-(
15	hoang1				Dom D - SĐT 09...		260.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
16	tramanh1				Dom B phòng 3...		128.800	0	Hoàn thành	2022-07-(
17	tramanh1				Dom B- phong ...		56.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
18	tramanh1				KTX FPT. phòng...		45.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
19	maiphuong20				Phòng C313		101.500	0	Hoàn thành	2022-07-(
20	maiphuong20				phòng C313		41.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
21	xuanson99				Phòng c213		174.500	0	Hoàn thành	2022-07-(
22	xuanson99				KTX, phòng C213		69.500	0	Hoàn thành	2022-07-(
23	xuanson99				Kí túc xá, C213		80.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
24	sontung				Phòng B404		70.600	0	Hoàn thành	2022-07-(
25	sontung				Phòng B404		137.500	0	Hoàn thành	2022-07-(
26	nhatlinh1				D202 KTX FPT		128.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
27	nhatlinh1				Phòng B202		100.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
28	namhn99				C501		86.800	0	Hoàn thành	2022-07-(
29	nhatcute				C408R		53.750	0	Hoàn thành	2022-07-(
30	nhatcute				C408R		69.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
31	nhatcute				C408R		83.800	0	Hoàn thành	2022-07-(
32	quyet1999qn				KTX phòng C408		185.000	0	Hoàn thành	2022-07-(
33	quyet1999qn				KTX FPT phong ...		38.000	0	Hoàn thành	2022-07-1
34	hoangnb98				phong c510		35.000	0	Hoàn thành	2022-07-(

- Số lượng đơn hàng đạt hơn 40 đơn cho thấy nhu cầu của sinh viên về đi chợ là tương đối lớn
- Giá trị đơn hàng trung bình từ khoảng 30.000 đến 70.000 => Nhu cầu mua sắm nhu yếu phẩm của sinh viên ở mức cơ bản
- Tỷ lệ tái sử dụng cao, cao nhất là 4 lần
- Dựa vào số tài khoản được tạo và số đơn hàng cho thấy trung bình cứ 1 tài khoản – 1 đơn hàng.



- Các đánh giá mua hàng của người dùng đều ở mức tốt.

4.2.3. Đánh giá

4.2.3.1. Đánh giá chung

- Ưu điểm
  - **ĐẠT** nội dung dung kế hoạch dự án và kế hoạch đánh giá kết quả dự án đề ra trước đó.
  - **ĐẠT** kỳ vọng trong kế hoạch đánh giá tác động dự án
  - Giải pháp cơ bản đã giải quyết được vấn đề, mang tới sựa lựa chọn và tiện lợi cho sinh viên trong việc đi chợ.
  - Đáp ứng các tuyên bố về giá trị mang lại. Dự án đã đem tới những thay đổi tích cực cho sinh viên FPT
  - **ĐẠT** yêu cầu về đánh giá nguồn lực và quy tắc làm việc nhóm. Các thành viên tích cực tham gia vào công việ chung, sôi nổi đóng góp ý kiến. Công tác tổ chức, giải quyết vấn đề tốt, không có mâu thuẫn hay sự cố đáng tiếc nào xảy ra.
- Nhược điểm
  - Thời gian triển khai dự án gấp rút dẫn đến việc đánh giá hiệu quả dự án có thể chưa toàn diện.
  - Chưa triển khai được website trên môi trường thực tế một cách lâu dài do vấn đề về kinh phí sử dụng server
  - Không tìm được nhà tài trợ đồng hành cùng dự án.
  - Phương tiện bảo quản và giao hàng còn thô sơ, chưa đảm bảo chất lượng sản phẩm tới tay người tiêu dùng 100%

4.2.3.2. Đánh giá kỹ thuật

	Ưu điểm	**Nhược điểm**
Giao diện người dùng	❖ Trình bày bố cục rõ ràng ❖ Màu sắc nhã nhặn, hài hòa, tạo thiện cảm cho người dùng ❖ Thao tác người dùng đơn giản, dễ học, dễ sử dụng ❖ Chuyển động mượt	❖ Phân trang sản phẩm chưa tối ưu ❖ Chi tiết sản phẩm còn đơn giản, sơ sài, ít thông tin ❖ Thiếu bộ lọc sản phẩm
Server	❖ Tốc độ phản hồi tương đối nhanh <=3s ❖ Phát triển theo mô hình MVC phổ biến, dễ nâng cấp và bảo trì	❖ API chatbot chưa ổn định, gặp lỗi khi sử dụng ❖ Công nghệ JSP Servlet lâu đời, hiệu năng chưa cao ❖ Chưa có công nghệ bảo mật

C. Kết luận và Khuyến nghị

1. Kết luận

Fanpage Fu Đi chợ hộ và Website FU Market đã đáp ứng được mục tiêu của nhóm đề ra trước đó, nhằm tiếp cận và giới thiệu dự án tới đông bảo các bạn sinh viên FPT. Hoàn thành đúng hạn các mốc thời gian trong bản kế hoạch dự án đề ra.

1,573 lượt thích và theo dõi Fanpage là một con số ấn tượng, vượt ngoài kỳ vọng ban đầu. Đây có thể coi là điểm sáng, động lực để nhóm có thể tiếp tục phát triển dự án đi xa hơn.

Website FU Market đã đem tới giải hữu ích giúp cho các bạn sinh viên FPT có một nền tảng uy tín, tiện lợi để giải quyết vấn đề về đa dạng nguồn thực phẩm cho các bữa ăn tự nấu. 30 người dùng và trên 40 đơn hàng là một con số khiêm tốn, tuy nhiên đây là một khởi đầu không hề tệ một chút nào. Sự ủng hộ và phản hồi tích cực từ các bạn sinh viên đã và đang chứng minh giá trị mà dự mang lại đồng thời hướng đi của nhóm và dự án là đúng đắn.

Qua dự án lần này tất cả các thành viên trong nhóm đều có cho mình những trải nghiệm hết sức thú vị và nhiều bài học quý giá, chúng mình sẽ luôn cố gắng, không ngừng học hỏi và phát triển bản thân.

2. Khuyến nghị

2.1. Truyền thông

- Đầu tư nội dung bài viết, đa dạng hóa các tiếp cận không chỉ bằng chữ viết thông thường, có thể sử dụng tích hợp chữ viết, hình ảnh, video. Nhằm tạo sự thích thú, tò mò cho người xem.
- Gia tăng các chương trình quảng cáo tiếp thị giúp dự án tiếp cận với nhiều người hơn, giúp gắn kết tăng tương tác giữa Fanpage với người dùng và giữa các người dùng với nhau.
- Tăng cường đội ngũ quản trị để kịp thời giải đáp các thắc mắc của người dùng.

2.2. Giải pháp dự án

2.2.1. Khuyến nghị chung

- Gia tăng hơn nữa số lượng danh mục sản phẩm và số lượng các sản phẩm nhằm cung cấp sự đa dạng cho người dùng.
- Tìm kiếm nhà tài trợ đồng hành cùng dự án để có kinh phí tạo các chương trình khuyến mại, giảm giá hơn nữa cho người dùng nhằm thu hút thêm các khách hàng mục tiêu.
- Kết nối và hợp tác với các đơn vị cung ứng sản phẩm như Siêu thị Lan Chi, các cửa hàng tạp hóa, cửa hàng tự chọn lớn nhằm đảm bảo nguồn cung đầu vào với số lượng cũng như giá thành tốt
- Đầu tư vào trang thiết bị vận chuyển, bảo quản sản phẩm nhằm tăng và đảm bảo chất lượng sản phẩm tới tay người tiêu dùng được tốt nhất.
- Tăng cường đội ngũ giao hàng nhằm cải thiện và đảm bảo thời gian giao hàng từ 30 đến 45 phút.
- Tổ chức thực hiện lên kế hoạch phát triển cho giai đoạn 2 của dự án với phạm vi và quy mô lớn hơn

2.2.2. Khuyến nghị kỹ thuật

- Cải thiện phân trang sản phẩm
- Bổ sung tính năng lọc sản phẩm giúp tối ưu hóa tìm kiếm sản phẩm của người dùng
- Bổ sung tính năng Responsive cho phù hợp với các loại màn hình khách nhau của người dùng
- Nghiên cứu và triển khai hình thức thanh toán toán trực tuyến qua Momo, Paypal hoặc thẻ ngân hàng.
- Nâng cấp Server, áp dụng các công nghệ mới như Java Springboot, Java security nhằm tăng hiệu năng xử lý và tăng tính bảo mật cho website
- Khắc phục lỗi về API Chatbot, nhằm cung cấp kênh hỗ trợ kịp thời cho người dùng trong quá trình mua hàng.