

**DỰ ÁN KHỞI NGHIỆP NĂM 2020**

**SMART BED  
GIƯỜNG NGỦ THÔNG MINH**

**Thuộc lĩnh vực: Khoa học, công nghệ**

**NHÓM THỰC HIỆN:**

- 1. Phan Trung Hiếu**
- 2. Lê Nguyễn Văn Dương**
- 3. Lê Thị Thu Ngân**
- 4. Phan Văn Thịnh**
- 5. Võ Hữu Phúc**

**ĐƠN VỊ : Trường Đại học Duy Tân**

Đà Nẵng, tháng 09 /2020

❖ **Thông tin vắn tắt về các thành viên tham gia dự án:**

1. Họ và tên trưởng nhóm: Lê Thị Thu Ngân
2. Trường: Đại học Duy Tân.      Lớp: K23 KEU-QTH.      Sinh viên năm 3
3. Số điện thoại liên hệ: 0792049447
4. Email: nganle.0203.99@gmail.com
5. Danh sách thành viên trong nhóm (tên, trường, chuyên ngành đang học nếu là sinh viên, không quá 05 người).

STT	Họ và tên	Trường	Chuyên ngành
1	Lê Thị Thu Ngân	Đại học Duy Tân	Ngành Quản trị kinh doanh
2	Phan Trung Hiếu	Đại học Duy Tân	Ngành Điện- Điện tử
3	Lê Nguyễn Văn Dương	Đại học Duy Tân	Ngành Điện- Điện tử
4	Phan Văn Thịnh	Đại học Duy Tân	Ngành Quản trị kinh doanh
5	Võ Hữu Phúc	Đại học Duy Tân	Ngành Điện- Điện tử

## ❖ Tóm tắt dự án

### • Ý tưởng chính của dự án:

Tùy thuộc vào nhu cầu của người dùng chúng tôi sẽ cung cấp:

- Các thiết bị, cảm biến, kết nối công nghệ, ID người dùng, biến chiếc giường ngủ cá nhân của người dùng thành những chiếc “giường ngủ thông minh”.
- Giường ngủ thông minh với đầy đủ các tính năng/ tính năng được lựa chọn.

### • Mô tả sản phẩm, giá trị của dự án:

- Buông/ xếp màn tự động theo trạng thái ngủ/ thức của người dùng.
- Đo đạc, đánh giá, lưu trữ, báo cáo các thông số sức khỏe (nhịp tim, huyết áp, thân nhiệt, tần suất cử động).
- Đánh giá chất lượng giấc ngủ, đưa ra một số lời khuyên.
- Cảnh báo các chỉ số bất thường kéo dài.
- Cảnh báo khi phát hiện nguy cơ đột tử hoặc chứng ngừng thở khi ngủ của người dùng.

## **Nội dung chính của dự án**

<b>A. Tổng quan đề án .....</b>	<b>5</b>
<i>Mô hình kinh doanh Canvas .....</i>	<i>5</i>
<b>B. Mô tả thêm về sản phẩm, dịch vụ .....</b>	<b>6</b>
1. <i>Tính cần thiết của sản phẩm dịch vụ .....</i>	<i>6</i>
2. <i>Tính khả thi.....</i>	<i>8</i>
3. <i>Tính độc đáo, sáng tạo .....</i>	<i>10</i>
4. <i>Kế hoạch sản xuất, kinh doanh .....</i>	<i>10</i>
5. <i>Kết quả tiềm năng của dự án .....</i>	<i>11</i>
6. <i>Nguồn lực thực hiện:.....</i>	<i>13</i>
7. <i>Các kênh truyền thông .....</i>	<i>15</i>

❖ *Nội dung chính của dự án*

**A. Tổng quan đề án**

*Mô hình kinh doanh Canvas*

<p><b>ĐỐI TÁC CHÍNH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhà cung cấp (cảm biến, khung màn)</li> <li>- Trung tâm y tế, công ty dược phẩm</li> <li>- Các phương tiện truyền thông</li> </ul>	<p><b>HOẠT ĐỘNG CHÍNH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nghiên cứu và phát triển công nghệ</li> <li>- Marketing</li> <li>- Kinh doanh</li> </ul>	<p><b>GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiện lợi, thông minh</li> <li>- Cải thiện chất lượng giấc ngủ</li> <li>- Chủ động chăm sóc sức khỏe bản thân và gia đình</li> </ul>	<p><b>QUAN HỆ KHÁCH HÀNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hỗ trợ cá nhân</li> <li>- Xây dựng cộng đồng khách hàng</li> <li>- Chính sách hậu mãi</li> </ul>	<p><b>PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Các hộ gia đình Việt Nam có thu nhập bình quân đầu người 10 triệu /tháng trở lên</li> </ul>
	<p><b>NGUỒN LỰC CHÍNH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nguyên vật liệu, linh kiện</li> <li>- Nhân lực</li> <li>- Công nghệ</li> <li>- Tài chính</li> </ul>		<p><b>KÊNH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Online: <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Website chính</li> <li>+ Truyền thông xã hội</li> </ul> </li> <li>- Offline: <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Công ty, đại lý</li> <li>+ Bệnh viện</li> <li>+ Trung tâm y tế</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>CẤU TRÚC CHI PHÍ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chi phí sản xuất</li> <li>- Chi phí bán hàng</li> <li>- Chi phí quản lí doanh nghiệp</li> <li>- Chi phí R&amp;D</li> </ul>			<p><b>DÒNG DOANH THU</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doanh thu bán hàng</li> <li>- Doanh thu từ việc sửa chữa, thay thế và nâng cấp sản phẩm</li> <li>- Doanh thu bán chéo sản phẩm</li> </ul>	

## B. Mô tả thêm về sản phẩm, dịch vụ

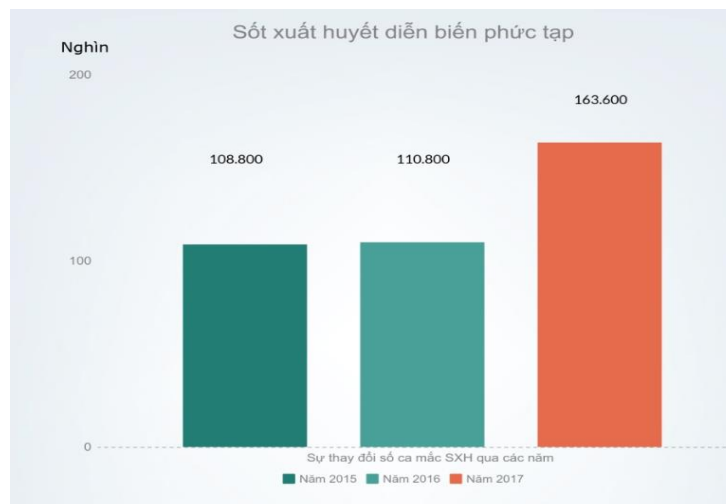
### 1. Tính cần thiết của sản phẩm dịch vụ

❖ Dự án “Giường ngủ thông minh” hiện đã có được sản phẩm mẫu cơ bản

#### 1.1. Mục tiêu sản phẩm:

Đứng trước thực trạng tại Việt Nam:

- Tỷ lệ mắc bệnh sốt xuất huyết tại Việt Nam trong những năm gần đây diễn biến khá phức tạp, chỉ trong 6 tháng đầu năm 2019 đã có đến hơn 90.000 ca. **Nguyên nhân lớn dẫn đến tình trạng này là thói quen không buông màn khi ngủ của người Việt.**



(Tổng cục thống kê, Bộ y tế)

- Tại Việt Nam, hiện có gần **21 triệu người mắc tăng huyết áp** nhưng tỷ lệ người dân Việt Nam biết mình bị tăng huyết áp và tuân thủ điều trị chỉ **chiếm 1/3**. (GS. Đỗ Doãn Lợi, nguyên Viện trưởng Viện Tim mạch quốc gia)

- Việc chăm sóc giấc ngủ của người Việt hiện nay rất hời hợt, làm tăng nguy cơ mắc các bệnh tim mạch, đái tháo đường, cân nặng và ung thư vú ở nữ giới, hay hội chứng ngừng thở khi ngủ...

- Đặc biệt, một trong những nguy cơ đe dọa tính mạng con người là đột tử, hiện nay trở thành một vấn đề đáng lo ngại.

⇒ Mục tiêu sản phẩm:

- Cung cấp hệ thống buông màn tự động, hạn chế tình trạng bị muỗi đốt khi ngủ, thông qua đó **giảm số lượng ca sốt xuất huyết tại Việt Nam.**

- Thay đổi, tạo thói quen theo dõi các thông số sức khỏe và chất lượng giấc ngủ hằng ngày, giúp người dùng phát hiện các bất thường để kịp thời phòng tránh, giảm thiểu các căn bệnh nguy hại.

- Kịp thời phát hiện nguy cơ đột tử, ngừng thở khi ngủ để phòng tránh và điều trị.

## **1.2. Giá trị sản phẩm:**

- Mang đến sự tiện lợi, hiện đại phù hợp với thời đại công nghệ 4.0.
- Theo dõi các thông số sức khỏe liên tục tại nhà, kịp thời phát hiện các dấu hiệu bất thường mà quan sát thường ngày không thể phát hiện.
- Nâng cao ý thức chăm sóc chất lượng giấc ngủ, sức khỏe hằng ngày.

## **1.3. Tầm nhìn sản phẩm:**

- Tiệm cận thời đại 4.0, đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe hằng ngày của người Việt, đây là sản phẩm thiết thực và sẽ có thị trường khi bắt đầu kinh doanh.
- Định hướng phát triển sản phẩm:
  - + Kết hợp Trí tuệ nhân tạo (AI): đưa ra các biện pháp xử lý, điều trị và chẩn đoán kết quả điều trị tại nhà.
  - + Phát triển dịch vụ (có thu phí) trên app điện thoại để kết nối người bệnh với các bác sĩ ngay khi người bệnh ngồi tại nhà.

## **1.4. Đối tượng khách hàng quan trọng nhất của sản phẩm:**

- Các hộ gia đình có mức thu nhập khá trở lên ( từ 10 triệu VND/người/tháng)
- Đây là các đối tượng có xu hướng quan tâm đến sức khỏe bản thân và gia đình nhiều nhất, đặc biệt là các hộ gia đình có người trên 40 tuổi và trẻ em từ 5-15 tuổi.
- Theo báo cáo của tổng cục thống kê, trong năm 2018

Số người có thu nhập bình quân tháng từ 10 triệu VND trở lên ( kể cả ngoài độ tuổi lao động = được tính theo thu nhập bình quân đầu người từ các hộ gia đình) chiếm **21% tương đương với 20.362.430 người.** (  $21\% \times 96.963.958$  (dân số Việt Nam năm 2018, Nguồn: <https://danso.org/viet-nam/>)).

Với cơ cấu trung bình là 3,7 nhân khẩu/hộ, ước tính sẽ có đến trên 5.000.000 hộ trở thành đối tượng khách hàng quan trọng khi bước vào giai đoạn kinh doanh.

## **1.5. Lý do chọn sản phẩm thay vì chọn các sản phẩm khác**

So với các sản phẩm giường ngủ thông minh có trên thị trường hiện nay, lợi thế sản phẩm của chúng tôi:

- Là sản phẩm kết hợp cả yếu tố chăm sóc sức khỏe lẫn tiện nghi.
- Phù hợp với điều kiện khí hậu, thói quen và cả mức sống của người Việt (do làm chủ công nghệ và sản xuất tại Việt Nam).
- Có thể phân tích và cảnh báo các chỉ số bất thường, đặc biệt là nguy cơ đột tử.
- Tạo ra sản phẩm thông minh ngay trên chiếc giường ngủ cá nhân của người dùng.

## **1.6. Giá trị đối với cộng đồng, xã hội:**

- Cải thiện chất lượng giấc ngủ, hỗ trợ theo dõi, chăm sóc sức khỏe người Việt hằng ngày, góp phần phòng tránh các căn bệnh nguy hại.

## **2. Tính khả thi**

### **2.1. Khả thi công nghệ và hệ thống**

- Các cảm biến (huyết áp, thân nhiệt, tần suất cử động...) đã có sẵn trên thị trường.

- Đã có nền tảng công nghệ kết nối được các thông số sức khỏe với các tính năng của “giường ngủ thông minh”.

- Đã có sản phẩm mẫu thực hiện các tính năng buồng màn tự động, đo đạc, báo cáo các thông số sức khỏe.

### **2.2. Khả thi kinh tế**

- Thị trường mở rộng, có xu hướng phát triển tiềm năng: Theo báo cáo của trang Ingeneous Reports ( 2018) thì thị trường giường thông minh trên thế giới có giá trị giá 2,6 tỷ USD trong năm 2016, dự đoán sẽ mở rộng với tốc độ 7,9% hằng năm, đạt 4,8 tỷ USD trong năm 2024. Do đó, cho thấy sản phẩm giường ngủ thông minh đang dần chiếm được thị trường và là dấu hiệu tốt cho một nước đang phát triển và thúc đẩy công nghệ như Việt Nam.

### **2.3. Khả thi tiến độ**

- Giai đoạn 1: Nghiên cứu và hoàn thiện sản phẩm: 6-12 tháng. ( Hiện nay đã đạt đến giai đoạn Sản phẩm mẫu cơ bản)

- Giai đoạn 2: Kiểm định chất lượng sản phẩm mẫu, hoàn thành hồ sơ pháp lí, nhận phản hồi và hoàn chỉnh: 6-9 tháng.

- Giai đoạn 3: Chuyển giao, sản xuất đại trà và bán hàng cũng như cung cấp các dịch vụ hậu mãi.

### **2.4. Khả thi về nhân lực**

- Nguồn nhân lực sẵn có của nhóm.

- Đội ngũ tiên sĩ, thạc sĩ và giảng viên khoa Điện-Điện tử cùng với trung tâm CEE của trường Đại học Duy Tân.

- Đội ngũ marketing khoa Quản trị kinh doanh, trung tâm khởi nghiệp của trường

### **2.5. Cơ cấu chi phí**

- Chi phí sản xuất ( Nguyên vật liệu, nhân công, sản xuất chung)



- Chi phí bán hàng ( Vận chuyển, marketing, nhân viên bán hàng, lắp ráp,...)
- Chi phí quản lý doanh nghiệp
- Chi phí nghiên cứu và phát triển

**Giá thành tiêu thụ:** 6.660.000 VNĐ (*Xem chi tiết Bảng 1 Phần 5*)

## 2.6. Khó khăn

- Huy động vốn
- Kinh tế
- + Giáo dục thị trường.
- + Tìm kiếm và sử dụng nguồn nhân lực chất lượng.

## 2.7. Tính cạnh tranh:

TT	Tên sản phẩm	Tính năng	Giá
	Adora SmartBed :	Đo nhịp tim, nhịp thở, báo cho người sử dụng biết thời điểm thích hợp để đi ngủ tương ứng với tình trạng sức khỏe Ghế massage, loa bluetooth tích hợp,khe đọc thẻ SD, kết hợp bàn đọc sách, kết sắt và khu vực sạc pin thiết bị di động	\$ 1999
	Sleep Number 360	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tự động làm ấm chân để họ chìm vào giấc ngủ nhanh hơn.</li> <li>- Thay đổi nhiệt độ phù hợp với mức nhiệt độ môi trường xung quanh, vùng nhiệt độ người dùng yêu thích.</li> <li>- Điều chỉnh hệ thống túi khí bên dưới nệm để thay đổi độ cứng và hình dạng của nệm cho phù hợp với tư thế ngủ.</li> <li>- Phát hiện ngáy và đưa đầu người ngủ cao thêm khoảng 7 độ để làm giảm hiện tượng này.</li> </ul>	\$70 0 - 5900
	Giường của OHEA	Tự động gấp thẳng chân và gối sau khi người sử dụng thức giấc.	\$15 00 – 4000

### 3. Tính độc đáo, sáng tạo

- Tập trung thông minh “sức khỏe” kết hợp thông minh “tiện ích”.
- Hệ thống buồng màn tự động.
- Cảnh báo chỉ số bất thường, đặc biệt là đột quy.
- Công nghệ bảo mật thông tin khách hàng khác biệt.
- Giá thấp, do “kết hợp” các nguồn lực sẵn có (cảm biến, giường ngủ cá nhân,..)

### 4. Kế hoạch sản xuất, kinh doanh

#### 4.1. Kế hoạch sản xuất:

Đơn vị tính: Chiếc

Quý Năm	Quý 1	Quý 2	Quý 3	Quý 4
	1	155	215	350

- Mục tiêu năm thứ nhất: 1400 sản phẩm.

*Trên thực tế sẽ dựa vào phản ứng, nhu cầu khách hàng, quản lý tồn kho để điều chỉnh, lập kế hoạch sản xuất theo từng kỳ ( từng quý).*

#### 4.2. Đánh giá rủi ro:

RỦI RO	HƯỚNG GIẢI QUYẾT
- Thất thoát nguồn nguyên liệu	- Kiểm kê, quản trị đơn hàng, quản lí công việc bảo quản chặt chẽ
- Thiếu vốn	- Luôn có ngân sách dự phòng - Huy động vốn từ các nhà đầu tư - Thương lượng với nhà cung cấp
- Khó khăn trong giáo dục thị trường	- Truyền thông mạnh mẽ, tiếp cận gần với các đối tượng khách hàng
- Số lượng hàng bán ra không như kế hoạch	- Dự phòng ngân sách, phân tích nguyên nhân, đưa ra giải pháp cho từng trường hợp cụ thể.
- Sự thay đổi về giá, cùng với sự thay đổi từ các đối tác (nhà cung cấp,...)	- Thỏa thuận, đưa ra các điều lệ cụ thể trong hợp đồng. - Không ngừng tìm kiếm các đối tác tiềm năng, dự phòng cho tương lai
- Xuất hiện các đối thủ cạnh tranh mới trên thị trường	- Đăng kí bản quyền sản phẩm - Đầu tư phát triển sản phẩm
- Nhận được phản hồi không tốt từ khách hàng	- Phản hồi nhanh chóng, xin lỗi và đưa ra giải pháp khắc phục và ưu đãi cho khách hàng.

#### **4.3. Kênh phân phối hàng hóa**

- Kênh phân phối trực tiếp: Thông qua website, và tại văn phòng công ty
- Kênh phân phối gián tiếp: Các đại lí

#### **4.4. Phát triển, mở rộng thị trường**

- Phát triển, nâng cấp sản phẩm kết hợp trí tuệ nhân tạo
- Mở rộng phân khúc thị trường: bệnh viện, viện dưỡng lão, khu chung cư trung và cao cấp.

- Mở rộng thị trường ra các nước Đông Nam Á

### **5. Kết quả tiềm năng của dự án**

#### **5.1. Các nguồn thu chính của dự án bao gồm:**

- Doanh thu bán hàng
- Doanh thu từ việc sửa chữa, thay thế và nâng cấp sản phẩm

#### **5.2. Dự kiến doanh thu**

**Đơn vị: Triệu VNĐ**

<b>Tháng</b>	<b>Doanh thu bán hàng (Số lượng sản phẩm)</b>
Tháng 1	<b>336</b> (40)
Tháng 2	<b>336</b> (40)
Tháng 3	<b>336</b> (40)
Tháng 4	<b>395</b> (47)
Tháng 5	<b>470,3</b> (56)
Tháng 6	<b>554,3</b> (66)
Tháng 7	<b>655,1</b> (78)
Tháng 8	<b>772,7</b> (92)

Tháng 9	<b>907,1</b> (108)
Tháng 10	<b>1.075.1</b> (128)
Tháng 11	<b>1.268,3</b> (151)
Tháng 12	<b>1.495</b> (178)

### 5.3. Tính toán chi phí

**Bảng 1. Chi phí**

**Đơn vị: 1000 VNĐ**

<b>STT</b>	<b>LOẠI CHI PHÍ</b>	<b>ĐƠN VỊ</b>	<b>SỐ LƯỢNG</b>	<b>THÀNH TIỀN</b>
<b>I.</b>	<b>Định phí</b>	<b>Năm</b>	<b>1</b>	<b>1.680.000</b>
1.	Định phí sản xuất			<b>850.000</b>
1.1	Nhân công lắp ráp	Người	3	<b>180.000</b>
1.2	Chi phí sản xuất chung	Năm	1	<b>670.000</b>
	a. Chi phí mặt bằng			180.000
	b. Xây dựng nhà xưởng			90.000
	c. Chi phí R&D			250.000
	d. Các chi phí khác (Khấu hao máy móc, điện, nước,..)			150.000
2.	Chi phí bán hàng	Năm	1	<b>440.000</b>
	a. Chi phí quảng cáo	Năm	1	180.000
	b. Lương nhân viên bán hàng	Nhân viên	3	180.000
	c. Chi phí phân bổ thiết bị bán hàng	Năm	1	20.000
	d. Tiền mặt bằng, cửa hàng	Năm	1	60.000
3.	Chi phí quản lý doanh nghiệp	Năm	1	<b>390.000</b>
	a. Lương nhân viên quản lý, nhân viên các phòng ban	Người	2	240.000
	b. Chi phí phân bổ thiết bị văn phòng	Năm	1	40.000
	c. Chi phí thuê văn phòng	Năm	1	60.000
		Năm	1	50.000

	d. Chi phí khác			
<b>II.</b>	<b>Biến phí</b>			<b>5.460</b>
1.	Biến phí sản xuất			<b>5.330</b>
1.1	Nguyên vật liệu chính			5.260
	a. Khung cơ khí cố định treo giá màn	Sản phẩm	1	900
	b. Màn treo		1	180
	c. Dây điện, mạch điều khiển động cơ buồng màn động cơ,...		1	180
	d. Bộ xử lý trung tâm xử lý tín hiệu cảm biến gửi dữ liệu lên WEB SERVER		1	1.000
	e. Cảm biến			3.000
1.2	Nguyên vật liệu phụ			70
2.	Biến phí bán hàng	Sản phẩm	1	<b>130</b>
	a. Chi phí giao hàng			30
	b. Lương nhân viên bán hàng			50
	c. Lương nhân công lắp ráp			50

❖ **Giá thành tiêu thụ:**  $5.460.000 + \frac{1.680.000.000}{1.400} = 6.660.000 \text{ VNĐ}$

❖ **Giá bán:** 8.399.000 VNĐ

❖ **Lợi nhuận trước thuế:** chiếm ~20%

❖ **Điểm hòa vốn**

❖ 
$$N = \frac{\text{Chi phí cố định}}{\text{giá} - \text{chi phí biến đổi}} = \frac{1.680.000.000}{(8.399.000 - 6.660.000)} = 996 \text{ (sản phẩm)}$$

#### 5.4. Khả năng tăng trưởng, tác động xã hội của dự án:

Trong tương lai, đi kèm với định hướng phát triển kết hợp trí tuệ nhân tạo, sản phẩm sẽ tạo ra giá trị cao hơn về cả tiện ích và lợi ích sức khỏe do có thể chẩn đoán tổng quan, đưa ra giải pháp ban đầu, kết nối người bệnh và bác sĩ; do đó, khả năng tăng trưởng sẽ tăng lên.

#### 6. Nguồn lực thực hiện:


- Hiện nay dự án chưa nhận được sự hỗ trợ từ các doanh nghiệp.

## 6.1. Đánh giá các nguồn nhân lực:

**CỐ VẤN**


**&**

**T  
E  
A  
M**



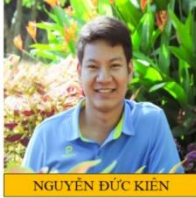
Ths. TRUONG TIEN VU

GD trung tâm khởi nghiệp  
Đại học Duy Tân




Ts. HA DAC BINH

Trưởng khoa Điện-Điện tử  
Đại học Duy Tân




NGUYEN DUC KIEN

PGĐ trung tâm khởi  
nghiệp Đại học Duy Tân




THU NGAN

Sinh viên năm 3  
QTKD  
Top 5 Go Green  
2019




VAN THINH

Sinh viên năm 3  
QTKD




VAN DUONG

Sinh viên năm 2  
Điện-Điện tử  
Giải nhì Tin học trẻ TT-  
Huế  
Giải nhì KHKT TT-Huế



TRUNG HIEU

Sinh viên năm 2  
Điện-Điện tử  
Giải 3 Hult Prize  
DTU



HUU PHUC

Sinh viên năm 3  
Điện-Điện tử  
Top 5 Go Green  
2019

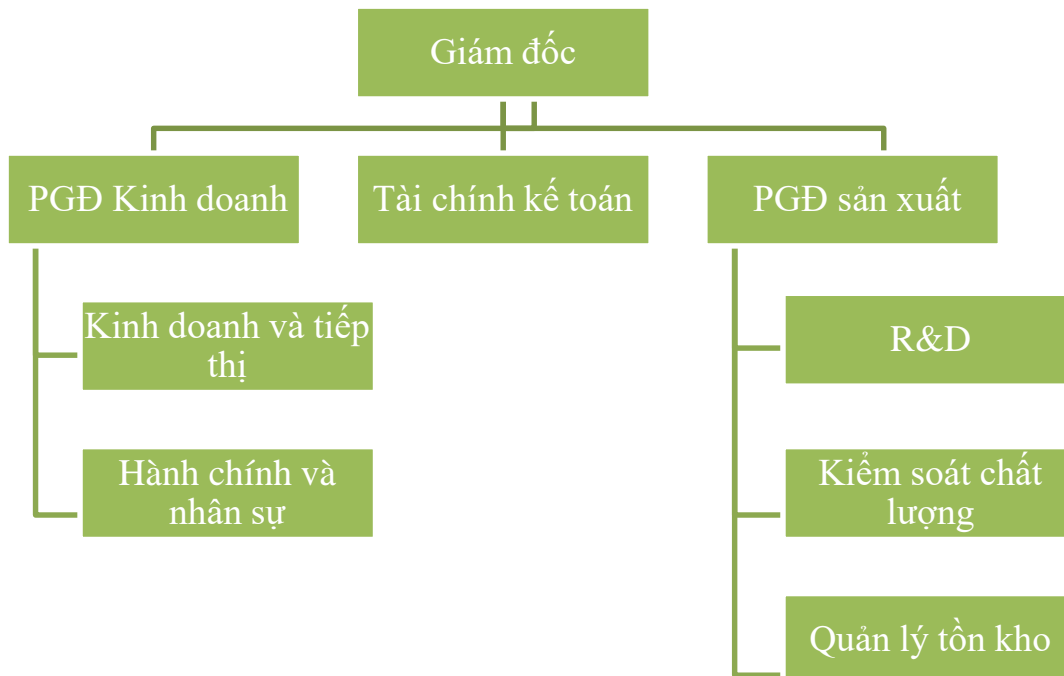
## 6.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy nhân sự: Gồm 2 giai đoạn:

### - Giai đoạn nghiên cứu và hoàn thiện sản phẩm:

+Tập trung nhân lực vào mảng kĩ thuật: Đội ngũ kỹ thuật tham gia nghiên cứu và hoàn thiện sản phẩm.

+ Kinh doanh: Lên kế hoạch

### - Giai đoạn công bố sản phẩm và bắt đầu kinh doanh:



## 6.3. Các đối tác chính hỗ trợ triển khai dự án:

- Các nhà cung cấp các thiết bị sẵn có trên thị trường.

- Các phương tiện truyền thông online kết hợp
- Sự tư vấn, hỗ trợ từ các bác sĩ, bệnh viện và các trung tâm y tế.

#### **6.4. Giải pháp huy động vốn:**

Mục tiêu hiện nay: nhận được sự hỗ trợ vốn để tiếp tục hoàn thiện sản phẩm, đưa ra 40 sản phẩm mẫu, thu thập phản hồi.

- Từ các nguồn lực gia đình
- Nguồn vốn sẵn có của các thành viên trong nhóm
- Sự hỗ trợ đến từ trường đại học Duy Tân
- Các cuộc thi khởi nghiệp các cấp

#### **6.5. Số vốn mong đợi là:**

- Giai đoạn 1 (Nghiên cứu và phát triển): Nhận được sự hỗ trợ từ trường, nguồn lực sẵn có. ( Tính đến hiện nay đã bỏ ra 35 triệu cho việc nghiên cứu và hoàn thiện sản phẩm demo)

- Giai đoạn 2 (Sản xuất và sử dụng thử): 400 triệu VNĐ (300 triệu dành cho việc sản xuất 40 sản phẩm mẫu, 100 triệu cho việc hoàn thiện sản phẩm sau phân tích phản hồi)

- Giai đoạn 3 (Sản xuất và kinh doanh): 12 tỷ VNĐ

### **7. Các kênh truyền thông**

Sau đây là chiến lược truyền thông của chúng tôi, được tóm tắt bằng mindmap. Đây chỉ là bản sơ lược. Sẽ có kế hoạch chi tiết cho từng chiến dịch triển khai.

