**NHẬP MÔN CÔNG NGHỆ PHẦN MỀM**

**APP/WEB**

**QUẢN LÝ TRÀ SỮA**

Yêu cầu nhóm sinh viên khảo sát thực tế ở các cửa hàng trà sữa để thu thập thông tin.

C:\Users\tdqua_000\Dropbox\SS-Slides\DeCuong-CDIO\Template CDIO v4.2\Templates\Hinh anh\LogoTruong.png

Bộ môn Công nghệ phần mềm

Khoa Công nghệ thông tin

Đại học Khoa học tự nhiên TP HCM

# Bảng đánh giá thành viên

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **MSSV** | **Họ Tên** | **% đóng góp (tối đa 100%)** |
| 1712894 | Đặng Thị Thúy Uyên | 100% |
| 1712637 | Nguyễn Hoàn Tuyết Nhi | 100% |
| 1712597 | Phạm Bá Minh | 100% |
| 1712025 | Nguyễn Tuấn Đạt | 100% |

# Khảo sát các cửa hàng trà sữa

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **TOOCHA** | **GONG CHA** | **DING TEA** |
| **Giá** | ***Min*** | 39.000 VNĐ | 37.000 VNĐ | 28.000 VNĐ |
| ***Max*** | 79.000 VNĐ | 57.000 VNĐ | 54.000 VNĐ |
| **Time** | ***Open*** | 08:00 ~ 09:00 h | 09:00h | 08:00h |
| ***Close*** | 21:30 ~ 23:00 h | 22:00h | 22:00h |
| **Số lượng cửa hàng (toàn quốc)** | | 20 | 51 | 200 |
| **List sản phẩm ưu chuộng** | | * Cheese Macchiato * Trà Đào * Lục Trà Chanh * Trà sữa Chocolate * Trà sữa trân châu mật ong | * Trà bí đao * Trà olong * Trà earl grey * Trà đen * Trà xanh | * Trà xoài * Trà sữa * Trà dâu * Trà ô long * Matcha đậu đỏ * Trà đào |
| **Thời gian order** | | 1 – 3 phút | 1 – 3 phút | 1 – 2 phút |
| **Thời gian cao điểm** | | 12:00 ~ 15:00h  19:00 ~ 21:00h  Chủ nhật có số lượng khách đông nhất | 14:00 ~ 16:00h  19:00 ~ 21:00h  Thứ 7 có số lượng khách đông nhất | 19:00 ~ 21:00h  Chủ nhật có số lượng khách đông nhất |
| **Đối tượng chính** | | Khách hàng mua trực tiếp | | |
| **Độ tuổi khách hàng** | | Tập trung nhiều nhất ở giới trẻ từ 18-25 tuổi.  Đa dạng tầng lớp khách hàng. | | |

# Khảo sát tình hình thực tế từ các cửa hàng trà sữa.

* ***Khó khăn:***
* **Đối với Khách hàng:**
* Nếu đến trực tiếp cửa hàng order thường bị tình trạng xếp hàng đợi và mất thời gian cho việc order. *(Thông tin quan sát được ở cửa hàng trà sữa Toocha).*
* Nếu đặt hàng online thì thời gian dự tính được ship hàng sẽ lâu hơn vì phải đợi nhiều đơn hàng thì cửa hàng mới bắt đầu làm cho khách. *(Thông tin lấy từ một nhân viên Grabfood).*
* Không thể áp dụng nhiều mã chương trình khuyến mãi cùng một lúc. *(Thông tin quan sát được ở cửa hàng trà sữa Toocha).*
* Sau khi order xong, trong thời gian đợi khách hàng làm mất hóa đơn thì có thể nhận được thức uống của mình không? *(Đây là vấn đề tùy thuộc vào cửa hàng khác nhau. Ví dụ ở Highland có cục phát tiếng reo lên khi có nước của khách hàng đó hay Cheese coffee hoặc Toocha gọi khách chờ nhận nước tại quầy khi thanh toán xong).*
* Hệ thống chưa có giới thiệu những món ngon/bán chạy trong menu.
* Hệ thống chưa có chế độ màn hình nhìn ảnh minh họa cho món mình order.
* Hệ thống chưa có bảng thông báo các món đã hết.
* **Đối với nhân viên:**
* Trong quá trình order, nếu khách thay đổi món hoặc thay đổ thành phần, hương vị trà sữa thì phải xóa cả đơn hàng và nhập đơn hàng lại từ đầu. *(Đây là vấn đề tùy thuộc vào các cửa hàng khác nhau).*
* Khi đã nhập mã giảm giá thì không thể sửa đổi đơn hàng cho khách hàng được nữa. *(Thông tin lấy từ một nhân viên Toocha).*
* Nhân viên không thể biết được những món đã hết nguyên liệu trực tiếp thông qua hệ thống. *(Thông tin quan sát được ở cửa hàng trà sữa Toocha. Ví dụ cụ thể như ở cửa hàng Toocha ngày 09/03 tụi em đi thì có một số món đã hết và được cửa hàng thông báo qua một tờ giấy a4 dán trên những quảng cáo trước màn hình order. Và tụi em đặt trường hợp khi các món hết trong ca trực của nhân viên 1, nếu khi thay ca nhân viên 1 không thông báo cho nhân viên 2 biết những món đã hết thì nhân viên 2 sẽ không thể biết được các món đã hết. Vì vậy, đây là vấn đề cần giải quyết trên hệ thống order).*
* Khi áp dụng chương trình khuyến mãi, nhân viên phải bấm chọn THANH TOÁN xong mới áp dụng khuyến mãi rồi mới bấm chọn XUẤT BILL cho khách được. *(Thông tin lấy từ một nhân viên Highland).*
* **Đối với bên thứ 3 (Grabfood, goviet,.. ):**
* Khi đặt hàng online, hệ thống bị lỗi nên đôi khi quán không nhân được đơn hàng nên các shipper phải lại quán order lại. *(Thông tin lấy từ một nhân viên Grabfood).*
* Khi đặt hàng online, giá tiền có thể do nhà hàng lên hoặc giảm giá nhưng không cập nhật lên app/web nên các shipper phải goi lại lấy ý kiến khách hàng *(Thông tin lấy từ một nhân viên Grabfood).*
* Khi đặt hàng online, có nhiều món quán đã hết nhưng không được quán cập nhật lên app/web. *(Thông tin lấy từ một nhân viên Grabfood).*
* Hệ thống thường định vị sai địa chỉ của cửa hàng gây khó khăn cho shipper tìm đến cửa hàng.
* ***Khắc phục:***
* **Đối với khách hàng:**
* App/Web có thêm tính năng order trực tiếp ở cửa hàng, khách hàng chỉ đến quầy thanh toán và nhận món mình đã order sẽ giảm được thời gian đợi của khách hàng.
* Thêm tính năng sửa đổi cho phần chương trình khuyến mãi.
* Tính năng cung cấp đơn hàng cho khách để nhận món chứ không cần đem hóa đơn đến quầy nhận nước nữa.
* Tính năng các món ngon/bán chạy trong menu.
* Tính năng màn hình xem hình minh họa món mình order.
* **Đối với nhân viên:**
* Chỉnh sửa đơn hàng trong các trường hơp order.
* Tính năng nhập thông tin món mà cửa hàng tạm thời đã hết.
* **Đối với bên thứ 3 (Grabfood, goviet,.. ):**
* Tính năng cập nhật thông tin các món đã hết cũng như giá tiền lên app/web.
* Tính năng câp nhât địa chỉ các cửa hàng thường xuyến nếu các cửa hàng có di dời.
* ***Tổng kết các hệ thống quản lý trà sữa hiện nay:***
* **Đáp ứng được:**
* Toocha: ứng dụng Windows Forms hiện tại đã cung cấp được giao diện người dùng đơn giản, dễ sử dụng, thao tác nhanh chóng.
* Phúc Long, The Coffee House: đã áp dụng hình thức order qua nền tảng web một cách nhanh chóng và ổn định.
* **Chưa đáp ứng được:**
* Toocha: ứng dụng hiện tại chưa thể cập nhật tình trạng các nguyên liệu pha chế lên hệ thống cũng như chưa thể cập nhật thời gian thực về tình trạng các mặt hàng cho các bên thứ 3 (Grab, GoViet,…); chưa đáp ứng được sự linh động trong việc thay đổi đơn hàng sau khi áp dụng mã khuyến mại.
* Hình thức order qua nền tảng web chưa được phổ biến rộng rãi ở các quán trà sữa nổi tiếng. (Các thương hiệu trà sữa lớn hầu như đều có website để quảng bá nhưng lại không phát triển order qua web. VD: Gongcha, Tocotoco,…).
* Các thương hiệu khá nổi tiếng không có website. VD: ChesseCoffee.