

**ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**



MÔN KHỞI NGHIỆP

**TÓM TẮT DỰ ÁN
KẾ HOẠCH KINH DOANH CỦA HÀNG
BÁNH FRUITY CAKE**



NGƯỜI THỰC HIỆN: NGUYỄN NGỌC HUẾ ANH

MSSV : 3119550003

LỚP : DKQ1191

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 24 tháng 12 năm 2021

MỤC LỤC

CHƯƠNG I: PHÂN TÍCH CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG	1
1. Phân tích môi trường vĩ mô	1
2. Phân tích môi trường vi mô	1
2.1. Phân tích ngành	1
2.2. Nhu cầu thị trường (Market Demand)	1
2.3. Quy mô thị trường (Market Size)	2
3. Đối thủ cạnh tranh	2
3.1. Tous Les Jours	2
3.2. Givral Bakery	2
CHƯƠNG II: NÊU Ý TƯỞNG KINH DOANH	2
1. Liệt kê các ý tưởng kinh doanh	2
2. Giải thích các tiêu chí	3
CHƯƠNG III: TÓM TẮT Ý TƯỞNG KINH DOANH	3
1. Giới thiệu doanh nghiệp	3
2. Mô tả sản phẩm và dịch vụ	5
2.1. Dịch vụ	5
2.2. Sản phẩm	5
3. Giá và chiến lược giá	5
3.1. Giá bán của bánh	5
3.2. Chiến lược giá	6
4. Điểm khác biệt của Fruity Cake	6
4.1. Khác biệt về dịch vụ	6
4.2. Khác biệt về sản phẩm	6
4.3. Khác biệt về thương hiệu	6
5. Xác định khách hàng mục tiêu	6
6. Hệ thống phân phối	7
7. Kế hoạch phát triển kinh doanh	7
7.1. Chiến lược Marketing mix (5P)	7
7.2. Hoạt động sản xuất kinh doanh	7
7.3. Nhân sự	8
TÀI LIỆU THAM KHẢO	9

PHỤ LỤC	10
PHỤ LỤC 1: HOẠT ĐỘNG DOANH NGHIỆP.....	10
PHỤ LỤC 2: XÂY DỰNG KẾ HOẠCH KINH DOANH.....	11
PHỤ LỤC 3: KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH.....	14

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1 - Đánh giá các ý tưởng kinh doanh.....	3
Bảng 2 - Giải thích ý tưởng bánh Fruity Cake.....	3
Bảng 3 - Đặc điểm và các thông số kỹ thuật.....	5
Bảng 4 - Một số sản phẩm kinh doanh chính.....	6
Bảng 5 - Thuộc tính khách hàng mục tiêu	7
Bảng 6 - Bảng nhu cầu nhân sự trong 3 năm	8
Bảng 7 - Nhân sự chủ chốt.....	12
Bảng 8 - Nhiệm vụ và chức năng.....	12
Bảng 9 - Chính sách tiền lương.....	13
Bảng 10 - Nhu cầu nhân sự trong 3 năm.....	13
Bảng 11 - Nguồn vốn	14
Bảng 12 - Sử dụng vốn.....	14
Bảng 13 - Danh sách trang thiết bị.....	14
Bảng 14 - Thiết bị cần mua	15
Bảng 15 - Chi phí vật dụng	15
Bảng 16 - Chi phí quảng cáo.....	16
Bảng 17 - Vốn chi phí đầu tư cố định	17
Bảng 18 - Bảng tổng vốn lưu động	18
Bảng 19 - Vốn đầu tư ban đầu	18
Bảng 20 - Khấu hao.....	18
Bảng 21 - Dự tính kết quả kinh doanh năm 1	19
Bảng 22 - Dự tính kết quả kinh doanh năm 2	19
Bảng 23 - Dự tính kết quả kinh doanh năm 3	19
Bảng 24 - Chi phí hoạt động qua các năm	20
Bảng 25 - Kết quả hoạt động kinh doanh dự trù.....	20
Bảng 26 - Chỉ số dự tính dự án	20

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1 1 - Logo của Fruity Cake	4
Hình 1 2 - Sơ đồ Gantt bán hàng.....	10
Hình 1 3 - Sơ đồ chức vụ	11

CHƯƠNG I: PHÂN TÍCH CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

1. Phân tích môi trường vĩ mô

Phân tích PEST

Chính trị: Hiện nay, quy tắc vệ sinh an toàn thực phẩm là một vấn đề đáng quan tâm. Lý do là các gian thương vẫn ngang nhiên vi phạm chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, các dụng cụ được sử dụng trong phòng bếp không được vệ sinh, nguồn nguyên liệu không rõ nguồn gốc. Các dụng cụ làm bánh rất cần được vệ sinh, rửa sạch thường xuyên. Ngoài ra, nguồn nguyên liệu phải đạt chuẩn tươi sạch, an toàn, không ươn, héo, hết hạn sử dụng...

Kinh tế: Biến động kinh tế do dịch bệnh là một rào cản lớn đối với Fruity Cake nói riêng và toàn thị trường bánh ngọt nói chung. Ảnh hưởng kinh tế tài chính, mức thu nhập của người dùng cũng tác động đến thói quen mua hàng của người mua.

Văn hóa – xã hội: Hiện nay, người dùng bắt đầu chú trọng hơn đến sức khỏe của mình, phòng ngừa các bệnh về tim mạch, tiểu đường, ... nên việc lựa chọn bánh ngọt cũng khá kỹ càng.

Công nghệ: Sau khi đại dịch diễn ra, thói quen mua hàng của người dùng cũng dần thay đổi, chuyển dần sang hướng đặt trên mạng, qua điện thoại và giao về nhà. Đồng thời, cần cân nhắc triển khai thêm trang website chính chủ và trang fanpage; cả hai đều phải có đăng kèm số điện thoại hotline để khách hàng tiện liên hệ đặt hàng.

2. Phân tích môi trường vi mô

2.1. Phân tích ngành

Thị phần tổng thể của sản phẩm (TAM = Total Available Market):

Theo Bộ Công thương, mức tăng trưởng doanh thu của nhóm mặt hàng bánh ngọt vào khoảng 15%/năm, với doanh số toàn thị trường ước khoảng 51 nghìn tỷ đồng. Định hướng phát triển ngành bánh ngọt của Việt đến năm 2030 sẽ đầu tư xây dựng vùng nguyên liệu ổn định, chú trọng sản xuất sản phẩm bánh kẹo cao cấp.

$$\text{TAM} = 51 \text{ nghìn tỷ đồng} = 51.000.000.000.000 \text{ đồng}$$

Thị phần có sẵn có thể phục vụ (SAM = Service Available Market):

Trong đó, thị phần tại khu vực thành thị, mà ở đây, Fruity Cake nhắm vào Thành phố Hồ Chí Minh, thì ước tính đạt 8%. Tương đương với mức doanh thu là:

$$\text{SAM} = 51.000.000.000.000 \times 8\% = 4.080.000.000.000 \text{ đồng}$$

Thị trường mà doanh nghiệp có đủ khả năng đáp ứng tối đa hợp lý (SOM = Service Obtained Market):

Do ngành nghề kinh doanh của Fruity Cake cũng có khá nhiều đối thủ cạnh tranh lớn nhỏ, ước tính Fruity Cake sẽ nắm được 0.75% thị phần, với tổng doanh thu sau 3 năm rơi vào khoảng xấp xỉ 30.600.000.000 đồng.

$$\text{SOM} = 0.75\% \times 4.080.000.000.000 = 30.600.000.000 \text{ đồng}$$

2.2. Nhu cầu thị trường (Market Demand)

Trong cuộc sống hiện nay, nhiều khách hàng sẽ lo ngại rằng bánh ngọt sẽ gây tăng cân. Để đáp ứng được nhu cầu thực tế, Fruity Cakes tập trung vào những loại sản phẩm bánh ngọt trái cây với vị ngọt thanh được tạo nên từ các loại trái cây chứ không bắt nguồn từ đường như các loại bánh ngọt khác. Bởi đây là loại bánh dành cho người ăn kiêng. Hơn nữa, nguyên liệu làm bánh đều là những thực phẩm chứa dưỡng chất rất tốt cho sức khỏe chẳng hạn như trứng, bơ, hạnh nhân, dừa,...

2.3. Quy mô thị trường (Market Size)

Khu vực bán kính 4km có 5000 hộ: $5000 \times 4 = 20.000$ người. Trong đó có 3500 người có nhu cầu mua bánh ngọt. Như vậy, có khoảng 3500 người, trong đó:

- Thị phần đối thủ cạnh tranh = $200 + 250 = 450$ khách/ngày
- Thị phần cạnh tranh của đối thủ: $= (450/3500) \times 100 = 12.85\%$
- => Lượng khách tiềm năng còn lại = $3500 - 450 = 3050$ khách/ ngày.

3. Đối thủ cạnh tranh

3.1. Tous Les Jours

Là thương hiệu bánh đến từ Hàn Quốc rất nổi tiếng ở Việt Nam. Bánh ở đây khác đa dạng và phong phú tuy giá bán có đắt hơn một số thương hiệu nhưng bù lại là chất lượng.

Địa chỉ: 162 Nguyễn Gia Trí (Đường D2), P. 25, quận Bình Thạnh, TP. HCM

Giá: 15.000 – 500.000 đồng

Lượng khách tiếp nhận: 250 khách/ngày

Lợi thế: thương hiệu bánh nổi tiếng, nhiều năm kinh nghiệm, đa dạng

Bất lợi: chưa cung cấp dịch vụ tự làm bánh

3.2. Givral Bakery

Là một trong những tiệm bánh lâu năm và cũng là một trong những địa điểm bán bánh kem ngon nhất Sài Thành.

Địa chỉ: 113 Đinh Tiên Hoàng, P. 3, Quận Bình Thạnh, TP. HCM

Giá: 8000 – 220.000 đồng

Lượng khách tiếp nhận: 200 khách/ngày

Lợi thế: nhiều loại bánh, giá rẻ, thương hiệu được nhiều người biết đến

Bất lợi: chưa cung cấp dịch vụ tự làm bánh

CHƯƠNG II: NÊU Ý TƯỞNG KINH DOANH

1. Liệt kê các ý tưởng kinh doanh

Đánh giá ý tưởng

TT	Ý tưởng kinh doanh	Kiến thức	Kinh nghiệm	Kỹ năng	Khả năng thâm nhập thị trường	Tính độc đáo	Tổng cộng
1	Kinh doanh quán cafe	2	2	2	2	1	9

2	Kinh doanh mỹ phẩm	2	1	2	1	2	8
3	Kinh doanh cửa hàng bánh Fruity Cake	3	2	2	2	2	11

Bảng 1 - Đánh giá các ý tưởng kinh doanh

2. Giải thích các tiêu chí

STT	Tên tiêu chí	Điểm	Lý giải
1	Kiến thức	3	+ Am hiểu về cách làm bánh, có tay nghề cao + Đội ngũ thợ chính theo học làm bánh và được đào tạo bài bản + Có khả năng đào tạo nghề cho thợ mới
2	Kinh nghiệm	2	+ Từng có kinh nghiệm 2 năm tại những tiệm bánh lớn + Có kinh nghiệm trong khâu quản lý chất lượng + Có kinh nghiệm để đào tạo nhân sự trong làm bánh và hướng dẫn khách làm bánh
3	Kỹ năng	2	+ Tay nghề làm bánh và tạo hình bánh chuyên nghiệp + Kỹ năng bán hàng, tiếp thị + Kỹ năng trang trí cửa hàng + Đào tạo đội ngũ nhân lực
4	Khả năng thâm nhập thị trường	2	+ Khả năng xâm nhập thị trường tương đối + Nhiều đối thủ trong ngành làm bánh nhưng ít đối thủ trong việc cho khách tự làm bánh
5	Tính độc đáo	2	+ Có logo, thương hiệu riêng + Có lối đi riêng trong dịch vụ khi cung cấp dịch vụ khách tự làm bánh và ăn tại chỗ

Bảng 2 - Giải thích ý tưởng bánh Fruity Cake

CHƯƠNG III: TÓM TẮT Ý TƯỞNG KINH DOANH

1. Giới thiệu doanh nghiệp

Tên doanh nghiệp: Công ty tư nhân FRUITY CAKES

Logo:



Hình 1 1 - Logo của Fruity Cake

Màu sắc chủ đạo của logo là màu hồng mang lại sự ngọt ngào và nhẹ nhàng kích thích vị giác. Chúng tôi chọn hình ảnh người thợ làm bánh như một biểu tượng riêng của công ty.

Logo cũng kèm theo slogan của công ty như một đặc điểm để khách hàng nhận diện và nhớ đến.

Địa chỉ kinh doanh:

31/45 Ung Văn Khiêm, phường 25, quận Bình Thạnh, thành phố Hồ Chí Minh

Slogan: Make it yourself

Tầm nhìn: Tương lai sẽ là kỷ nguyên của những món quà trao đi bằng tình cảm. Một chiếc bánh tự tay bạn làm để trao gửi cho người bạn yêu thương, quý mến sẽ là món quà ý nghĩa nhất. Fruity Cake sẽ giúp bạn làm điều đó.

Sứ mệnh: Góp phần giúp cho những chiếc bánh được thực hiện bằng tình yêu thương, bởi bàn tay của bạn sẽ đượm chất tình, đậm vị ngon.

Mục tiêu: Trở thành thương hiệu để lại nhiều dấu ấn riêng biệt về những loại bánh ngọt trong lòng khách hàng.

Lĩnh vực kinh doanh: Dịch vụ và giải trí

Nguồn tài chính dự kiến: 4.000.000.000 VNĐ

Mô hình kinh doanh: doanh nghiệp tư nhân

Dự kiến khai trương: Ngày 14/2/2022. Hoạt động từ 8h đến 22h hằng ngày.

Bánh Fruity Cake	Đặc điểm thông số kỹ thuật của sản phẩm
<i>Nguyên vật liệu</i>	Cream cheese, bơ, whipping Cream, oreo, mứt (phức bốn tử, việt quất), chanh dây, đường, vani, chocolate, bột, đường, sữa, trứng
<i>Nhà cung cấp</i>	Siêu thị Ngành Bánh Baker's Mart Nhất Hương – Công ty Tân Nhất Hương, Bách Hóa Xanh 58 Ung Văn Khiêm
<i>Cách thức bảo quản, vận chuyển và tiếp nhận nguyên vật liệu</i>	Nguyên liệu được bảo quản ở nhiệt độ thích hợp theo từng loại. Nhận nguyên liệu trực tiếp từ nhà cung cấp

<i>Quy cách thành phẩm</i>	Tuân thủ thực hiện theo quy định của tiêu chuẩn chất lượng của sản phẩm Phần bánh bông lan mềm, mịn. Phần kem mịn. Trái cây tươi, thơm ngon. Tổng thể bánh kem trang trí đẹp mắt, bố cục cân xứng, không quá ngọt
<i>Bao bì sản phẩm</i>	Hộp giấy đựng bánh
<i>Nhãn dán</i>	Nhãn dán in hình logo của cửa hàng
<i>Điều kiện bảo quản</i>	Bảo quản bánh trong ngăn mát tủ lạnh nhiệt độ từ 0 – 3 độ C
<i>Điều kiện phân phối và vận chuyển</i>	Bán trực tiếp cho khách hàng, không qua vận chuyển
<i>Thời hạn sử dụng</i>	Nhiệt độ thường: 5 – 8 tiếng Nhiệt độ ngăn mát tủ lạnh 0 – 3 độ C: 2 – 3 ngày

Bảng 3 - Đặc điểm và các thông số kỹ thuật

2. Mô tả sản phẩm và dịch vụ

2.1. Dịch vụ

Dịch vụ giao hàng: Khu vực ở Tp.HCM sẽ được giao hàng miễn phí cho khách ở gần cửa hàng với bán kính 5km. Cửa hàng chỉ nhận giao hàng với đơn hàng từ 250.000 đồng trở lên. Để đảm bảo chất lượng bánh khách cần đặt hàng trước 2-3h.

Dịch vụ đặt hàng: Khách có thể đặt theo ý mình về loại bánh, giá cả, kiểu dáng. Khách có thể gọi trực tiếp qua Hotline hoặc trang web của cửa hàng để đặt hàng.

Dịch vụ tự làm bánh: Chúng tôi bổ sung thêm dịch vụ hướng dẫn khách tự làm chiếc bánh dành tặng cho người thân yêu. Sẽ rất tuyệt vời nếu họ tự tay làm từng công đoạn để tạo ra chiếc bánh kem, kể cả khi chúng không được trang trí chuyên nghiệp, chúng vẫn chứa đựng tình cảm của người làm.

2.2. Sản phẩm

Chủ yếu là các loại bánh kem trái cây, cùng vị ngọt vừa phải để đảm bảo bánh không quá ngọt, không quá ngán để vẫn có thể đảm bảo sức khỏe. Lựa chọn bánh ngọt trái cây thay vì các loại bánh khác nhằm mục đích giúp bánh ngọt có sự thay đổi, còn khách hàng cũng được thưởng thức trái cây theo từng mùa vụ.

3. Giá và chiến lược giá

3.1. Giá bán của bánh

Xác định giá dựa vào chi phí làm ra bánh, cảm nhận của khách hàng là chính; tham khảo thêm giá bán của đối thủ cạnh tranh.

Dưới đây là bảng giá một số sản phẩm kinh doanh của Fruity Cake

GIÁ	TÊN LOẠI SẢN PHẨM	HÌNH ẢNH
200.000 VND	Matcha Cake	
300.000 VND	Fruity Chocolate Cake	
500.000 VND	Fruit Melted Chocolate Cake	

Bảng 4 - Một số sản phẩm kinh doanh chính

3.2. Chiến lược giá

❖ Chiến lược giá phân biệt

Chúng tôi sử dụng mức giá có phần nhỉnh hơn cho những loại bánh có mức độ trang trí cầu kỳ, yêu cầu tay nghề phải cao, nguyên liệu là các loại trái cây nhập khẩu, cao cấp; bánh cho những bữa tiệc. Còn những loại thường, đơn giản sẽ có mức giá thấp hơn.

❖ Chiến lược giá khuyến mãi: Chúng tôi chỉ áp dụng nó như một cách tri ân khách hàng vào một số dịp đặc biệt.

4. Điểm khác biệt của Fruity Cake

4.1. Khác biệt về dịch vụ

Dịch vụ tự làm bánh: Với câu slogan “Make it yourself” dành cho những vị khách tự tay làm những chiếc bánh để trao tặng cho người họ yêu thương thì cửa hàng chúng tôi tạo điều kiện với việc có nguyên liệu, khuôn mẫu,... và được nhân viên hỗ trợ từng bước cho khách hàng làm ra chiếc bánh của họ.

4.2. Khác biệt về sản phẩm

Bánh được làm ra từ Fruity Cake chính là sự kết hợp hoàn hảo giữa trứng, sữa và bột tươi ngon, cùng với tâm huyết mà đội ngũ làm bánh đặt trong từng chiếc bánh. Bên cạnh đó, Fruity Cake chú tâm đến sức khỏe của thực khách nên sẽ giữ độ ngọt vừa phải, đồng thời có thể gia giảm độ ngọt theo từng yêu cầu của thực khách.

4.3. Khác biệt về thương hiệu

Tên gọi: Fruity Cake; Slogan: Make it yourself; Bầu không khí thoáng mát, thoải mái. Có khu vực riêng cho khách tự tay làm bánh, có khu vực riêng để khách thưởng thức bánh; Có thiết kế trang website, fanpage, số điện thoại Hotline để tiện cho việc đặt hàng và cập nhật các sản phẩm mới.

5. Xác định khách hàng mục tiêu

Sau khi thực hiện nghiên cứu về tổng quan thị trường, phân tích thị trường. Công ty đã xác định được thuộc tính để chọn ra khách hàng mục tiêu.

Thuộc tính	Khách hàng
Độ tuổi	18 – 40 tuổi
Nghề nghiệp	Sinh viên, nhân viên văn phòng, khách nước ngoài
Sở thích	Có sở thích dùng bánh, người ăn kiêng. Sản phẩm ngon ít calo

Bảng 5 - Thuộc tính khách hàng mục tiêu

6. Hệ thống phân phối

Hiện tại, chúng tôi thuộc hệ thống phân phối cấp 0, chưa triển khai mở thêm chi nhánh ở những địa bàn khác. Nhưng ước tính rằng sau 3 năm đi vào hoạt động ổn định, chúng tôi sẽ thêm chi nhánh ở quận khác.

7. Kế hoạch phát triển kinh doanh

7.1. Chiến lược Marketing mix (5P)

Product (sản phẩm): Các loại bánh chính mà chúng tôi cung cấp là Matcha Cake, Fruity Chocolate Cake, Fruit Melted Chocolate Cake. Công bố các dịch vụ của Fruity Cake, trong đó đẩy mạnh dịch vụ đặt – giao hàng và dịch vụ hướng dẫn khách hàng tự làm bánh hoặc trang trí nếu khách yêu cầu.

Price (giá): Mức giá của 3 loại bánh chính Matcha Cake, Fruity Chocolate Cake, Fruit Melted Chocolate Cake lần lượt là 200.000 VNĐ, 300.000 VNĐ và 500.000 VNĐ. Bên cạnh đó, cửa hàng cũng làm ra những loại bánh mới dựa theo thị hiếu khách hàng với mức giá thấp hơn để thâm nhập sâu hơn.

Place (địa điểm phân phối): 31/45 Ung Văn Khiêm, phường 25, quận Bình Thạnh, thành phố Hồ Chí Minh. Đây là vị trí khá tốt, gần các trường Đại học, văn phòng công ty, dễ tiếp cận với nhóm đối tượng mà chúng tôi nhắm đến.

Promotion (xúc tiến): Về quảng cáo, phát tờ rơi quảng cáo tại các trường học trong bán kính 5km. Chạy quảng cáo trên các phương tiện truyền thông, các trang mạng xã hội (Facebook, Tiktok, Youtube, Instagram,...). Quảng cáo thông qua những người có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội (lượt theo dõi ở mức trung bình). Vào cuối mỗi tháng, 3 khách hàng thân thiết sẽ được cửa hàng chọn “ngẫu nhiên” để trở thành khách hàng may mắn. Khách hàng may mắn sẽ được nhận voucher 300.000đ của cửa hàng. Khai trương: giảm giá 10% toàn menu, áp dụng trong 2 tuần. Lựa chọn ngày 14/02/2022 làm ngày khai trương của Fruity Cake vì đây là dịp các cặp đôi thể hiện tình cảm với nhau, ra mắt vào dịp này kết hợp với gói dịch vụ hướng dẫn khách hàng tự làm bánh, để khách hàng được tự tay làm chiếc bánh tràn đầy tình cảm dành cho người mà họ yêu thương.

Person (đối tượng): Khách hàng thuộc độ tuổi từ 18 – 40 tuổi, là nhân viên văn phòng, sinh viên hoặc người đi làm, có sở thích làm bánh và thích tự tay làm bánh dành tặng cho những người họ quý mến.

7.2. Hoạt động sản xuất kinh doanh

Trung bình cứ 9 phút sẽ có 2 khách đến chọn mua bánh. Với thời gian hoạt động là 11 tiếng/ngày từ 8 giờ đến 22 giờ, nghỉ trưa 1 tiếng. Khả năng đáp ứng của quán tối đa sẽ

là: (1 giờ sẽ có 14 khách hàng) = > 14 khách * 11 giờ = 144 khách/ngày. Thị phần cạnh tranh chiếm: $(144/3500)*100 = 4\%$

- Ta chia 3 năm thành các giai đoạn sau:

Giai đoạn 1: Thâm nhập thị trường và giới thiệu sản phẩm (6 tháng đầu năm I)

- 6 tháng đầu năm 1: Thâm nhập thị trường, chiếm lĩnh 2% thị trường cạnh tranh (72 khách hàng/ngày)
- Công suất: $95\% = 95\% * 72 = 69$ khách hàng/ngày
- Giá: Matcha Cake: 200.000 đồng; Fruity Chocolate Cake: 300.000 đồng; Fruit Melted Chocolate Cake: 500.000 đồng

Giai đoạn 2: Xây dựng thương hiệu (6 tháng cuối năm I và 12 tháng năm II)

- Đẩy mạnh phát triển thương hiệu trong lòng khách hàng về chất lượng sản phẩm cũng như dịch vụ cho 2% thị trường cạnh tranh, tiếp tục quảng cáo marketing trên mạng về dịch vụ dạy khách tự làm bánh, chiến dịch “Make It Yourself”, thu hút thêm 100 khách hàng tiềm năng chiếm thị phần cạnh tranh lên mức 4% (169 khách/ngày)
- Công suất: $85\% = 85\% * 169 = 144$ khách/ngày.
- Giá: Matcha Cake: 200.000 đồng; Fruity Chocolate Cake: 300.000 đồng; Fruit Melted Chocolate Cake: 500.000 đồng

Giai đoạn 3: Khếch tán thương hiệu (12 tháng năm thứ III)

Thị phần cạnh tranh vẫn ở mức 4% nhưng công suất phục vụ đạt $100\% = 169$ khách/ngày, nâng giá sản phẩm lên theo các loại: Matcha Cake: 220.000 đồng; Fruity Chocolate Cake: 330.000 đồng; Fruit Melted Chocolate Cake: 500.000 đồng

- Dự kiến tổng chi phí 3 năm là: 8.379.692.000
- Dự kiến tổng doanh thu 3 năm là: 30.312.000.000
- Chi phí lương nhân viên: 540.000.000 đồng/năm
- Chi phí quảng cáo: 118.200.000

7.3. Nhân sự

Chức vụ	Năm 1	Năm 2	Năm 3
Giám đốc	1	1	1
Quản lý cửa hàng	1	1	1
Nhân viên giao hàng	1	2	2
Nhân viên bán hàng	2	3	3
Thợ chính	2	3	3
Thợ phụ	1	2	2
TỔNG CHI PHÍ NHÂN SỰ THEO NĂM (đồng)	540.000.000	876.000.000	876.000.000

Bảng 6 - Bảng nhu cầu nhân sự trong 3 năm

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Báo cáo doanh thu ngành bánh ngọt ở thị trường Việt Nam năm 2019 – 2020
Thầy Trần Nguyên An, Hướng dẫn chi tiết Kế hoạch khởi nghiệp mẫu

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1: HOẠT ĐỘNG DOANH NGHIỆP

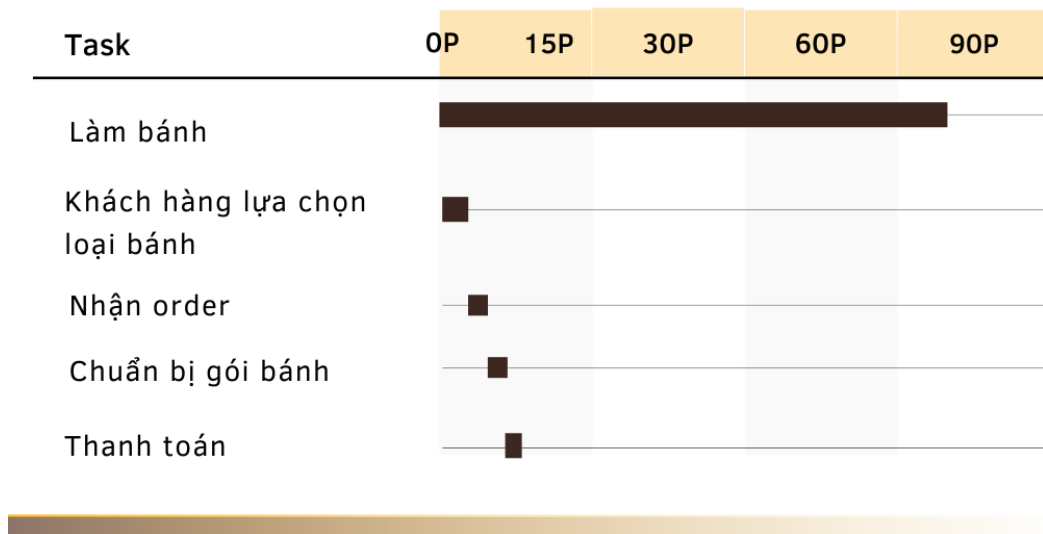
Bán hàng: Khâu bán hàng sẽ được chia làm 3 khâu chính, trong đó bánh đã được chuẩn bị sẵn, trưng bày trên tủ, còn tổng quá trình diễn ra chậm nhất là 9 phút, trong đó lâu nhất là lúc khách hàng lựa chọn bánh.

STT	Task	Thời gian (phút)
1	Làm bánh	80
2	Khách hàng chọn bánh	5
3	Nhận order	1
4	Gói bánh	2
5	Thanh toán	1

Trung bình 1 nhân viên bán hàng sẽ phục vụ được tối thiểu là 73 khách/ngày.



Bán hàng



Hình 1 2 - Sơ đồ Gantt bán hàng

PHỤ LỤC 2: XÂY DỰNG KẾ HOẠCH KINH DOANH

1. Kế hoạch nhân sự

1.1. Nguồn nhân lực sẵn sàng cho kinh doanh

❖ Vị trí nhân sự cần thiết hiện tại

Hiện tại, cửa hàng mới hoạt động nên nhu cầu nhân sự cũng chưa cao, hiện cửa hàng có: 2 thợ làm bánh chính, 2 thợ làm bánh phụ, 1 nhân viên giao hàng, 1 quản lý cửa hàng, 2 nhân viên bán hàng

❖ Vị trí nhân sự cần thêm trong tương lai

Hiện tại vì là cửa hàng quy mô nhỏ và mới mở nên nhân sự tại cửa hàng chỉ là thợ làm bánh, nhân viên bán hàng, nhân viên giao hàng, quản lý cửa hàng. Tuy nhiên trong tương lai, khi cửa hàng phát triển lớn dần lên, hệ thống mặt hàng đa dạng hơn và phát triển thêm mảng đồ uống và phục vụ bánh trực tiếp ngay tại cửa hàng, thì cần xây dựng và phát triển thêm nguồn nhân lực.

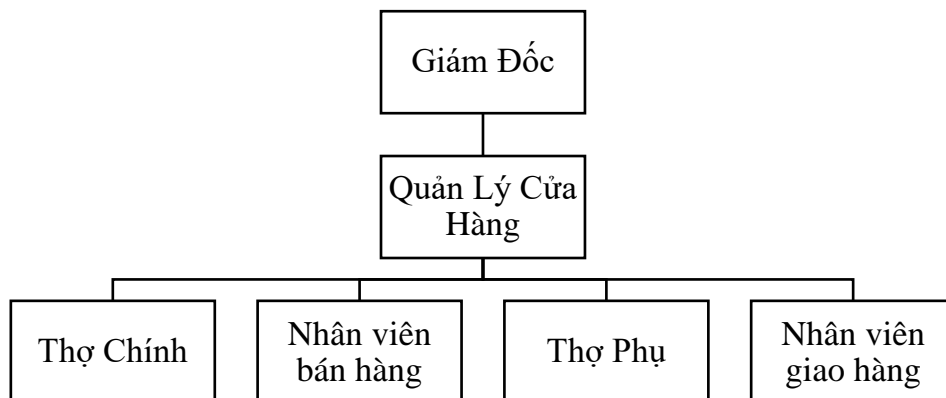
Vị trí đầu tiên cần thiết đó là thợ làm bánh chính. Hiện cửa hàng có 2 thợ làm bánh chính và 2 thợ phụ. Trong tương lai cần đào tạo đội ngũ kế cận này phù hợp với sự mở rộng của cửa hàng. Các thợ phụ cần học hỏi và được đào tạo theo hướng chuyên sâu hơn, thợ chính cần tiếp tục học hỏi để cho ra lò những chiếc bánh kiểu dáng và chất lượng độc đáo, đa dạng hơn, đánh vào tâm lý thích sự mới lạ của khách hàng.

Ngoài ra trong tương lai, cùng với sự phát triển và mở rộng quy mô kinh doanh của cửa hàng, cần đào tạo và định hình phong cách phục vụ cho các nhân viên, từ quản lý đến nhân viên chạy bàn. Khi cửa hàng phục vụ thêm cả nước uống thì cần đào tạo nhân viên biết pha chế và phục vụ trực tiếp.

❖ Hình thức tuyển dụng

- Nhận đơn xin việc và hồ sơ cá nhân qua email hoặc gửi trực tiếp tại cửa hàng
- Tiến hành phỏng vấn trực tiếp và thử tay nghề trực tiếp tại cửa hàng
- Thông báo kết quả qua email và điện thoại, kết hợp thông báo trên trang chủ của cửa hàng.

1.2. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp



Hình 1 3 - Sơ đồ chức vụ

1.3. Chức năng nhiệm vụ các cấp trong sơ đồ

❖ Ban lãnh đạo chủ chốt của công ty

STT	Chức vụ	Số lượng
1	Giám đốc	1
2	Quản lý cửa hàng	1

Bảng 7 - Nhân sự chủ chốt

❖ Nhiệm vụ và chức năng

STT	Chức vụ	Nhiệm vụ - Chức năng
1	Giám đốc	<ul style="list-style-type: none"> - Quản lý chung - Hoạch định chiến lược phát triển cho công ty - Định hướng chiến dịch Marketing - Tính toán sổ sách, bảng lương nhân viên - Theo dõi tiến độ làm việc của cửa hàng thông qua quản lý - Đánh giá chiến dịch Marketing để đưa ra giải pháp
2	Quản lý cửa hàng	<ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra, rà soát nhân viên - Quan sát thái độ làm việc, hỗ trợ giải quyết vấn đề của khách hàng - Chỉ dạy, huấn luyện cho nhân viên mới - Đánh giá lượng khách hàng mỗi ngày, lập báo cáo đánh giá tình hình kinh doanh của quán - Kiểm hàng, kiểm tra kho, nguyên vật liệu, các vật dụng trong cửa hàng - Tuyển dụng nhân sự - Kiểm tra bếp - Theo dõi các chiến dịch triển khai để lập báo cáo, đánh giá hiệu quả chiến dịch

Bảng 8 - Nhiệm vụ và chức năng

2. Chính sách về lương và các chế độ phúc lợi

❖ Chính sách tiền lương

STT	Chức vụ	Lương
1	Giám đốc	10.000.000
2	Quản lý sản xuất	7.000.000
3	Thợ chính	6.000.000
4	Thợ phụ	5.000.000
5	Nhân viên giao hàng	5.000.000
6	Nhân viên bán hàng	6.000.000

	TỔNG	39.000.000
--	-------------	-------------------

Bảng 9 - Chính sách tiền lương❖ *Nhu cầu nhân sự trong 3 năm*

Chức vụ	Năm 1	Năm 2	Năm 3
Giám đốc	1	1	1
Quản lý cửa hàng	1	1	1
Nhân viên giao hàng	1	2	2
Nhân viên bán hàng	2	3	3
Thợ chính	2	3	3
Thợ phụ	1	2	2
TỔNG CHI PHÍ NHÂN SỰ THEO NĂM (đồng)	540.000.000	876.000.000	876.000.000

Bảng 10 - Nhu cầu nhân sự trong 3 năm❖ *Chế độ, phúc lợi*

Với thợ phụ, cần có chính sách bồi dưỡng ngay từ giờ để định hướng cho tương lai, khi các thợ chính hiện tại họ có tay nghề cao hơn và tìm kiếm một môi trường mới với mức lương cao hơn. Đồng thời phải xây dựng chính sách lương, thưởng hợp lý để giữ chân họ. Có khá nhiều khóa học bồi dưỡng và nâng cao tay nghề của thợ làm bánh hiện tại, giám đốc sẽ xem xét và hỗ trợ một phần hoặc toàn bộ chi phí cho thợ bánh để đi bồi dưỡng, học hỏi thêm. Quản lý cửa hàng cũng cần được bồi dưỡng để tích lũy kinh nghiệm quản lý và giải quyết thắc mắc, khiếu nại của khách hàng nhanh chóng và khéo léo.

Chế độ đãi ngộ hiện tại đều là làm theo giờ hành chính hoặc theo ca tùy vị trí, nếu khách đặt hàng số lượng nhiều và cần gấp, phải làm thêm giờ thì sẽ có phụ thu cho thợ và nhân viên. Cả thợ và nhân viên nếu doanh số cao thì sẽ được thưởng thêm theo doanh số. Đóng bảo hiểm đầy đủ cho nhân viên và có chế độ hỗ trợ cho nhân viên cần hỗ trợ.

Duy trì số ngày nghỉ trong tháng hoặc cho phép đổi ca để tiện cho những sự kiện riêng của nhân viên.

Trong tháng, nhân viên nào nhận được phản hồi tốt của quản lý hay khách hàng, có thái độ làm việc nghiêm túc và làm đúng trách nhiệm sẽ được tuyên dương và nhận được 1 voucher hoặc 1 món quà nhỏ của cửa hàng. Điều này sẽ nâng cao tinh thần làm việc và tác phong của nhân viên.

PHỤ LỤC 3: KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

1. Nguồn vốn

KẾ HOẠCH NGUỒN VỐN	
Vốn tự có	4.000.000.000
Vốn tài trợ	0
TỔNG	4.000.000.000

Bảng 11 - Nguồn vốn

Nguồn vốn chính của công ty là 700.000.000VND. Trong đó 100% là vốn tự có của chủ sở hữu.

❖ Sử dụng vốn

ĐẦU TƯ BAN ĐẦU	GIÁ
Chi phí điều tra thị trường	1.500.000
Chi phí tài sản cố định	235.000.000
Chi phí mua vật dụng	8.200.000
Chi phí quảng cáo	30.000.000
Chi phí xây dựng và trang trí công ty	20.000.000
Lương nhân viên tháng đầu	73.000.000
TỔNG	367.700.000

Bảng 12 - Sử dụng vốn

2. Kế hoạch chi phí đầu tư

❖ Danh sách các trang thiết bị cần mua

CÁC TRANG THIẾT BỊ	
Nước vệ sinh	Lắp wifi
Chổi	Bảng hiệu
Cây lau nhà	Giá sách lớn
Đồng phục	Điện thoại bàn
Banner	Máy tính bàn
Lò Nướng Chefs EH - BO600S	Máy chiếu
Tủ bánh kem Berjaya kính vuông RCS12SB13 - 2FB	Ghế dựa
Máy trộn điện đa năng 3 trong 1 bếp 1000W	Ghế nệm xoay
Tủ đông 6 cánh 2 chế độ	Bàn gỗ thấp
Fushima FSM DL - STDM1600 (1600 lít)	Bàn gỗ làm việc
Sọt rác	Mặt bằng
Bình hoa	Máy lọc nước
Ly	

Bảng 13 - Danh sách trang thiết bị

❖ *Chi phí của các trang thiết bị cần mua*

STT	Các loại tài sản cố định	Đơn vị	Giá	Số lượng	Tổng
1	Mặt bằng	50m2/tháng	60.000.000	12 tháng	720.000.000
2	Bàn gỗ làm việc	cái	300.000	8	2.400.000
3	Bàn gỗ thấp	cái	200.000	2	400.000
4	Ghế đệm xoay	cái	300.000	8	2.400.000
5	Ghế dựa	cái	120.000	8	960.000
6	Máy chiếu	cái	2.500.000	1	2.500.000
7	Máy tính bàn	bộ	25.000.000	2	50.000.000
8	Điện thoại bàn	cái	300.000	1	300.000
9	Giá sách lớn	cái	1.500.000	1	1.500.000
10	Bảng hiệu	bộ	900.000	1	900.000
11	Lắp wifi	bộ	1.000.000	1	1.000.000
12	Lò Nướng Chefs EH-BO600S	cái	10.191.000	1	10.191.000
13	Tủ bánh kem Berjaya kính vuông RCS12SB13-2FB	cái	43.000.000	1	43.000.000
14	Máy trộn điện đa năng 3 trong 1 bếp 1000W	cái	2.628.389	1	2.628.389
15	Tủ đông 6 cánh 2 chế độ Fushima FSMDL-TDM1600 (1600 lít)	cái	47.990.000	1	47.990.000
TỔNG					884.169.389

Bảng 14 - Thiết bị cần mua

❖ *Chi phí các vật dụng*

STT	Các vật dụng	Đơn vị	Giá	Số lượng	Tổng
1	Máy lọc nước	cái	8.000.000	1	8.000.000
2	Ly	bộ	200.000	1	200.000
3	Bình hoa	cái	120.000	1	120.000
4	Sọt rác	cái	20.000	8	20.000
5	Nước vệ sinh	chai	50.000	1	50.000
6	Chổi	cây	40.000	2	80.000
7	Cây lau nhà	cây	250.000	1	250.000
8	Rác	tháng	30.000	1	30.000
TỔNG					8.750.000

Bảng 15 - Chi phí vật dụng

❖ *Chi phí quảng cáo*

STT	Các vật dụng	Số lượng	Giá	Đơn vị	Tổng
1	Banner	1	200.000	Cái	200.000
2	Bảng hiệu	1	1.000.000	Cái	1.000.000
3	Đồng phục	10	300.000	Bộ	3.000.000
4	Quảng cáo trên Facebook	10	5.000.000		50.000.000
5	Thuê quảng cáo từ người ảnh hưởng MXH	8	8.000.000		64.000.000
TỔNG					118.200.000

Bảng 16 - Chi phí quảng cáo❖ *Bảng tổng hợp chi phí đầu tư cố định trong 1 năm*

Hạng mục	Đơn vị	Đơn giá	Số lượng	Thành tiền
Chi phí mặt bằng 1 tháng	50 m2/ tháng	60.000.000	12 tháng	720.000.000
Chi phí vật dụng				9.890.000
-Máy lọc nước	Cái	8.000.000	1	8.000.000
-Ly	Cái	200.000	1	200.000
-Bình hoa	Cái	120.000	1	120.000
-Sọt rác	Cái	20.000	8	20.000
-Nước vệ sinh	Chai	50.000	1	50.000
-Chổi	Cây	40.000	2	80.000
-Cây lau nhà	Cây	250.000	1	250.000
-Rác	Cái	30.000	1	30.000
-Dụng cụ làm bánh	Bộ	750.000	4	3.000.000
-Dụng cụ tạo hình trang trí	Bộ	210.000	4	840.000
Chi phí trang thiết bị				166.169.389
-Bàn gỗ làm việc	cái	300.000	8	2.400.000
-Bàn gỗ thấp	cái	200.000	2	400.000
-Ghế đệm xoay	cái	300.000	8	2.400.000
-Ghế dựa	cái	120.000	8	960.000
-Máy chiếu	cái	2.500.000	1	2.500.000
-Máy tính bàn	bộ	25.000.000	2	50.000.000
-Điện thoại bàn	cái	300.000	1	300.000
-Giá sách lớn	cái	1.500.000	1	1.500.000
-Bảng hiệu	bộ	900.000	1	900.000
-Lắp wifi	bộ	1.000.000	1	1.000.000
-Lò Nướng Chefs EH-BO600S	cái	10.191.000	1	10.191.000

-Tủ bánh kem Berjaya kính vuông RCS12SB13-2FB	cái	43.000.000	1	43.000.000
-Máy trộn điện đa năng 3 trong 1 bếp 1000W	cái	2.628.389	1	2.628.389
-Tủ đông 6 cánh 2 chế độ Fushima FSMDL-TDM1600 (1600 lít)	cái	47.990.000	1	47.990.000
Chi phí quảng cáo				118.200.000
-Banner	Cái	200.000	1	200.000
-Bảng hiệu	Cái	900.000	1	1.000.000
-Đồng phục	Bộ	300.000	10	3.000.000
-Quảng cáo trên Facebook		2.000.000	10	50.000.000
-Thuê quảng cáo từ người ảnh hưởng MXH		3.000.000	8	64.000.000
Chi phí đầu tư				911.200.000
-Chi phí điều tra thị trường				18.000.000
-Chi phí tài sản cố định				235.000.000
-Chi phí mua vật dụng				8.200.000
-Chi phí quảng cáo	tháng		3	90.000.000
-Chi phí xây dựng và trang trí công ty				20.000.000
-Lương nhân viên				540.000.000
Chi phí chung				18.500.000
Điện	kW			10.500.000
Nước	Khối			8.000.000
Dự phòng chi phí				51.375.000
TỔNG				1.995.334.389

Bảng 17 - Vốn chi phí đầu tư cố định

❖ **Hạng mục 5, phần lương nhân viên năm thứ 2 sẽ tăng thêm 1 nhân viên bán hàng, 1 thợ chính, 1 thợ phụ và 1 nhân viên giao hàng:**

Tổng = (5.000.000 + 6.000.000 + 6.000.000 + 5.000.000) x 12 = 264.000.000 đồng

- Chi phí hạng mục này sẽ khấu hao trong vòng 2 năm
- Các hạng mục khác sẽ khấu hao trong vòng 3 năm

❖ **Bảng tổng vốn lưu động**

Hạng mục	Số lượng	Đơn vị	Đơn giá	Thành tiền
1. Chi phí nguyên liệu				180.900.000
+ Bột mì đa dụng	200	bao Beksul loại 25kg	150.000	30.000.000

+ Bơ, Kem tươi	140	Kg	150.000	21.000.000
+ Trứng gà	400	Chục	40.000	16.000.000
+ Kem	300	Kg	73.000	21.900.000
+ Sữa	500	Hộp 1 lít	32.000	16.000.000
+ Đường	400	Kg	15.000	6.000.000
+ Các loại nguyên liệu trực tiếp khác				70.000.000
2. Chi phí vật liệu				68.750.000
+ Giấy bạc	800	Cuộn	15.000	12.000.000
+ Giấy nến	850	Cuộn	25.000	21.250.000
+ Vật liệu khác				35.500.000
TỔNG CỘNG (3 tháng)				249.350.000
TỔNG CỘNG (NĂM 1)				997.400.000

Bảng 18 - Bảng tổng vốn lưu động

3. Bảng tổng vốn đầu tư ban đầu

Hạng mục	Số vốn
Vốn đầu tư cố định	1.995.334.389
Vốn đầu tư lưu động	997.400.000
Tổng cộng	2.950.834.389

Bảng 19 - Vốn đầu tư ban đầu

4. Bảng khấu hao

	Năm 1	Năm 2	Năm 3
Mức khấu hao	50.000.000	50.000.000	50.000.000

Bảng 20 - Khấu hao

5. Dự tính kết quả kinh doanh 3 năm

Năm 1 1/12/2021 - 31/12/2022		Kiwi Cake	Fruit Cake	Chocolate Cake	Lượng khách TB
Giá bán		200.000	300.000	500.000	
Số lượng	Quý 1	3600	2700	1800	45
	Quý 2	4500	4500	1800	60
Tổng số lượng hàng bán		8100	7200	3600	105
Doanh thu		1.620.000.000	2.160.000.000	1.800.000.000	

Tổng doanh thu	5.580.000.000
-----------------------	----------------------

Bảng 21 - Dự tính kết quả kinh doanh năm 1

Năm 2 1/12/2023 - 31/12/2023		Kiwi Cake	Fruit Cake	Chocolate Cake	Lượng khách TB
Giá bán		200.000	300.000	500.000	
Số lượng	Quý 1	3600	5400	6300	85
	Quý 2	6300	9000	6300	120
Tổng số lượng hàng bán		9900	14400	12600	205
Doanh thu		1.980.000.000	4.320.000.000	6.300.000.000	
Tổng doanh thu		12.600.000.000			

Bảng 22 - Dự tính kết quả kinh doanh năm 2

Năm 3 1/12/2024 - 31/12/2024		Kiwi Cake	Fruit Cake	Chocolate Cake	Lượng khách TB
Giá bán		220.000	330.000	500.000	
Số lượng	Quý 1	5400	3600	3600	70
	Quý 2	9000	7200	7200	125
Tổng số lượng hàng bán		14400	10800	10800	195
Doanh thu		3.168.000.000	3.564.000.000	5.400.000.000	
Tổng doanh thu		12.132.000.000			

Bảng 23 - Dự tính kết quả kinh doanh năm 3

6. Chi phí hoạt động qua các năm

Các chi phí	NĂM 1	NĂM 2	NĂM 3
Thuê mặt bằng	720.000.000	720.000.000	720.000.000
Giá nguyên vật liệu	997.400.000	1.232.000.000	1.423.000.000
Marketing	118.200.000	118.200.000	118.200.000
Điện, Wifi, nước	19.500.000	21.562.000	23.630.000
Lương	540.000.000	804.000.000	804.000.000

Tổng	2.395.100.000	2.895.762.000	3.088.830.000
-------------	---------------	---------------	---------------

Bảng 24 - Chi phí hoạt động qua các năm

7. Kết quả hoạt động kinh doanh dự trù

Chỉ tiêu	NĂM 1	NĂM 2	NĂM 3
Doanh thu bán hàng	5.580.000.000	12.600.000.000	12.132.000.000
Các khoản giảm doanh thu	568.600.000	1.260.000.000	1.213.200.000
Chi phí hoạt động	2.395.100.000	2.895.762.000	3.088.830.000
Khấu trừ TSCĐ	50.000.000	50.000.000	50.000.000
EBT	2.566.300.000	8.394.238.000	7.779.970.000
Thuế (môn bài + thu nhập DN)	1.136.000.000	2.522.000.000	2.428.400.000
EAT	1.430.300.000	5.872.238.000	5.351.570.000

Bảng 25 - Kết quả hoạt động kinh doanh dự trù

8. Chỉ số dự tính dự án

Chỉ tiêu	TỔNG 3 NĂM
Tổng doanh thu	30.312.000.000
Tổng chi phí	8.379.692.000
Tổng EBT	18.740.508.000
Tổng EAT	12.654.108.000
Hệ số EBT/doanh thu	0,6182537609
Hệ số EAT/doanh thu	0,4174619952
Doanh thu bình quân	10.104.000.000
Lợi nhuận trước thuế bình quân	6.246.836.000
Lợi nhuận sau thuế bình quân	4.218.036.000

Bảng 26 - Chỉ số dự tính dự án