

ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP.HỒ CHÍ MINH  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN



# MÔN HỌC: Kinh Tế Đại Cương

## BÁO CÁO DỰ ÁN KINH DOANH



### Thành Viên Thực Hiện Nhóm F5:

Họ Và Tên	MSSV
Nguyễn Thị Thục Trinh	17521164
Võ Nhật Bảo	17520277
Võ Hoài Phương	17520932
Nguyễn Hoàng Vũ	17521273
Nguyễn Xuân Bình	16521603
Phan Hoài Khôi Nguyên	17520829
Thái Huy Hoàng	16520488

TP Hồ Chí Minh, ngày 1 Tháng 5 năm 2018

# MỤC LỤC

## NỘI DUNG

- I. Tổng Quan Dự Án Kinh Doanh
- II. Thông Tin Thị Trường
- III. Kế Hoạch Sản Xuất
- IV. Kế Hoạch Nhân Sự
- V. Kế Hoạch Tiếp Thị
- VI. Kế Hoạch Tài Chính
- VII. Kế Hoạch Rủi Ro và Rút Lui
- VII. Định Hướng Và Giải Pháp

# Lời Nói Đầu

Trong nhịp sống hối hả của cuộc sống hiện đại như ngày nay, sau những bận rộn của một ngày làm việc, đã khi nào bạn mong muốn có một khoảng thời gian dành cho riêng mình để thư giãn, để làm những việc mà mình yêu thích, để xua tan những mệt mỏi ngày thường? Các bạn muốn nghe nhạc, xem phim, đi shopping, đi spa, tán gẫu với bạn bè về những một thời trang mới, xum vầy với gia đình và nói về những dự định tương lai hay ngồi trong một quán cà-fê và thưởng thức những cuốn sách mà mình yêu thích?

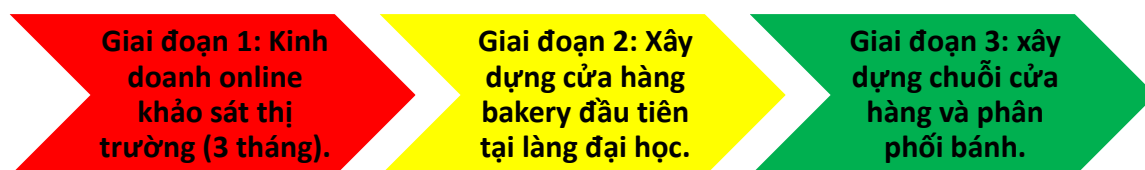


Tôi luôn dành cho mình những khoảng trống sau mỗi ngày dài hoạt động. Tôi yêu thích rất nhiều thứ và luôn cố gắng dành thời gian trống của mình để làm những việc mà tôi yêu thích, cân bằng lại chính bản thân mình, tự tạo cho mình những niềm vui nhỏ bé và hài lòng với thực tại đang có bằng những tiếng cười sảng khoái. Tôi thích ăn bánh ngọt và tán gẫu với những người bạn, tôi thích nhâm nhi ly cà phê và ngồi lặng im ngắm nhìn dòng người đang nối đuôi nhau hối hả trên đường lúc chiều tà qua ô cửa kính, tôi thích ngồi một mình ngắm nhìn cảnh vật đêm thật tĩnh lặng và cũng thật bình yên.

# DỰ ÁN KINH DOANH TIỆM BÁNH BAKERY

## I. Tổng Quan Dự Án


Theo sở thích ăn uống của giới trẻ hiện nay càng tăng cao đòi hỏi đáp ứng những món ăn bắt mắt mới lạ vì thế chúng tôi nhận thấy khu vực làng đại học chưa có tiệm bánh bakery nào. Đây chính là điểm nổi bật của dự án tạo nên sự khác biệt so với các mô hình kinh doanh khác vì thế chúng tôi chọn đây là địa điểm kinh doanh dự án.



Kế hoạch thực hiện dự án:

- Thời Gian: Bắt đầu thực hiện dự án vào tháng 7 năm 2018
- Mặt hàng kinh doanh: bánh ngọt
- Điểm điểm: Làng đại học – Thủ Đức
- Đối tượng: Mọi đối tượng và giới tính
- Mục Tiêu: Chuỗi cửa hàng bakery và hệ thống phân phối
- Điểm nhấn: Là mô hình kinh doanh mới ở khu vực làng đại học, chất lượng sản phẩm tốt, giá thành phù hợp với sinh viên, chúng tôi tạo nên sự khác biệt.

## II. Thông Tin Thị Trường

 **Nghe ngóng và Tìm hiểu:** bánh ngọt với nhiều hương vị khác nhau là nhu cầu không thể thiếu của tất cả người dân hiện nay. Bánh ngọt bây giờ được nhiều làm đồ ăn nhẹ cho bữa sáng, vì vậy có thể nói đây là một sản phẩm tiềm năng.. Cửa hàng sẽ những đáp ứng nhu cầu cao của khách hàng đặc biệt là giới trẻ, bắt nhịp cùng cuộc sống, mà còn góp phần vào sự phát triển kinh tế xã hội. Xã hội ngày càng phát triển, con người tham gia rất nhiều hoạt động, nhiều công việc để có thể đáp ứng được nhu cầu của bản thân song con người lại càng có ít thời gian để thư giãn và nghỉ

ngôi, vì vậy một cửa hàng bánh ngọt F5-Refresh sẽ đáp ứng được nhu cầu thư giãn hàng ngày trong những bận bịu của cuộc sống.



**Tìm Kiếm Địa Điểm:** +Theo thống kê từ wiki cho thấy rằng làng đại học có khoảng 65.000 sinh viên là một nơi đầy tiềm năng phát triển và buôn bán và hiện nay ở làng đại học chưa thấy tiệm bánh bakery nào giống dự án chúng tôi thực hiện nên đặt vị trí tiệm bánh ở đây hoàn toàn hợp lí.

+ Chúng tôi sẽ là người dẫn đầu trong lĩnh vực này và sẽ là chuỗi cửa hàng đầu tiên kinh doanh về bánh ngọt nên sẽ thuận tiện hơn cũng như ít lo ngại về đối thủ cạnh tranh

+ Làng đại học là một nên đầy tiềm năng vì đây có rất đông đảo sinh viên nhu cầu ăn uống cao, thị trường rộng tuy nhiên vẫn chưa thấy cửa hàng nào như chúng tôi đang thực hiện.



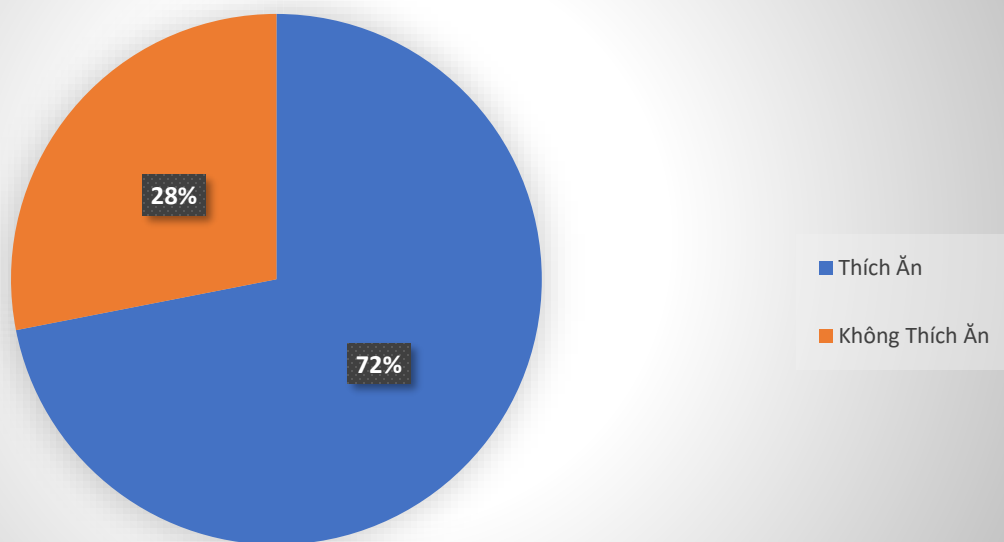
**Đặt vấn đề:** Để hiểu rõ hơn về tâm tư nguyện vọng của khách hàng chúng tôi đã làm cuộc khảo sát về các vấn đề

- Khảo sát bao nhiêu người thường xuyên ăn bánh ngọt, có sở thích ăn bánh ngọt và những loại bánh nào hay ăn?
- Hỏi ý kiến nguyện vọng của khách hàng mong muốn gì? Giá cả chất lượng sản phẩm có phù hợp với nhu cầu khách hàng?

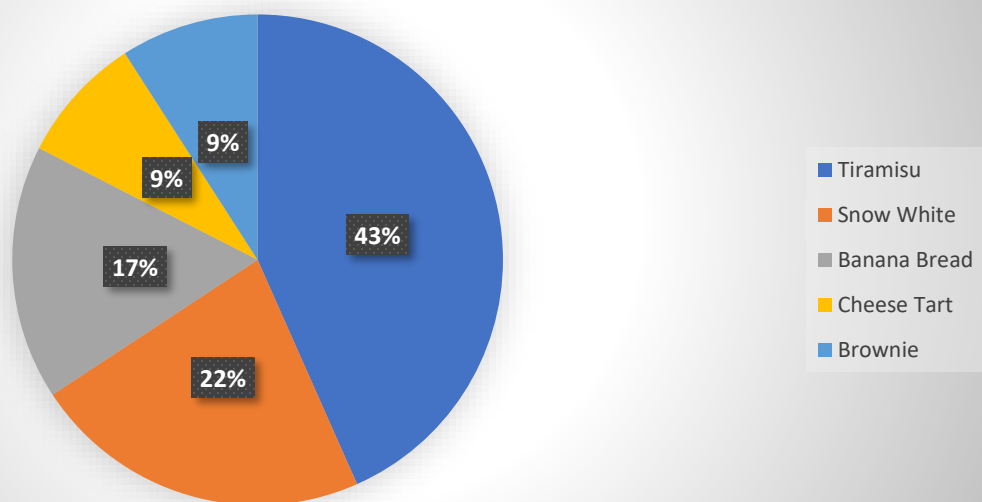


như vậy chúng tôi sẽ tạo được sự kết nối giữa chúng tôi với khách hàng từ đó có thể hiểu được mong muốn khách hàng muốn gì từ đó chúng tôi sẽ hoàn thiện hơn.

## Biểu Đồ Khảo Sát Khách Hàng Ăn Bánh



## Biểu Đồ Khảo Sát Loại Bánh Khách Hàng Ưa Dùng





**S(Điểm mạnh):**

- Sản phẩm mới lạ độc đáo, giá thành rẻ.
- Vốn ban đầu không quá cao, khả năng thu hồi vốn nhanh.
- Đảm bảo vệ sinh cũng như nguồn gốc sản phẩm.
- Đội ngũ nhân viên năng động.
- Món ăn được rất nhiều giới trẻ yêu thích.

**W(Điểm yếu):**

- Chưa có nhiều kinh nghiệm.
- Kênh phân phối chưa rộng
- Không gian cửa hàng nhỏ.

**O(tiềm năng):**

- Mở rộng rộng thêm cửa hàng.
- Hệ thống phân phối bánh.
- Đối tác với các công ty lớn.
- Dần dần cải thiện hơn nữa công nghệ để tăng chất lượng sản phẩm và chất lượng phục vụ

**T(thách thức):**

- Tìm mặt bằng khó khăn.
- Thách thức về tài chính.
- Khả năng cạnh tranh với các tiệm bánh khác.
- Luôn phải đổi mới mẫu mã bắt mắt, nắm bắt được thị hiếu khách hàng, đòi hỏi nhân viên phải sáng tạo liên tục

### III. Kế Hoạch Sản Xuất

- Quy trình kinh doanh:
  - + Nguồn Nguyên Liệu:
    - Mua từ những nơi quy tính có chứng nhận đảm bảo sức khỏe, an toàn vệ sinh thực phẩm.
    - Lấy mỗi nguyên liệu nên giá thành rẻ
- Quá Trình Sản Xuất Sản Phẩm:
- Nguyên vật liệu sử dụng chung:
  - Kem hộp cỡ lớn với nhiều hương vị
  - Bột mì
  - Đường
  - Đường isomalt dành cho người ăn kiêng và béo phì.
  - Trứng
  - Kem, bơ...
  - Sữa chua, sữa tươi, sữa đặc, nước cốt dừa, ca cao, si-rô tạo vị.
  - Các loại cafe hoà tan, cafe nguyên chất
  - Nguyên vật liệu phụ : chất tạo màu, hương liệu...
- + Nguyên Liệu:
  - Lady finger(Phần Bánh): egg, icing sugar, flour....
  - cream(Phần Kem): egg, icing sugar, mascarpone, whipping cream, vanilla essence.....
- + Các Bước Thực Hiện:
  - Lady finger(Phần Bánh):
    - B1: Đánh lòng trắng bông lên với đường
    - B2: Sau đó đánh lòng đỏ cho mịn rồi trộn vào lòng trắng đã đánh bông
    - B3: Sau cùng rây bột vào và dùng phới lồng trộn fold in cho đều để hỗn hợp mịn mượt ko lợn cợn bột là được.
    - B4: Làm nóng lò trước 10p và nướng bánh ở nhiệt độ 180 khoảng 20 phút



- cream(Phần Kem):

B1: Đánh cách thủy lòng đỏ trứng với đường đến khi bông trắng

B2: Đánh bông kem tươi và cho phô mai kem tươi vào trộn đều

B3: Sau đó trộn lòng đỏ trứng vào hỗn hợp kem

B4: Hòa tan café với rượu Rum.

#### **IV. Kế Hoạch Nhân Sự**

##### **- Quản lý:**

- + Người sẽ giữ vai trò tìm hiểu xu hướng sở thích các loại bánh của mọi người (đặc biệt học sinh, sinh viên), đưa ra các chính sách phù hợp cho việc bán hàng, cải thiện sản phẩm cho phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng.
- +Đảm bảo đủ số lượng và chất lượng nhân sự cửa hàng đáp ứng các tiêu chuẩn.
- +Quản lý chất lượng về cơ sở vật chất, nguyên vật liệu, thành phẩm.
- +Chịu áp lực tốt, có am hiểu về thị trường và nhu cầu tiêu dùng.

##### **-Bán hàng:**

- + **Phục vụ** : gồm 3 người đảm nhận nhiệm vụ bưng bê, phục vụ, trong quán, giữ xe (trong thời gian rảnh có thể thu thập ý kiến của khách hàng).
  - Biết cách ứng xử linh hoạt trước khách hàng.
  - Hiểu sở thích và đưa ra những lời khuyên bổ ích để khách hàng dễ dàng lựa chọn thực đơn.
- + **Đầu bếp**: gồm 2 người sẽ đảm nhận nhiệm vụ sản xuất bánh.
  - Tuân thủ các tiêu chuẩn quản lý chất lượng về cơ sở vật chất, nguyên vật liệu, thành phẩm.
  - Cần phải có đam mê về chế biến, khả năng thích ứng tốt trước những thay đổi về quy trình chế biến.

##### **- Phân phối và quảng cáo.**

- + **Shipper** : gồm 1 người nghiêm túc với công việc, thân thiện trước khách hàng.
- **Thu Ngân & Quảng cáo**

- Gồm 1 người đảm nhận nhiệm vụ giới thiệu sản phẩm đến cho mọi người thông qua hình thức trực tiếp và trực tuyến.
- Tư vấn sản phẩm cho khách hàng dựa trên sự am hiểu về nhu cầu và sản phẩm
- Điều phối triển khai chương trình marketing tại cửa hàng
- Khả năng giao tiếp tốt trước mọi người.
- Đảm nhiệm công việc nhận đơn hàng online từ khách hàng
- Tính tiền

## **V. Kế Hoạch Tiếp Thị**

### **- Chiến Lược Marketing**

- Đối tượng hướng đến: Mọi lứa tuổi không phân biệt giới tính

#### **- Hình thức:**

- + Tiếp thị trực tiếp: trong lớp, khoa → trường, ktx → phạm vi ngoài trường học.
- + Sử dụng mạng xã hội: facebook, zalo....
- + In và phát tờ rơi.
- + Lan truyền miệng thông qua bạn bè và người thân.
- + Cho khách hàng dùng thử sản phẩm khi khai trương.
- + Tạo thẻ thành viên cho khách hàng thân thiện
- + Tạo các chương trình khuyến mãi nhân các dịp lễ...

#### **- Tinh thần:**

- + Không lôi kéo khách hàng.
- + Hạn chế chi phí quảng cáo nhưng đảm bảo đưa thông tin đến khách hàng sớm nhất
- + Quảng cáo dựa trên tính xác thực của sản phẩm.
- + Cạnh tranh công bằng

#### **- Chiến Lược Kinh Doanh**

- Trên cơ sở phân tích mục tiêu và thông tin thu thập từ thị trường của hàng đưa ra một số chiến lược kinh doanh như sau:
- liên kết với các nhà cung cấp lớn để tạo ưu thế về nguồn nguyên liệu;
- Đưa ra nhiều chương trình khuyến mãi nhằm thu hút khách hàng;
- Đào tạo nhân viên chuyên nghiệp;

– Luôn đưa vào những sản phẩm mới với hương vị hấp dẫn, nhiều hình dạng ngộ nghĩnh nhằm thu hút khách hàng.

## **1. Chiến lược giá**

Cửa hàng chúng tôi sẽ cung cấp nhiều loại sản phẩm đa dạng về chủng loại với nhiều mức giá khác nhau dành cho mọi đối tượng khách hàng từ người có thu nhập thấp đến người có thu nhập cao, từ công nhân, học sinh, sinh viên đến các doanh nhân, công nhân viên... phù hợp với mọi lứa tuổi.

## **2. Chiến lược chung cho cửa hàng**

Đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào nói chung và một dự án kinh nói riêng thì marketing đóng vai trò vô cùng quan trọng để doanh nghiệp cũng như một dự án có thể thành công. Hoạt động Marketing là việc chúng ta bỏ ra chi phí về tài chính cũng như nguồn lực để mang lại hiệu quả tốt hơn trong việc kinh doanh, hiệu quả đó được thể hiện như là sức cầu của người tiêu dùng sẽ tăng lên, khách hàng sẽ biết đến sản phẩm dịch vụ của ta nhiều hơn, để từ đó tạo ra một hình ảnh về doanh nghiệp trong bộ nhớ của khách hàng. Khách hàng sẽ nghĩ đến sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp mình khi có nhu cầu sử dụng sản phẩm dịch vụ của ta. Như vậy chiến lược chung Marketing là một hệ thống những chính sách và các biện pháp nhằm triển khai và phối hợp những mũi nhọn marketing để đạt được mục tiêu của doanh nghiệp một cách hiệu quả nhất. Để có một chiến lược marketing đạt hiệu quả cao thì việc đầu tiên ta phải hoạch định chiến lược marketing một cách cụ thể rõ ràng và khoa học phù hợp với mục tiêu của dự án cũng như mục tiêu chiến lược mà doanh nghiệp hay cửa hàng đã đề ra.

## VI. Kế Hoạch Tài Chính

Chi phí đầu tư ban đầu (VNĐ)				
STT	Khoản mục	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
1	Giấy phép đăng ký kinh doanh	1	500,000	500,000
2	Mặt bằng kinh doanh (Đặt cọc)	1	5,000,000	5,000,000
3	Trang trí quán		10,000,000	10,000,000
4	Biên hiệu	1	2,000,000	2,000,000
5	Bát, Chén, đĩa, thìa, khăn giấy		10,000,000	10,000,000
6	Oven	2	2,500,000	5,000,000
7	Bếp gas, bếp điện		800,000	1,600,000
9	Nồi	3	100,000	300,000
9	Hand Mixer	2	500,000	1,000,000
10	Xe đẩy	1	500,000	500,000
11	Đèn, điện, quạt, tủ lạnh		10,000,000	10,000,000
12	Standard Mixer	1	4,500,000	4,500,000
13	Thiết kế menu	1	50,000	50,000
14	Máy nghiền bột	1	1,000,000	1,000,000
16	Hộp đựng bánh	200	5,000	1,000,000
17	Đầu tư bàn ghế nhỏ (ngồi 4 người)	6	500,000	3,000,000
18	Bàn dài cho khách 1 nhóm ngồi	4	700,000	2,800,000
19	Đồng phục cho nhân viên	6	100,000	600,000
20	Chi phí quảng cáo ban đầu		3,000,000	3,000,000
21	Và một số vật dụng khác		300,000	300,000
<b>Tổng</b>				<b>62,150,000</b>

Chi phí hoạt động hàng tháng				
STT	Khoản mục	Số lượng	Đơn Giá	Thành tiền
1	Tiền thuê	2	300,000	600,000
2	Thuê mặt bằng	1	3,500,000	3,500,000
3	Tiền lương	4	5,000,000	20,000,000
4	Tiền điện	1	1,000,000	1,000,000
5	Tiền nước	1	2,000,000	2,000,000
6	Gas	2	300,000	600,000
7	Điện thoại	1	600,000	600,000
8	Shipper	500	10,000	5,000,000
9	Marketing (Quảng cáo, tờ rơi...)		3,000,000	3,000,000
10	Chi phí phát sinh khác:			2,000,000
	Vật dụng bể, dụng cụ bị hư, sửa điện			300,000
<b>Tổng</b>				<b>38,600,000</b>

Chi phí nguyên liệu hàng tháng (VNĐ)				
STT	Khoản mục	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
1	Mascarpone	20 kg	180.000/kg	3,600,000
2	Cream cheese	20 kg	200.000/kg	4,000,000
3	Icing sugar	10 kg	45.000/kg	450,000
5	Vanilla essence	50 hộp	90.000/hộp	4,500,000
6	Milk	30 hộp	40.000/hộp	1,200,000
7	Topping cream	10 kg	110.000/kg	1,100,000
9	Flour	10 kg	180.000/kg	1,800,000
10	Butter	10 kg	180.000/kg	1,800,000
11	Egg	1000 trứng	1800/ kg	1,800,000
12	Brown sugar	5 hộp	300.000/hộp	1,500,000
14	Hộp bánh ,bao ni lông, dụng cụ bổ sung			500,000
16	Tỏi, hành	10 Kg	60.000/kg	600,000
17	Dầu	7 can	204.000/can	1,428,000
19	Gia vị		500,000	500,000
20	Sa tế	20 lọ	30.000/ lọ	600,000
Tổng cộng				25,378,000

Doanh thu hàng tháng				
STT	Tên	Số lượng	Giá bán	Doanh thu
1	Tiramisu	1500	20,000	30,000,000
2	Snow white	2500	15,000	37,500,000
3	Banana Bread	2000	17,000	34,000,000
4	Cheese Tart	1500	20,000	30,000,000
5	Brownie	2000	15,000	30,000,000
Tổng				161,500,000

Bảng tổng kết doanh thu - chi phí - Lợi nhuận						
Tháng	Khoản mục	Doanh thu	Chi phí		Lợi nhuận	LN tích lũy
			CP hoạt động	CP NVL		
1	Doanh thu chưa nhiều do chưa nhiều người biết đến	161,500,000	38,600,000	25,378,000	97,522,000	35,872,000
2	Giả định kinh doanh như tháng trước	161,500,000	38,600,000	25,378,000	97,522,000	35,872,000
3	Giả định tăng 10% số lượng bánh	134,500,000	38,600,000	25,378,000	70,522,000	8,872,000
4	Giả định tăng giá 5% NVL tăng 5%	141,225,000	38,600,000	26,646,900	75,978,100	14,328,100
5	Giả định kinh doanh như tháng trước	148,286,250	38,600,000	26,646,900	83,039,350	21,389,350
6	Giả định số lượng khách giảm 5% do sinh viên nghỉ hè	140,871,938	38,600,000	26,646,900	75,625,038	13,975,038
7	Giả định số lượng khách giảm 10% do vào mùa nóng	126,784,744	38,600,000	26,646,900	61,537,844	-112,156
8	Giả định số lượng khách tăng lên 5% do sinh viên nhập học	133,123,981	38,600,000	26,646,900	67,877,081	6,227,081
9	Giả định bỏ tiền bổ sung bát chén bể, dụng cụ hư hỏng	133,123,981	40,100,000	26,646,900	66,377,081	4,727,081
10	Giả định tháng bán đắt do vào dịp lễ đặc biệt khách mua làm quà	139,780,180	40,100,000	26,646,900	73,033,280	11,383,280
11	Giả định kinh doanh như tháng trước	139,780,180	40,100,000	26,646,900	73,033,280	11,383,280
12	Giả định gần cuối năm nên lượng khách tăng lên 10%	153,758,198	40,100,000	26,646,900	87,011,298	25,361,298
13	Giả định đầu năm nên lượng khách giảm 10%	138,382,378	40,100,000	26,646,900	71,635,478	9,985,478
14	Giả định lượng khách tăng do thêm dịch vụ giao hàng	152,220,616	40,100,000	26,646,900	85,473,716	23,823,716
15	Giả định tăng thêm dịch vụ marketing	152,220,616	40,300,000	26,646,900	85,273,716	23,623,716
16	Giả định khách tăng lên nhờ dịch vụ marketing	167,442,678	40,300,000	26,646,900	100,495,778	38,845,778
17	Giả định tăng lương cho nhân viên	167,442,678	41,100,000	26,646,900	99,695,778	38,045,778
18	Giả định tăng giá 5%, nguyên vật liệu tăng 5%	175,814,811	41,100,000	27,979,245	106,735,566	45,085,566
19	Giả định bỏ thêm tiền trang trí quán và sửa chữa	175,814,811	43,100,000	27,979,245	104,735,566	43,085,566
20	Giả định lượng khách tăng nhờ trang trí lại quán bắt mắt	193,396,293	43,100,000	27,979,245	122,317,048	60,667,048



21	Giả định doanh thu tăng do nhiều người biết đến	222,405,737	43,100,000	27,979,245	151,326,492	89,676,492
22	Giả định doanh thu giảm do các quán khác cạnh tranh	211,285,450	43,100,000	27,979,245	140,206,205	78,556,205
23	Giả định doanh thu tăng nhờ thêm loại bánh mới	221,849,722	43,100,000	27,979,245	150,770,477	89,120,477
24	Giả định kinh doanh như tháng trước	221,849,722	43,100,000	27,979,245	150,770,477	89,120,477
25	Giả định hàng bị tồn đọng nhiều	221,849,722	43,100,000	28,579,245	150,170,477	88,520,477
26	Giả định kinh doanh như tháng trước	221,849,722	43,100,000	28,579,245	150,170,477	88,520,477
27	Giả định tiền điện nước tăng	221,849,722	43,400,000	28,579,245	149,870,477	88,220,477
28	Giả định lượng khách tăng 15% do trong tháng có ngày lễ lớn	255,127,181	43,400,000	28,579,245	183,147,936	121,497,936
29	Giả định lượng khách học sinh tăng nhờ vào những ngày nghỉ hè	280,639,899	43,400,000	28,579,245	208,660,654	147,010,654
30	Giả định kinh doanh như tháng trước	280,639,899	43,400,000	28,579,245	208,660,654	147,010,654
31	Giả định bị thêm phí thuê vỉa hè	280,639,899	43,400,000	28,579,245	208,660,654	147,010,654
32	Giả định lượng khách tăng do sinh viên nhập học	294,671,893	43,400,000	28,579,245	222,692,648	161,042,648
33	Giả định thuê thêm 2 nhân viên do lượng khách tăng 10%	324,139,083	43,400,000	28,579,245	252,159,838	190,509,838
34	Giả định phát sinh thêm đồng phục nhân viên, bát, dụng cụ	324,139,083	43,400,000	28,579,245	252,159,838	190,509,838
35	Giả định tăng nguyên vật liệu 5%	324,139,083	43,400,000	28,979,245	251,759,838	190,109,838
36	Giả định lượng khách giảm 5% do nhiều quán cạnh tranh	307,932,129	43,400,000	28,979,245	235,552,884	173,902,884

## **VII. Kế Hoạch Rủi Ro, Rút Lui**

### **- Rủi ro trong kinh doanh:**

+ Những rủi ro trong kinh doanh:

- Đối thủ: xuất hiện nhiều quán mới tương tự.
- Nguồn cung cấp: Giá nguyên liệu tăng cao, nguồn nguyên liệu có vấn đề không đảm bảo chất lượng.
- Vận chuyển: giao thông phức tạp nên sẽ gặp rất nhiều sự cố kẹt xe, xe hư hỏng.
- Thời gian kinh doanh: bán vào mùa thời tiết khó khăn và thấp điểm.
- Cạnh tranh trong lĩnh vực này là rất cao, đòi hỏi chủ quán phải năng động, thích nghi kịp thời với mọi nhu cầu thay đổi của khách hàng, đưa ra chiến lược cạnh tranh thích hợp.
- Giá cả thị trường luôn biến động, cần đề xuất các biện pháp đối phó kịp thời.

+ **Biện pháp khắc phục:**

- Đối thủ: có nhiều chương trình ưu đãi, thẻ thành viên hay thẻ tích điểm thường xuyên để thu hút.
- Nguồn cung cấp: kiểm tra kỹ nguyên liệu trước và sau khi đặt hàng, phải đảm bảo chất lượng, tìm hiểu thêm những nơi có giá nguồn nguyên liệu ổn định hơn.

- Vận chuyển: khắc phục các trường hợp xấu nhất một cách tối đa hoặc mở thêm dịch vụ vận chuyển nhanh.
- Đơn hàng: kiểm tra kỹ lưỡng trước khi chốt đơn hàng.
- Thời gian kinh doanh: bán trên các kênh mạng xã hội để kiếm thêm đơn hàng nhiều hơn.

### **- Kế Hoạch Rút Lui :**

Đây là một dự án có khả năng thực thi cao nên khả năng thua lỗ rất thấp thực hiện rút lui qua 3 giai đoạn:

Giai Đoạn 1: Trong vòng 3 tháng khảo sát số lượng đặt hàng của khách hàng biến động như thế nào nếu thuận lợi thì thực hiện tiếp Giai đoạn 2. Nếu không thực lợi thì không thực hiện giai đoạn 2 thua lỗ thấp và tiếp tục khảo sát địa điểm khác.

Giai Đoạn 2:

- + Bán hết các dụng cụ và nội thất trong quán.
- + Trả lại mặt bằng.
- + Cho các chương trình khuyến mãi để giải quyết nguồn tồn.
- + Chuyển nhượng kinh doanh cho người nào muốn (nếu có).

Giai Đoạn 3:

- + Sang nhượng công ty
- + Tìm giám đốc mới phù hợp với khả năng tài chính của công ty

## VIII. Định Hướng Và Giải Pháp

### - Giải pháp:

Môi trường kinh tế ngày càng nhiều biến động, hội nhập mang lại nhiều cơ hội kinh doanh mới, những luồng văn hóa mới, nhu cầu giải trí-thư giãn của con người ngày càng tăng cao, song song với nó là nhiều dịch vụ giải trí khác nhau cũng phát triển mạnh mẽ.

F5-Refresh không chỉ đơn thuần là phục vụ nhu cầu ăn uống của con người mà còn đi kèm đó là những dịch vụ giải trí, thư giãn, nghỉ ngơi sau những giờ làm việc căng thẳng hoặc sau những giờ học mệt mỏi, những lúc chia sẻ cảm xúc vui, buồn cùng bạn bè...

Đến với **F5-Refresh** bạn không chỉ đến để ngồi nghe nhạc thưởng thức những chiếc bánh ngọt nóng hổi vừa mới ra lò mà còn có khu vực cho bạn tự tay làm những chiếc bánh hình ngộ nghĩnh đáng yêu để tặng những người thân yêu của mình. Còn gì tuyệt vời hơn là những chiếc bánh do chính tay bạn làm phải không? Cửa hàng của chúng tôi sẽ đáp ứng tất cả nhu cầu đó của các bạn trẻ. Vì vậy, mục tiêu quán hướng đến đó là:

- Sản phẩm phong phú, đa dạng, đội ngũ nhân viên phục vụ trẻ trung, chuyên nghiệp, luôn luôn nở nụ cười với thực khách, cùng phong cách phục vụ chuyên nghiệp sẽ mang lại cho bạn một cảm giác thật gần gũi và ấm cúng...
- Cửa hàng sẽ là nơi ăn uống ,thư giãn của mọi khách hàng, là nơi gặp gỡ giao lưu bạn bè thú vị sau những những khoảng thời gian mệt mỏi.
- Tối đa hoá sự hài lòng của khách hàng
- Lượng khách hàng tiềm năng luôn mong muốn sự thoải mái, thư giãn sau những giờ làm việc căng thẳng, giữa guồng quay của sự phát triển chóng mặt ở khu vực làng đại học.

### - Giải pháp:

- + Giảm giá mạnh để giải quyết hàng tồn đọng.
- + Nhờ người quen mua ủng hộ.
- + Ngưng kinh doanh, bán các thiết bị lại cho các quán khác.

# Đánh Giá Tổng Quan Dự Án

## Độ Thiết Thực Và Khả Năng Thực Thi

### Độ Thiết Thực

- Đây là sản phẩm phù hợp với mọi lứa tuổi, thu hút được nhiều khách hàng quan tâm, thị trường rộng và nhiều tiềm năng

### Khả Năng Thực Thi

- Chi phí đầu tư thấp phù hợp cho sinh viên khởi nghiệp, cách chế biến sản phẩm dễ, là sản phẩm gần gũi với mọi người nên dễ tiếp cận thị trường chi phí quản cáo ít

### Tính Kinh Tế

- Sản phẩm có giá thành thấp chi phí đầu tư ít lợi nhuận cao khả năng phát triển nhiều tiềm năng

## Tiêu Chí Đánh Giá

