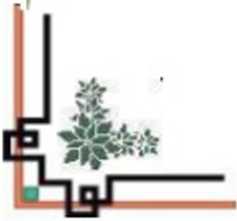
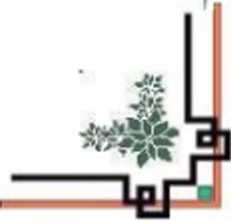
C:\Users\Dell\Downloads\media\image6.jpegimage5image8

**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**





image6

C:\Users\Dell\Downloads\media\image5.jpeg

**Thành Viên Thực Hiện Nhóm F5:**

**Họ Và Tên MSSV**

**Nguyễn Thị Thục Trinh 17521164**

**Võ Nhật Bảo 17520277**

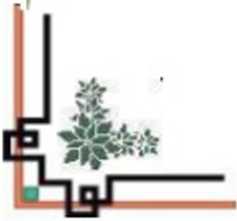
**Võ Hoài Phương 17520932**

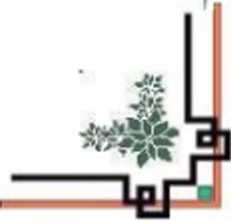
**Nguyễn Hoàng Vũ 17521273**

**Nguyễn Xuân Bình 16521603**

**Phan Hoài Khôi Nguyên 17520829**

**Thái Huy Hoàng 16520488**





**TP Hồ Chi Minh, ngày 1 Tháng 5 năm 2018**



1. **Tổng Quan Dự Án Kinh Doanh**
2. **Thông Tin Thị Trường**
3. **Kế Hoạch Sản Xuất**
4. **Kế Hoạch Nhân Sự**
5. **Kế Hoạch Tiếp Thị**
6. **Kế Hoạch Tài Chính**
7. **Kế Hoạch Rũi Ro và Rút Lui**
8. **Định Hướng Và Giải Pháp**

**Mục Lục**

C:\Users\Dell\Downloads\media\image6.jpegC:\Users\Dell\Downloads\media\image6.jpeg

**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 mốt 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 ngay 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**

1. **Tổng Quan Dự Án**

Theo sở thích ăn uốn 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 phụ hợp với sinh viên, chúng tôi tạo nên sự khác biệt.

1. **Thông Tin Thị Trường**

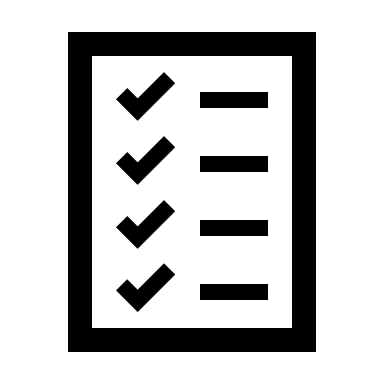
**Nghe ngóng và Tìm hiểu:** bánh ngọt với nhiều hương vị khác nhau là nhu cầu không thể thiếu của tất cả người dân hiện nay. Bánh ngọt bây giờ được nhiều làm đồ ăn nhẹ cho bữa sáng, vì vậy có thể nói đây là một sản phẩm tiềm năng.. Cửa hàng sẽ những đáp ứng nhu cầu cao của khách hàng đặc biệt là giới 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 ngơi, vì vậy một cửa hàng bánh ngọt F5-Refresh sẽ đáp ứng được nhu cầu thư giãn hàng ngày trong những bộn bề của cuộc sống.



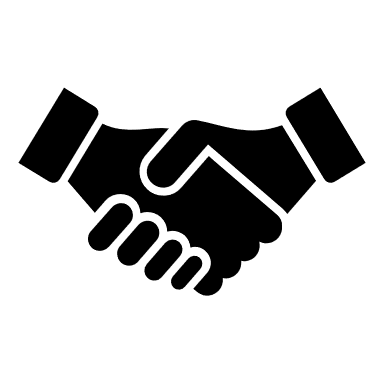
**Tìm Kiếm Địa Điểm: +**Theo thống kê từ wiki cho thấy rằng làng đại học có khoảng 65.000 sinh viên là một nơi đầy tiềm năng phát triển và buôn bán và hiện nay ở làng đại học chưa thấy tiệm bánh bakery nào giống dự án chúng tôi thực hiện nên đặt vị trí tiệm bánh ở đây hoàn toàn hợp lí.

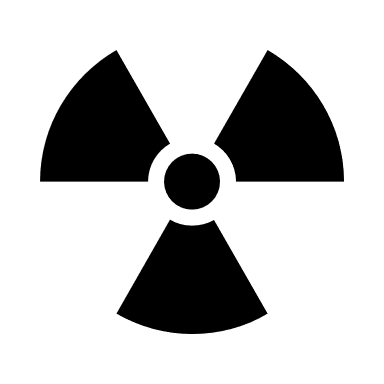


+ Chúng tôi sẽ là người dẫn đầu trong lĩnh vực này và sẽ là chuỗi cửa hàng đầu tiên kinh doanh về bánh ngọt nên sẽ thuận tiện hơn cũng như ít lo ngại về đối thủ cạnh tranh

+ Làng đại học là một nên đầy tiềm năng vì đây có rất đông đảo sinh viên nhu cầu ăn uốn 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 tự 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.

**  
 S**(Điểm mạnh):

**SWOT**

- Sản phẩm mới lạ đọc đáo, giá thành rẽ.

- 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

1. **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 mối nguyên liệu nên giá thành rẽ

* 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 đc hỗn hợp mịn mượt ko lợn cợn bột là được.

B4: Làm nóng lo 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 đò trứng vào hỗn hợp kem

B4: Hòa tan café với rượi Rum.

1. **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 dung.

**-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 hang
    - Tính tiền

1. **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 diệp lễ…

-Tinh thần:

+ Không lối 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 sỏ 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 đẻ 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 nghính 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.

1. **Chiến lược chung cho cửa hàng**

Đối với bất kì 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.

1. **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 | Biển hiệu | 1 | 2,000,000 | 2,000,000 |
| 5 | Bát, Chén , đĩa , dĩa , 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 |
| **Tổng** | |  |  | 62,150,000 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Chi phí hoạt động hàng tháng** | | | | |
| **STT** | **Khoản mục** | **Số lượng** | **Đơn Giá** | **Thành tiền** |
| 1 | Tiền thuế | 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 |
| **Tổng** | |  |  | 38,600,000 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 luỹ** |
| **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 |

1. **Kế Hoạch Rũi 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, đua ra chiến lược canh trạnh thích hợp.

• Giá cả thị trường luôn biến động, cần đề xuát 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 kĩ 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 phụ các trường hợp xấu nhất một cách tối đa hoặc mở thêm dịch vụ vận chuyển nhanh.
    - Đơn hàng: kiểm tra kĩ 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

1. **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 ngay 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 gõ 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**

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

**- Chi phí đầu tư thấp phù hơp 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**

**- 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**

**Độ Thiết Thực**

**Tính Kinh Tế**

**Khả Năng Thực Thi**

**Độ Thiết Thực Và Khả Năng Thực Thi**

**Tiêu Chí Đánh Giá**