

TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



DỰ ÁN TỐT NGHIỆP

TÊN DỰ ÁN: Dự án khởi nghiệp cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

- Người hướng dẫn : ThS Lê Quỳnh Anh
- Họ và tên sinh viên: Nguyễn Văn Hoàng
- Mã sinh viên : 1454010093
- Lớp : Quản Trị Kinh Doanh Tổng Hợp 14-01

Hà Nội, tháng 5/2024

TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



DỰ ÁN TỐT NGHIỆP

TÊN DỰ ÁN: Dự án khởi nghiệp cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

- Người hướng dẫn : ThS Lê Quỳnh Anh
- Họ và tên sinh viên: Nguyễn Văn Hoàng
- Mã sinh viên : 1454010093
- Lớp : Quản Trị Kinh Doanh Tổng Hợp 14-01

Hà Nội, tháng 5/2024

Lời Cam Đoan

Tôi xin cam đoan rằng dự án này là kết quả nghiên cứu và làm việc của riêng tôi, được thực hiện dưới sự hướng dẫn của Cô Lê Quỳnh Anh. Mọi thông tin, dữ liệu và tài liệu tham khảo được sử dụng trong dự án đều được trích dẫn rõ ràng và trung thực, tuân thủ các quy định về bản quyền và sở hữu trí tuệ.

Tôi xin khẳng định rằng toàn bộ nội dung của dự án này chưa từng được nộp để xét duyệt tại bất kỳ cơ sở giáo dục hay tổ chức nào khác. Mọi kết quả nghiên cứu và phân tích trong dự án đều dựa trên cơ sở khoa học, thực tiễn và có kiểm chứng.

Tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính trung thực và chính xác của nội dung dự án. Nếu có bất kỳ sai sót hoặc vi phạm nào được phát hiện, tôi xin chịu mọi hình thức kỷ luật theo quy định của Trường Đại học Đại Nam.

Tôi xin chân thành cảm ơn Cô Lê Quỳnh Anh, Thầy Cô trong khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Đại Nam, cùng gia đình và bạn bè đã hỗ trợ và đồng hành cùng tôi trong quá trình thực hiện dự án này.

Lời Cảm ơn

Trong quá trình thực hiện dự án về dự án khởi nghiệp cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp, tôi đã nhận được sự giúp đỡ và hỗ trợ quý báu từ Cô Lê Quỳnh Anh và thầy cô trong khoa Quản trị kinh doanh Đại học Đại Nam. Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến tất cả những người đã góp phần vào sự thành công của dự án này.

Trước tiên, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các thầy cô trong khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Đại Nam, đã truyền đạt kiến thức, kinh nghiệm và động viên tôi trong suốt quá trình học tập và nghiên cứu. Đặc biệt, tôi xin cảm ơn Cô Lê Quỳnh Anh, người đã tận tình hướng dẫn, góp ý và hỗ trợ tôi trong suốt quá trình thực hiện dự án này.

Tôi cũng xin chân thành cảm ơn các chuyên gia và các anh chị trong ngành chăm sóc giày da và đồ da cao cấp đã chia sẻ kinh nghiệm thực tế và cung cấp những thông tin quan trọng để tôi có thể hoàn thành nghiên cứu một cách đầy đủ và chính xác nhất. Sự giúp đỡ và hỗ trợ từ các anh chị đã giúp tôi hiểu rõ hơn về ngành nghề và thị trường mục tiêu của dự án.

Tôi xin cảm ơn gia đình và bạn bè, những người đã luôn ở bên, động viên và hỗ trợ tinh thần cho tôi trong suốt thời gian qua. Sự ủng hộ vô điều kiện của gia đình và bạn bè đã là nguồn động lực to lớn giúp tôi vượt qua những khó khăn và thử thách trong quá trình thực hiện dự án.

Cuối cùng, tôi xin cảm ơn tất cả mọi người đã dành thời gian quan tâm và đóng góp ý kiến cho dự án này. Những ý kiến đóng góp của mọi người sẽ là nguồn tư liệu quý giá giúp tôi hoàn thiện hơn nữa trong những nghiên cứu và dự án sau này.

Một lần nữa, Tôi xin chân thành cảm ơn tất cả!

Mục Lục

Lời mở đầu.....	1
Phần 1 Giới thiệu về dự án kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp.....	2
I. Giới thiệu về ý tưởng kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp.....	2
II. Lí do chọn kế hoạch kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp.....	2
III. Mục tiêu của kế hoạch kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp ..	3
IV. Sự khác biệt đem lại thành công cho kế hoạch kinh doanh	3
Phần II. Nội dung kế hoạch kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp	5
Chương 1 Giới thiệu về ý tưởng kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp	5
I. Tổng quan về nội dung kế hoạch kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp.....	5
II. Tóm tắt và giới thiệu sơ lược về cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp.....	6
III. Phân tích thị trường:.....	9
1 Tổng quan thị trường	9
2 Thị trường mục tiêu và chân dung khách hàng.	11
3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự tăng trưởng và suy thoái của ngành:	18
Chương 2 Lập kế hoạch Marketing cho cửa hàng Mize-Leather care expert.....	26
I. Chiến lược sản phẩm (product)	26
II. Chiến lược giá (Price)	35
III. Chiến lược về địa điểm, phân phối(Place)	46
IV. Chiến lược tiếp thị, quảng bá (Promotion)	47
Chương 3 Lập Kế Hoạch Nguồn Nhân Sự	50
I. Cơ cấu tổ chức	50
II. Mô tả công việc và yêu cầu	50
III. Kế hoạch tuyển dụng.....	55
IV. Chi Phí nhân sự	56
Chương 4 Lập kế hoạch tài chính cho cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp.....	58
I. Nguồn vốn của cửa hàng Mize-Leather care Expert	58
II. Chi phí của cửa hàng Mize-Leather care Expert	58
III. Dự báo doanh thu của cửa hàng Mize-Leather care Expert	59
IV. Đánh giá hiệu quả kinh doanh, tài chính của cửa hàng Mize-Leather care Expert	63

I. Xác định những rủi ro tiềm ẩn có thể xảy ra với cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp.....	64
II. Đánh giá rủi ro.....	65
III. Biện pháp quản lý rủi ro.....	65
Chương 6: Đánh giá tính khả thi và hiệu quả của kế hoạch kinh doanh	69
Phần III Thực hiện kế hoạch kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp	72
I. Chiến Lược Chung.....	72
II. Lộ trình thực hiện kế hoạch kinh doanh	72
Kết luận	75
Tài Liệu Tham Khảo	77

Danh mục bảng biểu

Bảng 1.1 So sánh khả năng cạnh tranh của Mize-Leather care Expert và Gazano	18
Bảng 1.2 Thống kê tỉ lệ đóng góp vào GRDP của từng ngành tại Hà Nội	22
Bảng 2.1 Danh mục sản phẩm, dịch vụ kinh doanh tại cửa hàng.....	32
Bảng 2.2 So sánh sản phẩm chăm sóc da của Anh và Pháp	34
Bảng 2.3 Bộ câu hỏi khảo sát nhu cầu khách hàng.	36
Bảng 2.4 Kết quả khảo sát nhu cầu khách hàng dựa trên 500 người tham gia khảo sát.	37
Bảng 2.5 Bảng báo giá từng sản phẩm, dịch vụ kinh doanh.....	45
Bảng 4.1 Bảng kế hoạch chi phí	59
Bảng 6.1 Bảng đánh giá SWOT.....	69

Danh Mục Hình Ảnh

Hình 1.1 Logo thương hiệu	8
Hình 1.2 Bộ nhận diện thương hiệu.....	8
Hình 1.3 Chỉ tiêu của người dùng Việt Nam 2023	13
Hình 1.4 So sánh tăng trưởng với GDP bình quân đầu người của một quốc gia.....	20
Hình 1.5 Tăng trưởng GRDP Hà Nội và TP.HCM	22
Hình 2.1 Logo Thương hiệu.....	26
Hình 2.2 Giá nhập và giá bán thực tế của từng sản phẩm.....	46
Hình 3.1 Cơ cấu tổ chức của cửa hàng.....	50
Hình 4.1 Dự kiến doanh thu hàng tháng của cửa hàng	61
Hình 4.2 Kế hoạch chi phí dự phòng và phát triển.....	62
Hình 4.3 Kế hoạch dòng tiền dự kiến năm 1	62
Hình 4.4 Kế hoạch dòng tiền dự kiến năm 2	62
Hình 4.5 Kế hoạch dòng tiền dự kiến năm 3	63
Hình 4.6 Kế hoạch dòng tiền dự kiến năm 4	63
Hình 4.7 Kế hoạch dòng tiền dự kiến năm 5	63
Hình 4.8 Thời gian hoàn vốn dự kiến.....	57
Hình 5.1 Bảng đánh giá mức độ rủi ro	65

Lời mở đầu

Trong xã hội hiện đại, việc chăm sóc và bảo dưỡng các sản phẩm từ da ngày càng trở nên quan trọng và được nhiều người quan tâm. Giày da, túi xách da và các phụ kiện da không chỉ đơn thuần là những vật dụng hàng ngày mà còn là biểu tượng của phong cách và đẳng cấp cá nhân. Tuy nhiên, việc duy trì và bảo quản các sản phẩm này luôn là một thách thức đối với người sử dụng.

Nhận thấy nhu cầu này, tôi quyết định khởi nghiệp với dự án mở cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp. Dự án không chỉ nhằm cung cấp các dịch vụ chất lượng cao để bảo dưỡng và làm mới sản phẩm da, mà còn mong muốn tạo ra một không gian nơi khách hàng có thể trải nghiệm sự tận tâm, chuyên nghiệp và uy tín trong từng dịch vụ.

Bài dự án này sẽ trình bày chi tiết về dự án khởi nghiệp, bao gồm phân tích thị trường, chiến lược kinh doanh, kế hoạch tài chính và dự báo doanh thu. Tôi tin rằng với sự chuẩn bị kỹ lưỡng, chiến lược rõ ràng và đam mê đối với nghề, dự án này sẽ không chỉ mang lại lợi nhuận kinh tế mà còn góp phần nâng cao nhận thức về việc chăm sóc và bảo quản các sản phẩm da trong cộng đồng.

Hy vọng rằng dự án này sẽ cung cấp những thông tin hữu ích, những phân tích sâu sắc và các khuyến nghị thực tế cho những ai đang quan tâm đến lĩnh vực chăm sóc giày da và đồ da cao cấp, cũng như những nhà đầu tư tiềm năng và các đối tác kinh doanh trong tương lai.

Phần 1 Giới thiệu về dự án kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

I. Giới thiệu về ý tưởng kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

Trong xã hội hiện đại, việc chăm sóc và bảo dưỡng các sản phẩm từ da ngày càng trở nên quan trọng và được nhiều người quan tâm. Giày da, túi xách da và các phụ kiện da không chỉ đơn thuần là những vật dụng hàng ngày mà còn là biểu tượng của phong cách và đẳng cấp cá nhân. Tuy nhiên, việc duy trì và bảo quản các sản phẩm này luôn là một thách thức đối với người sử dụng.

Nhận thấy nhu cầu này, tôi quyết định khởi nghiệp với dự án mở cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp. Dự án không chỉ nhằm cung cấp các dịch vụ chất lượng cao để bảo dưỡng và làm mới sản phẩm da, mà còn mong muốn tạo ra một không gian nơi khách hàng có thể trải nghiệm sự tận tâm, chuyên nghiệp và uy tín trong từng dịch vụ.

II. Lí do chọn kế hoạch kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

- Vài năm gần đây, công nghệ spa đã trở thành ngành công nghiệp phát triển nhanh nhất toàn cầu. Ngoài ra, còn được mệnh danh là ngành công nghiệp trị giá tiền tỷ đô la trên thế giới và được dự đoán sẽ còn tiếp tục phát triển mạnh trong tương lai, nhất là ở thị trường Châu Á. Khách hàng ngày càng có kiến thức hơn trong việc làm đẹp, do đó nhu cầu làm đẹp và yêu cầu trong chất lượng dịch vụ cũng ngày càng cao.

- Hiện nay, tại Việt Nam, kinh doanh spa dần trở thành một ngành kinh doanh thời thượng với ngày càng nhiều spa xuất hiện tại các thành phố lớn nhưng vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu thực tế của khách hàng đang gia tăng với tốc độ chóng mặt. Đó là bởi nhận thức người Việt về spa và làm đẹp tại spa đã dần dần thay đổi. Từ việc coi spa là một điểm đến xa xỉ, giờ đây, làm đẹp da tại spa. Hiện nay spa không chỉ dành cho người mà còn là những sản phẩm, phụ kiện đi kèm như đồng hồ túi xách giày dép. Nhu cầu xài hàng xa xỉ phẩm ngày càng tăng cao nên kéo theo đó nhu cầu sử dụng spa cho những sản phẩm như vậy cũng ngày càng tăng lên

- Nắm bắt được nhu cầu này của mọi người, nên tôi đã mạnh dạng thành lập "Mize – Leather care expert". Đây là một Spa kết hợp giữa công nghệ hiện đại trong spa giày da và đồ da cao cấp. Với mong muốn đem lại cho khách hàng một nơi chăm sóc đồ da hiện

đại trong một không gian Spa đẳng cấp. Tất cả vì khách hàng và phục vụ cho lợi ích, nhu cầu của khách hàng.

III. Mục tiêu của kế hoạch kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

3.1. Mục tiêu ngắn hạn (trong vòng 2 năm trở lại) :

- Lấy lại vốn kinh doanh trong vòng 1,5 năm.
- Được nhiều người trong quận Hà Đông, Thanh Xuân, Cầu Giấy, Đống Đa biết đến trong vòng 1 năm thành lập.
- Tạo lập được uy tín về nơi chăm sóc giày da và đồ da cao cấp tốt nhất và giá thành hợp lý trong khu vực trong vòng 1 năm thành lập.

3.2. Dài hạn (từ 2 năm trở lên) :

- Tìm kiếm thị phần và ước lượng sẽ chiếm 20% thị phần chăm sóc giày da và đồ da cao cấp của quận Hà Đông, Thanh Xuân, Cầu Giấy, Đống Đa trong vòng 3, 5 năm hoạt động.
- Trở thành trung tâm chăm sóc đồ da cao cấp có uy tín ở TP.Hà Nội trong vòng 3 năm hoạt động.

3.3. Mục tiêu tài chính :

- Lấy lại vốn trong thời gian sớm nhất. Khoảng từ 1,5 đến 2 năm hoạt động. Thu được lợi nhuận cao trong những năm hoạt động sau khi lấy lại vốn.
- Tỷ lệ tăng trưởng lợi nhuận bình quân hàng năm đạt 10%.

IV. Sự khác biệt đem lại thành công cho kế hoạch kinh doanh

4.1 Mặt bằng

Mặt bằng của cửa hàng là thuộc sở hữu của chủ cửa hàng. Các cơ sở vật chất hầu như đã có, chỉ cần trang trí, thiết kế và sửa chữa lại. Vì vậy đảm bảo cho tính ổn định về địa điểm của cửa hàng. Từ đây góp phần tạo thêm niềm tin cho khách hàng về độ tin cậy của cửa hàng. Đảm bảo được uy tín, không làm ăn gian dối.

Vị trí của cửa hàng nằm ngay trung tâm thành phố, ngay tuyến đường Trần Phú, đây là một tuyến đường lớn, ít kẹt xe và đường rộng rãi.

4.2 Giá

Cửa hàng không phải chịu áp lực dòng tiền thuê mặt bằng.

- Ngoài ra trung tâm áp dụng chiến lược giá trị thực của sản phẩm Việc định giá sản phẩm của "Mize-Leather care expert" dựa trên những tiêu chí sau:

+ Chi phí nguyên vật liệu đầu vào : sử dụng các loại xi do Pháp cung cấp, được nhập khẩu theo đơn đặt hàng nên giá cả và chi phí được tiết kiệm tối đa.

+ Vì là cửa hàng mới mở nên ít người biết tới, và nhằm cạnh tranh với các đối thủ cạnh tranh nên cửa hàng áp dụng mức giá hợp lí nhất.

+Ngoài ra để tạo ra một nơi chăm sóc đồ da cao cấp uy tín, đáng tin cậy , giá thành hợp lí trong thời gian mới mở để thu hút khách hàng là một chiêu thức tiếp cận với đại đa số khách hàng cũng là một chiến lược mà cửa hàng đang áp dụng.

Phần II. Nội dung kế hoạch kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

Chương 1 Giới thiệu về ý tưởng kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

I. Tổng quan về nội dung kế hoạch kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp.

- "Mize-Leather care expert" sẽ được xây dựng tại số 10 Trần Phú, Quận Hà Đông, Thành Phố Hà Nội. Nằm ngay trung tâm Quận, ngay tuyến đường Trần Trần Phú, thuận lợi cho giao thông. Đây là một tuyến đường lớn, ít kẹt xe và đường rộng rãi đây cũng là khu trung tâm tập trung nhiều văn phòng và những người sử dụng đồ da nhiều.

- "Mize-Leather care expert" sẽ được xây dựng trên diện tích là 40m² gồm 2 tầng, tầng 1 là khu vực tiếp khách và là nơi trực tiếp xử lý sản phẩm của khách, tầng 2 sẽ dùng để làm kho bảo quản đồ của khách hàng.

- "Mize-Leather care expert" Spa sẽ mở cửa từ 8h cho đến 22h tất cả các ngày trong tuần, kể cả thứ 7 và chủ nhật để phục vụ cho mọi người.

- Khách hàng của "Mize-Leather care expert" là tất cả mọi người, không phân biệt già trẻ, trai gái, tất cả đều có thể đến để và sử dụng dịch vụ nếu có nhu cầu, nhưng khách hàng mục tiêu của công ty hướng tới là những doanh nhân, giới văn phòng (tuổi từ 22 đến 55).

- Sản phẩm của công ty là một chuỗi các quá trình chăm sóc các sản phẩm da theo công nghệ của Pháp. Đảm bảo sau khi sử dụng xong khách hàng sẽ cảm nhận ngay được sản phẩm của mình được trở về tình trạng ban đầu như lúc mới mua.

- Tất cả các sản phẩm sử dụng trong cửa hàng đều được nhập khẩu từ Pháp.

- Nhân viên của "Mize-Leather care expert" là một đội ngũ nhân viên có tay nghề cao, được đào tạo bài bản và phải qua những bài kiểm tra nghiêm ngặt trước khi được làm

sản phẩm của khách đảm bảo đem lại sự hài lòng của khách hàng khi đến với “Mize-Leather care expert”.

- Mô hình cửa hàng "Mize-Leather care expert" được chia làm 4 phòng ban, đứng đầu là giám đốc (chủ doanh nghiệp), và kế đó gồm các quản lý cửa hàng, kế toán, marketing. Mỗi phòng ban đều có nhiệm vụ và chức trách riêng của mình, tất cả đều hoạt động theo những chiến lược đã định sẵn và mục đích chính của sự hoạt động này là đem đến cho khách hàng những giá trị tốt đẹp nhất mà một cửa hàng spa giày đúng nghĩa mang lại cho khách hàng.

- Tất cả các hoạt động của “Mize-Leather care expert” sẽ được đánh giá qua lời nhận xét và góp ý của khách hàng. Nếu khách hàng hài lòng về dịch vụ và sản phẩm của công ty thì công ty sẽ tiếp tục phát huy thế mạnh đó. Còn ngược lại nếu khách hàng không hài lòng về sản phẩm, dịch vụ cũng như cách phục vụ của nhân viên... thì công ty sẽ có biện pháp điều chỉnh cho hợp lý, phù hợp với nhận xét, góp ý của khách hàng.

- Dự kiến tổng đầu tư ban đầu của công ty là 500 triệu VND, trong đó bao gồm máy móc, thiết bị văn phòng, tiền mặt...

II. Tóm tắt và giới thiệu sơ lược về cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

2.1. Sứ mệnh :

- Mang lại cho khách hàng một phong cách sang trọng tự tin, một phụ kiện luôn sáng bóng như mới

- Hoạt động trong môi trường kinh doanh lành mạnh, tuân thủ pháp luật của Việt Nam. Tạo cơ hội thăng tiến và lương thỏa đáng cho nhân viên,

- Thường xuyên đổi mới kỹ thuật và công nghệ hiện đại, nhằm mang lại sự thỏa mãn ngày càng cao cho khách hàng.

2.2. Vị trí dự án:

Tận dụng 1 miếng đất của gia đình nằm trên đường Trần Phú, Hà Đông, Hà Nội. Ngoài ra vị trí công ty còn rất gần với chung cư Westa Hà Đông, Hồ Gươm plaza, siêu thị

TopsMarket... Nằm ngay trung tâm thành phố, ngay tuyến đường Trần Phú, đây là một tuyến đường lớn, ít kẹt xe và đường rộng rãi, giao thông thuận lợi. Đa số những người sống trong khu vực này đều có mức thu nhập khá cao. Theo như kế hoạch “Mize-Leather Care expert” sẽ khởi công xây dựng vào ngày 25/3/2025 và dự kiến hoàn thành vào ngày 30/4/2025.

2.3. Pháp lý của dự án :

- Doanh nghiệp được thành lập theo loại hình hộ kinh doanh cá thể chuyên về dịch vụ chăm sóc các sản phẩm làm từ da cao cấp.
- Theo điều 141 của luật doanh nghiệp đã được quốc hội nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam khoá XI kỳ họp thứ 8 thông qua và có hiệu lực vào ngày 29/11/2005 và được đăng ký tại sở kế hoạch đầu tư TP. Hà Nội, với số vốn đầu tư ban đầu dự kiến khoảng 500.000.000VND.
- Giấy phép kinh doanh của sở kế hoạch đầu tư Tp.Hà Nội - Đăng ký mã số thuế tại chi cục thuế TP.Hà Nội.
- Các loại thuế phải đóng hàng năm: thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế môn bài, thuế giá trị gia tăng.

2.4 Thông tin chung của cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

- Tên cửa hàng: "Mize-Leather care expert".
- Địa chỉ: Ngõ 10 Trần Phú, Hà Đông, Hà Nội
- Vốn điều lệ: 500.000.000 VND.
- Nguồn vốn: đều là vốn chủ sở hữu
- Doanh nghiệp sẽ do ông: Nguyễn Văn Hoàng làm quản lí và sẽ là người đại diện trước pháp luật của cửa hàng.
- Địa chỉ website: MizeLeathercare.vn
- Số điện thoại: 0865437013
- Email: mize0910@gmail.com

-Logo:



Hình 1.1 Logo thương hiệu

-Bộ nhận diện thương hiệu:



Hình 1.2 Bộ nhận diện thương hiệu

III. Phân tích thị trường:

1 Tổng quan thị trường

- Khi đã qua thời mà người người, nhà nhà chỉ lo sao cho đủ “com no áo ấm” số đông người dân giờ đây đã có nhu cầu “ăn ngon, mặc đẹp” và nhiều người thường xuyên sử dụng các phụ kiện làm đẹp của các hàng thời trang nổi tiếng hàng đầu thế giới như gucci, dior ...Ngành chăm sóc đồ da cao cấp chưa thực sự phát triển mạnh nhưng các dịch vụ đánh giày rong ... đang rất thịnh hành. Tại các đất nước lớn như Singapore, Nhật Bản, Hàn Quốc dịch vụ chăm sóc giày da và đồ da cao cấp đang “hái ra tiền”.

Sản lượng tiêu thụ giày, dép có đế bằng da trong tháng 6/2022 đạt 31,49 triệu đôi tăng 32,76% so với tháng 5/2022, giảm 11,64% so với tháng 6/2021.

Sản phẩm da chiếm vị trí thứ 3 trong top 20 nguyên liệu được lựa chọn làm hàng hóa cao cấp đắt tiền sau kim loại quý, và đá quý; Chiếm vị trí thứ 2 trong top 50 nguyên liệu thành phẩm thời trang bán nhiều nhất sau nguyên liệu vải và chiếm vị trí thứ 1 trong top 10 nguyên liệu hỗ trợ hoặc cấu tạo thành phẩm được chú ý nhiều nhất của phụ nữ, đồng thời chiếm vị trí thứ 1 trong top 5 nguyên liệu cao cấp cấu thành sản phẩm thời trang dành cho Nam giới.

Có rất nhiều sản phẩm thời trang được làm từ nguyên liệu da thuộc như: giày, dép, dây đồng hồ, dây nịt, giỏ xách, bóp, nón, vali.... Nhưng trong thực tế da giả chiếm hơn 90% thị trường Việt Nam, chiếm hơn 80 % thị trường Châu Á và chiếm hơn 60% thị trường Thế giới.

Khách hàng có nhu cầu sử dụng sản phẩm từ da thật, đa phần là những người có thu nhập từ khá đến cao trong xã hội. Đối tượng này ước tính chiếm khoảng 27,5 % xã hội (theo công bố ngày 12/03/2008 của hiệp hội nghiên cứu xã hội quốc tế). Trong 27,5% trên có khoảng 68,2 % là có nhu cầu sử dụng những sản phẩm cao cấp, chính hiệu, đảm bảo độ bền, đẹp và hợp thời nhất.

a, Quy mô thị trường da thuộc tại Việt Nam

Cùng với sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế Việt Nam và sự tăng trưởng ấn tượng của ngành công nghiệp da. Năm 2024 là một giai đoạn quan trọng đánh dấu sự

đổi mới và quy mô mở rộng của thị trường này. Với sự đa dạng về mẫu mã, chất lượng sản phẩm và nguồn cung ổn định, thị trường ngành da thuộc Việt Nam đang thu hút sự chú ý từ các doanh nghiệp, nhà đầu tư và người tiêu dùng.

Quy mô Thị trường Hàng da ước tính đạt 304,80 tỷ USD vào năm 2024 và dự kiến sẽ đạt 376,21 tỷ USD vào năm 2029, tăng trưởng với tốc độ CAGR là 4,30% trong giai đoạn dự báo (2024-2029).

Trong ngành công nghiệp quần áo, việc sử dụng da ngày càng tăng do tính chất bền và vẻ ngoài cao cấp, khiến nó trở thành sự lựa chọn tuyệt vời để sản xuất quần áo. Đây là một trong những yếu tố chính thúc đẩy sự phát triển của da trên thị trường vào thời điểm hiện tại. Hơn nữa, hàng da đang ngày càng trở nên phổ biến do các buổi trình diễn thời trang trưng bày hàng da như áo khoác, giày, túi xách và các phụ kiện khác đang quảng bá hàng da trong giai đoạn dự báo. Những người tham gia thị trường đang giới thiệu các sản phẩm sáng tạo và hợp thời trang để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và duy trì lượng khách hàng trung thành, điều này góp phần vào sự tăng trưởng của thị trường. Ngoài ra, người tiêu dùng thích những sản phẩm và hành lý bằng da nhỏ gọn và phong cách. Với xu hướng thời trang thay đổi, các phụ kiện dành cho nam giới như vòng tay da, dây chuyền, găng tay ngày càng trở nên phổ biến. Vì vậy, trong những năm tới, xu hướng thời trang có thể sẽ thay đổi đáng kể, điều này sẽ giúp ngành này phát triển. Hơn nữa, sự hỗ trợ ngày càng tăng của chính phủ cho ngành da đang thúc đẩy tăng trưởng thị trường hơn nữa. Ví dụ, ở Ấn Độ, 100% vốn FDI được phép sản xuất các sản phẩm da thông qua lộ trình tự động. Từ tháng 4 năm 2000 đến tháng 9 năm 2021, dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tích lũy vào ngành da, đồ da và máy hái là 218,69 triệu USD.

b, Xu hướng thị trường hàng da

Nhu cầu về hàng hóa xa xỉ tăng cao

Khi số tiền chi tiêu của mọi người tăng lên, nhu cầu về hàng hóa xa xỉ cũng tăng lên. Những hàng hóa này thường tượng trưng cho cảm giác thành tựu trong mỗi cá nhân, mang lại cho họ lòng tự trọng cao hơn. Người châu Âu và Bắc Mỹ được biết là chi tiêu nhiều nhất cho hàng hóa xa xỉ do thu nhập hộ gia đình của họ cao hơn. Một lực đẩy đi

lên cũng có thể được nhìn thấy trong vấn đề này ở khu vực châu Á. Hàng da chiếm một phần quan trọng trong hàng xa xỉ. Các sản phẩm da sang trọng bao gồm túi xách, phụ kiện và giày độc quyền, thu hút những người giàu có. Do đó, các công ty đang mở rộng danh mục sản phẩm của mình bằng cách tung ra các sản phẩm mới để thu hút những khách hàng xa hoa. Ví dụ vào tháng 8 năm 2022, thương hiệu xa xỉ Aman Essentials đã tung ra bộ sưu tập sản phẩm da đầu tiên trong phạm vi đa dạng của mình. Ngoài hộp đựng hộ chiếu, túi xách, ví, v.v., Bộ sưu tập Đồ da mới của thương hiệu bao gồm 19 món đồ. Sử dụng da thật có nguồn gốc từ da bê, cừu và da dê thủ công, mỗi món đồ da trong bộ sưu tập mới đều được làm thủ công ở Ý và Pháp bằng quy trình lấy cảm hứng từ quy trình thủ công truyền thống. Hơn nữa, nhiều thương hiệu khác nhau đang mở rộng danh mục sản phẩm của họ sang phân khúc nam giới khi ý thức về thời trang ngày càng tăng ở nam giới và phụ nữ. Ngoài ra còn có một phân khúc thị trường đang phát triển dành cho các thương hiệu cao cấp giá cả phải chăng bên cạnh các thương hiệu cao cấp truyền thống. Do đó, một số công ty khởi nghiệp đã tạo ra các sản phẩm sang trọng tùy chỉnh nhằm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Ví dụ, một chiếc túi xách da của 1 Atelier có thể được tùy chỉnh cả về màu sắc và phần cứng. Doanh số bán các sản phẩm này được thúc đẩy bởi mức độ nhận diện thương hiệu mạnh và đơn giá cao.

2 Thị trường mục tiêu và chân dung khách hàng.

2.1 Thị trường mục tiêu

Là một cửa hàng cung cấp dịch vụ việc hướng tới nhiều thị trường mục tiêu, nhiều ngành nghề, đa dạng hóa về độ tuổi và cả người sử dụng. Ban đầu khi lên ý tưởng kinh doanh dịch vụ chăm sóc giày da và đồ da cao cấp thì mục tiêu kinh doanh chính của cửa hàng vẫn là việc chăm sóc giày da. Hiện nay giày da là một trong những sản phẩm được ưa chuộng sử dụng gần như nhiều nhất hiện nay, giày da đã và đang được tất cả mọi người sử dụng trong mọi ngành nghề. Nó cũng là một trong số ít những phụ kiện có thể giúp người mang nó toát lên được khí chất riêng. Vì thế việc chăm sóc một đôi giày da một cách chĩn chu, chuyên nghiệp đang dần trở thành thị hiếu của người tiêu dùng. Một trong những ba kim ngạch nghề nghiệp là nông nghiệp, công nghiệp, dịch vụ thì dịch vụ là khách hàng tiềm năng nhất cũng chính là thị trường mục tiêu mà

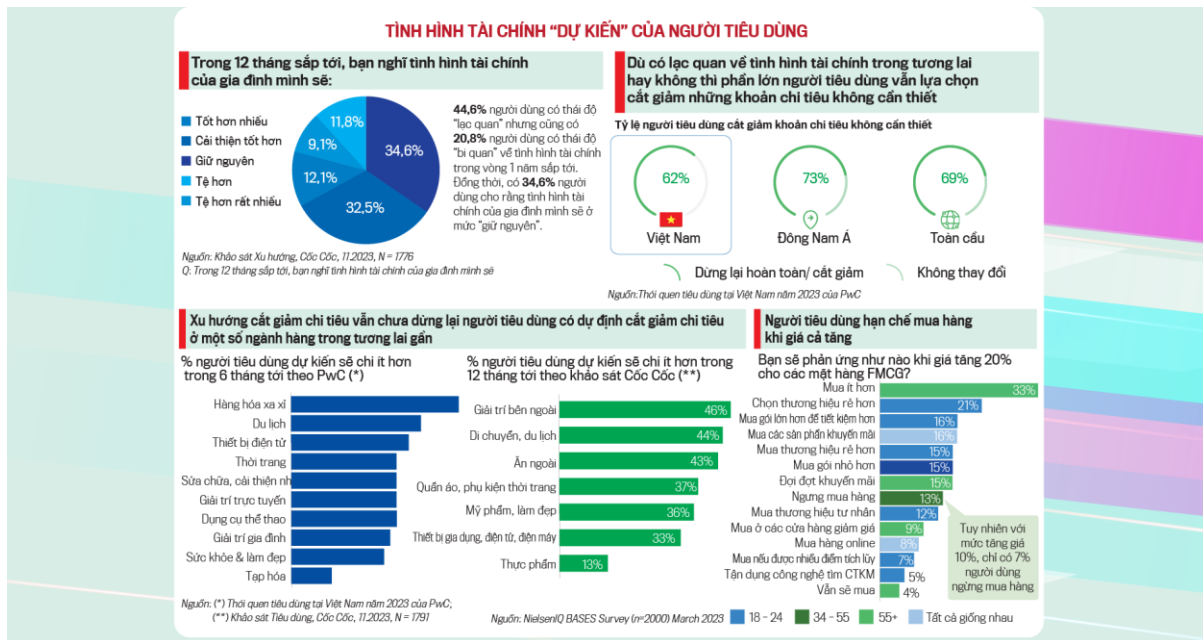
Mize-Leather care hướng đến. Bởi lẽ đây là kim ngạch ngành cần sự chẵn chu về ngoại hình nhất, và đôi giày da cũng là một trong những phụ kiện không thể thiếu được.

Lao động có việc làm năm 2023 đạt 51,3 triệu người, tăng 683,0 nghìn người (tương ứng tăng 1,35%) so với năm 2022. Số lao động có việc làm ghi nhận tăng ở cả khu vực thành thị và nông thôn cũng như ở nam giới và nữ giới, số lao động có việc làm ở khu vực thành thị là 19,0 triệu người, tăng 1,8% (tương ứng tăng 331,8 nghìn người), lao động ở khu vực nông thôn là 32,3 triệu người, tăng 1,1% (tương ứng tăng 351,1 nghìn người); số lao động có việc làm ở nam giới đạt 27,3 triệu người, tăng 1,4% (tương ứng tăng 386,6 nghìn người), cao hơn mức tăng ở nữ 0,1 điểm phần trăm (1,4 % so với 1,3 %).

Theo khu vực dịch vụ với 20,3 triệu người, tăng 553,6 nghìn người, tương ứng tăng 2,8% và duy trì mức tăng cao nhất so với hai khu vực còn lại là khu vực kinh tế, lao động có việc làm khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản là 13,8 triệu người, giảm 118,9 nghìn người, tương ứng giảm 0,9% so với năm trước và khu vực công nghiệp và xây dựng là 17,2 triệu người, tăng 248,2 nghìn người, tương ứng tăng 1,5%;

Thị trường lao động tại thành thị ngày một tăng nhanh với tỉ lệ tăng ổn định ở mức 1,5-2%/ năm. Những lao động là công nhân viên văn phòng thường xuyên bận bịu với công việc và không có thời gian cho việc chăm sóc đôi giày mà họ mang mỗi ngày. Vô hình chung điều này đang làm hỏng dần những đôi giày đắt đỏ và quý giá của họ. Mize-Leather care expert sinh ra để khắc phục nỗi đau đó cho chính khách hàng của mình.

Không chỉ nhân viên văn phòng và những người sử dụng giày da là thị trường mục tiêu của Mize-Leather care mà còn là các bạn trẻ đang và đã sử dụng những sản phẩm làm từ da và có nhu cầu cần được chăm sóc, bảo dưỡng da. Ngày nay khi kinh tế thị trường phát triển đồ hiệu ngày càng được các bạn trẻ ưa chuộng và sử dụng nhiều hơn.



(Nguồn: Tạp chí kinh tế và dự báo)

Hình 1.3 Chi tiêu của người dùng Việt Nam 2023

Ông Ralf Matthes, Giám đốc Điều hành khu vực Công ty Nghiên cứu Thị trường Taylor Nelson (TNS) tiết lộ khảo sát do Công ty nghiên cứu: có khoảng 1,5 triệu người ở Việt Nam có đủ sức tiêu thụ các món hàng hiệu đắt tiền.

Kết quả còn cho thấy chi tiết hơn: 52% đàn ông tiêu dùng hàng xa xỉ, trong đó, ở Hà Nội chiếm 36%, TP.HCM chiếm 10%, còn lại là các nơi khác. Độ tuổi chi tiêu cho mặt hàng này là 35 - 54 tuổi (40%) và đa phần là người có thu nhập từ 8,5 triệu đồng mỗi tháng trở lên.

Cũng nhận định về thị trường hàng xa xỉ tại Việt Nam, ông Sabyasachi Mishra, Tổng giám đốc Công ty JWT Việt Nam, cho biết: "Thị trường xa xỉ phẩm đang ở vào giai đoạn đầu phát triển với động lực tiêu thụ chính được thúc đẩy từ bên ngoài chứ không phải là những phần thưởng cho bản thân hoặc những trải nghiệm tự hiện thực hóa".

Cũng theo nghiên cứu của Công ty Y & R Việt Nam, thực hiện tại bốn thành phố lớn tại Việt Nam đối với những người dân ở độ tuổi từ 20 và 65, chỉ có 14% đã mua sắm đồ xa xỉ

Quy mô này nhỏ hơn rất nhiều so với các thị trường khác trong khu vực, nhưng Việt Nam có tiềm năng cho thị trường xa xỉ phẩm nhờ dân số trẻ lớn.

Tài liệu nghiên cứu có tên Thế hệ châu Á 2012 ở Việt Nam do Công ty Y & R thực hiện, cho thấy, "với những người từ 18-35 tuổi tại Việt Nam, cuộc sống có nghĩa là thử nghiệm những thứ mới và những trải nghiệm mới", và "64% trong số đó cho rằng xa xỉ phẩm chính là sự trải nghiệm mới".

Mặc dù hiện chỉ có 1% dân số có khả năng mua sắm xa xỉ phẩm, con số đó đang tăng lên cùng với sự xuất hiện của tầng lớp trung lưu với thu nhập bình quân theo đầu người tăng gấp đôi trong năm năm qua.

Với hàng xa xỉ phẩm nhập khẩu lên đến 10 tỷ USD trong năm 2012 (theo số liệu của Bộ Công Thương) nên làn sóng các thương hiệu mới khai trương hàng tuần vẫn ồ ạt xuất hiện tại các thành phố lớn.

Việt Nam đã xuất hiện trên thị trường hàng xa xỉ của thế giới theo cách của một thị trường tiềm năng, chứ không phải là một thị trường tiêu thụ cao. Đó cũng là lý do mà Hermes, thương hiệu Pháp dẫn đầu top 10 thương hiệu thời trang thế giới, vừa mở cửa hàng thứ hai tại Vincom Center A, TP.HCM với diện tích khoảng 240m².

Điều này cho thấy rằng thị trường Việt Nam đang phát triển một cách rất mạnh mẽ. Nó cũng đồng thời mở ra thị trường lớn cho ngành dịch vụ liên quan như chăm sóc các sản phẩm cao cấp đó.

2.2 Chân dung khách hàng

Chân dung khách hàng của Mize-Leather care expert khá đa dạng và gần như không có giới hạn nào. Mặc dù dịch vụ trải rộng hướng tới tất cả mọi người nhưng mỗi cửa hàng luôn đặt ra cho riêng mình một khách hàng mục tiêu và dưới đây là chân dung khách hàng mục tiêu của Mize-Leather care expert.

Việc xác định chân dung khách hàng mục tiêu là vô cùng quan trọng để tối ưu hóa các chiến lược marketing và dịch vụ của cửa hàng chăm sóc giày da. Dưới đây là phân tích chi tiết về chân dung khách hàng tiềm năng:

2.2.1. Nhóm khách hàng mục tiêu chính

a. Nam giới và nữ giới từ 25-45 tuổi

Nghề nghiệp: Nhân viên văn phòng, doanh nhân, quản lý cấp trung và cấp cao, những người làm trong ngành thời trang và giải trí.

Thu nhập: Trung bình đến cao, có khả năng chi trả cho các dịch vụ chăm sóc và bảo dưỡng giày da.

Phong cách sống: Quan tâm đến thời trang, thường xuyên sử dụng giày da cho công việc và các dịp đặc biệt.

b. Người yêu thích giày da và sản phẩm cao cấp

Giới tính: Cả nam và nữ.

Độ tuổi: 20-50 tuổi.

Hành vi mua sắm: Thường xuyên mua sắm giày da và các phụ kiện liên quan, sẵn lòng chi tiền để bảo dưỡng và làm đẹp giày.

c. Người quan tâm đến phong cách và hình ảnh cá nhân

Nghề nghiệp: Người làm việc trong ngành thời trang, giải trí, kinh doanh.

Đặc điểm: Chú trọng đến việc giữ gìn hình ảnh cá nhân, thường xuyên cần chăm sóc giày da để giữ vẻ ngoài hoàn hảo.

2.2.2. Đặc điểm hành vi và thói quen của khách hàng mục tiêu

a. Thói quen tiêu dùng

Mua sắm trực tuyến: Thường xuyên tìm kiếm và mua sắm các sản phẩm chăm sóc giày da trực tuyến.

Sử dụng dịch vụ cao cấp: Sẵn lòng chi trả cho các dịch vụ chăm sóc giày da chuyên nghiệp để giữ gìn và nâng cao giá trị của giày.

Quan tâm đến thương hiệu: Ưu chuộng các thương hiệu uy tín và sản phẩm chất lượng cao.

b. Hành vi mua sắm

Lựa chọn dịch vụ dựa trên đánh giá và khuyến nghị: Thường tham khảo ý kiến từ người thân, bạn bè hoặc các đánh giá trực tuyến trước khi sử dụng dịch vụ.

Ưu chuộng các gói dịch vụ trọn gói: Thích các gói dịch vụ chăm sóc giày định kỳ hoặc gói bảo dưỡng toàn diện.

2.2.3. Động cơ và nhu cầu của khách hàng

a. Động cơ

Giữ gìn và kéo dài tuổi thọ của giày da: Đầu tư vào dịch vụ chăm sóc để bảo vệ và kéo dài thời gian sử dụng của giày.

Nâng cao hình ảnh cá nhân: Sử dụng dịch vụ để duy trì vẻ ngoài sạch sẽ và chuyên nghiệp.

Yêu thích sự hoàn hảo: Có nhu cầu giữ giày luôn mới và đẹp.

b. Nhu cầu

Dịch vụ chuyên nghiệp và uy tín: Cần tìm kiếm dịch vụ chất lượng cao và đáng tin cậy.

Tư vấn chăm sóc giày: Muốn nhận được các lời khuyên và tư vấn từ các chuyên gia để tự chăm sóc giày tại nhà.

Sản phẩm chăm sóc giày chất lượng: Tìm kiếm các sản phẩm chăm sóc giày da có hiệu quả và an toàn.

2.3 Cách tiếp cận chiếm lĩnh thị trường.

Hiện nay, khi nhắc đến việc đánh giày người ta luôn nghĩ ngay đến những người đánh giày rong ngoài những hè phố chỉ với mức giá 20-30 nghìn cho một lần. Ở Mize-Leather care expert với mỗi lần chăm sóc giày mức giá sẽ dao động từ 150.000-300.000đ đó là mức giá cao gấp 10 lần so với những người đánh giày rong kia. Nhưng đổi lại khách hàng sẽ nhận lại được gì từ Mize-Leather care expert:

-Với mỗi loại giày da, hay đồ da khác nhau sẽ có cách chăm sóc khác nhau và loại xi riêng. Điều này khác hoàn toàn so với người đánh giày rong kia chỉ sử dụng duy nhất loại xi sáp

-Đội ngũ nhân viên phải được đào tạo bài bản và đạt được các yêu cầu kiểm tra nghiêm ngặt mới chính thức được bắt tay vào công việc.

-Đôi giày của khách hàng khi đến với cửa hàng sẽ trải qua nhiều bước chăm sóc cầu kỳ và tỉ mỉ

2.4 Lượng tiêu thụ ước tính

Mục tiêu của cửa hàng khi mình mở ra là sẽ đạt được doanh thu từ 100-150 triệu/1 tháng. Nhiều người sẽ thấy con số rất phi lí khi giá của một lần chăm sóc chỉ từ 150.000-300.000đ. Nhưng khi mọi người đi đánh giày cao cấp họ sẽ chẳng bao giờ đi một hay hai đôi cả vì mọi người chưa có thói quen mang giày đi đánh thường xuyên, vì thế thường khi mọi người đi đánh giày sẽ gom rồi mang theo ba đến bốn đôi cùng một lúc. Mà đương nhiên không chỉ mỗi đánh giày mà còn những dịch vụ khác nữa. Một đôi giày làm nhanh nhất sẽ mất khoảng 30 phút vì vậy mục tiêu 1000 đôi/ một tháng là điều có thể thực hiện được. Tuy chỉ mất 30 phút để làm xong một đôi giày nhưng để có thể trao lại khách thì lại cần ít nhất 2 ngày đợi màu trong bước bù màu khô.

2.5 Đối thủ cạnh tranh

Với mô hình kinh doanh này hiện đang khá mới tại thị trường Việt Nam nhưng không hẳn là không có đối thủ cạnh tranh. Vì thế đối thủ cạnh tranh của Mize-Leather care expert các cửa hàng tương tự đã có trên thị trường như: Gazano, Morino.. Dưới đây sẽ là phần phân tích rõ hơn đối thủ cạnh tranh chính cùng ngành là Gazano:

Những năm gần đây đã có một vài người đã đem mô hình này về với Việt Nam và có sự phát triển rất đáng kể. Một trong số đó phải nói đến một thương hiệu rất nổi tiếng đã được VTV đưa tin đó là Gazano do anh Phong Dinh sáng lập. Với niềm đam mê với đồ da từ nhỏ anh đã và đang mang thương hiệu ăn sâu vào thị trường thay đổi nhận thức của mọi người về nghề đánh giày với mục tiêu tạo ra việc làm cho rất nhiều người.

Có thể nói đây sẽ là đối thủ cạnh tranh đáng chú ý nhất khi mà anh Phong đã đi vào hoạt động trên thị trường vài năm với công nghệ từ nước ngoài và cũng bởi sự chuyên nghiệp của cửa hàng anh đã tạo được tệp khách hàng trung thành rất lớn tại khu vực Quận Đống Đa.

So Sánh khả năng cạnh tranh của Mize-Leather care Expert và Gazano

Yếu tố	Mize-Leather care Expert	Gazano
Địa điểm	Trần Phú Hà Đông	Ô chợ dừa Đống Đa
Giá Cả	150.000-250.000	200.000-300.000
Chất lượng	Được nhập khẩu từ Pháp	Được nhập khẩu từ Anh
Thương Hiệu	Mới	Đã có được vài năm
Thời gian	2-3 ngày	3-5 ngày
Dịch Vụ	Có nhận ship kí gửi cho khách ở xa	

Bảng 1.1 So sánh khả năng cạnh tranh của Mize-Leather care Expert và Gazano

Qua bảng so sánh có thể thấy yếu tố duy nhất cũng là quan trọng nhất để có thể cạnh tranh với thương hiệu cũ đã có mặt trên thị trường như Gazano là giá cả. Bởi vì mặt bằng của Mize-Leather care Expert là tài sản do vốn chủ sở hữu nên chi phí được giảm đi rất nhiều vì vậy Mize tự tin có thể cạnh tranh về giá cả với các thương hiệu đang hoạt động cùng ngành

3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự tăng trưởng và suy thoái của ngành:

Môi trường kinh doanh:

Thành phố Hà Nội là một thành phố phát triển và tiến bộ nhất nước. Với các chính sách đổi ngoại và đổi nội, các ưu đãi đã thu hút được nhiều nhà đầu tư nước ngoài vào. Chính điều này đã đưa nền kinh tế Thành phố Hà Nội ngày càng phát triển và được mệnh danh là hòn ngọc viễn đông. Nền kinh tế Việt Nam chúng ta hiện nay đang là nền kinh tế mở nên tạo điều kiện kiện cho hầu hết các ngành kinh tế phát triển. Điều này rất thuận lợi tạo đà cho các dịch vụ chăm sóc đồ da cao cấp

Tình hình kinh tế - xã hội

Khó khăn

- Kinh tế Thành phố Hà Nội ngày càng phát triển. Nhưng cách đây khoảng 1 năm đất nước ta đang đối đầu với nạn lạm phát quá cao là 3,25% đến 4,58%. Hầu hết các mặt hàng đều tăng giá đáng kinh ngạc (theo vpexpress.net). Trong tình hình kinh tế lạm phát hiện nay thì ảnh hưởng rất lớn đến ngành vì lạm phát quá cao, đồng tiền mất giá sẽ dẫn đến mọi người sẽ ép chặt chi tiêu, chỉ tiêu cho các mặt hàng thật sự cần thiết nên ngành

chăm sóc đồ da sẽ bị ảnh hưởng nặng nề trong thời gian này. Cụ thể là hầu hết các cửa hàng chăm sóc đồ da cao cấp đều giữ nguyên giá không tăng mà còn khuyến mãi giảm giá nữa để thu hút khách hàng trong thời gian này, nhưng theo như báo tuổi trẻ thì mặc dù các cửa hàng chăm sóc đồ da đã áp dụng các chiêu thức như trên vẫn không lôi kéo được khách hàng mà khách hàng ngày càng ít đi và số lần làm đẹp ngày càng thưa dần. Nhưng theo như thông tin mới nhất hiện nay thì ngày hôm qua (21/6), nhân chuyến thăm 3 ngày tại Việt Nam, Quốc hội nhận định, lạm phát của Việt Nam có thể hạ xuống mức 3% trong vài tháng tới. Những giải pháp “mạnh tay” về tài chính, tiền tệ của Chính phủ đã cho thấy nhiều dấu hiệu cơn sốt giá cả hiện nay có thể sẽ được kiềm chế. Ngành chăm sóc đồ da trong thời gian này tạm thời có thể tiếp tục phát triển.

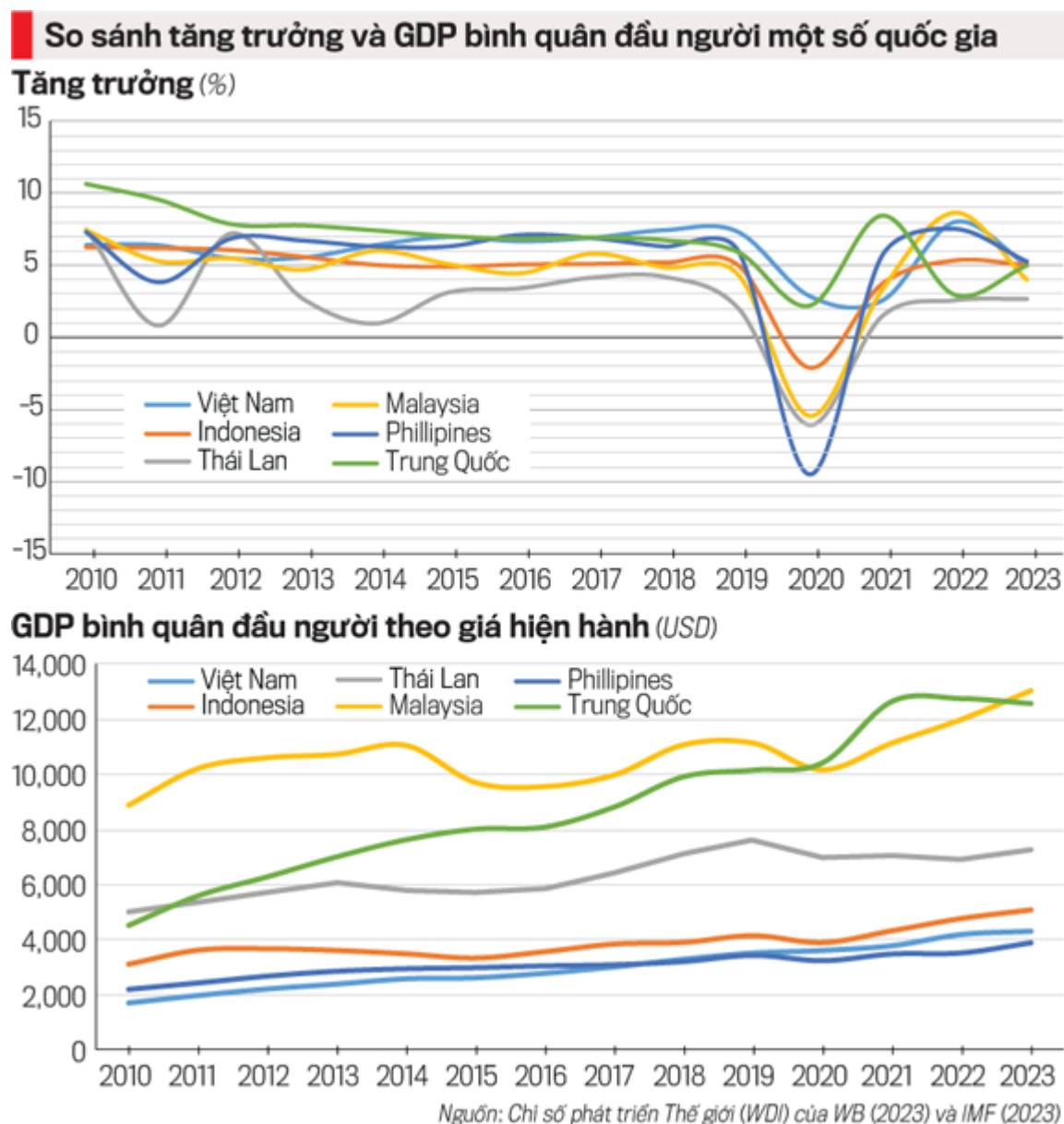
- Ngày 21/12/2023 giá xăng tăng lên 22.000 ngàn/1 lít. Từ lúc đó đã có nhiều hãng taxi, xe bus ngưng hoạt động để chờ trợ giá (theo vnexpress.net). Điều này có thể báo trước các mặt hàng khác sẽ tăng theo giá xăng dầu và lạm phát sẽ tiếp tục phát triển mạnh ở tương lai. Vì vậy cắt giảm tiêu dùng là xu hướng tất yếu mà nhiều người dân sẽ lựa chọn. Trong đó họ sẽ mạnh tay cắt giảm chi tiêu cho các dịch vụ làm đẹp của mình.

Thuận lợi

Mặc dù nền kinh tế nước ta đang đối đầu với lạm phát nhưng vẫn phát triển mạnh. Cụ thể là trong 3 tháng đầu năm 2024, GDP thành phố Hà Nội tăng 5,5%. Trong đó, dịch vụ tăng 5,84%, công nghiệp và xây dựng tăng 4,77%, nông nghiệp 3,76%. Nhìn chung, kinh tế Thành phố vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng cao, đặc biệt là các ngành dịch vụ, tài chính, ngân hàng, du lịch, bưu chính viễn thông, vận tải hàng hóa tăng vượt dự báo trước đây khi Việt Nam gia nhập WTO. Các ngành công nghiệp điện- điện tử, cơ khí, hóa chất, chế biến tính lương thực - thực phẩm tăng trưởng cao hơn mức bình quân chung của khu vực công nghiệp và chuyển dịch đúng hướng. Công tác giáo dục, chăm sóc sức khỏe nhân dân được chú trọng, việc giải quyết tái định cư cho các hộ tạm cư thời gian dài đạt kết quả khá cơ bản. (theo <https://kinhtedothi.vn/>). Mặc khác hiện nay thu nhập bình quân mỗi tháng của mỗi gia tăng ở năm 2023 là 6,26 triệu (theo www.gso.gov.vn).

Theo thông tin cập nhật mới nhất vào Chủ Nhật, 11/05/2024 theo thitruongtaichinhhtiente.vn thì kinh tế Việt Nam đã qua giai đoạn khó khăn nhất. Các số

liệu thống kê ban đầu cho thấy, với tốc độ tăng trưởng GDP trong quý II/2009 ước tính lên tới 5,9-6,3%, GDP trong 6 tháng đầu năm của cả nước có thể đạt 5,8-6,2%. Con số này mặc dù thấp hơn so với mức tăng trưởng 6,82% của cùng kỳ năm ngoái, Đặc biệt, việc GDP của quý II đạt 5,9-6,2% là một dấu hiệu cho thấy, thời điểm khó khăn nhất của nền kinh tế có thể đã qua đi. Việt Nam có nhiều điều kiện khả thi để theo đuổi mục tiêu tăng trưởng khoảng 6,5% mà Quốc hội vừa quyết định điều chỉnh.



(Nguồn: tạp chí kinh tế và dự báo)

Hình 1.4 So sánh tăng trưởng với GDP bình quân đầu người của một quốc gia

- Ngoài ra đời sống văn hóa, giải trí tinh thần ngày càng tăng . Cụ thể qua việc có nhiều khu vui chơi giải trí, nhiều trò chơi công nghệ như games ngày càng phát triển, chương trình truyền hình ngày càng đa dạng phong phú, với nhiều thể loại riêng biệt . Và hầu hết các bài báo nào cũng có chuyên mục làm đẹp.

- Hiện nay nền kinh tế Việt Nam bước đầu đã vượt qua cơn khủng hoảng, nạn lạm phát đã được kiềm chế. Các gói kích cầu của chính phủ được thực hiện bước đầu thành công, xã hội bắt đầu bình ổn giá cả, lạm phát được đẩy lùi...nhu cầu làm đẹp lại bước sang một thời kì mới, thời kì khởi sắc trở lại sau cơn khủng hoảng. Bằng chứng là các trung tâm làm đẹp, Spa và không thể thiếu các nhu cầu chăm sóc các phụ kiện đi kèm như giày da, áo da, túi xách.

Tình hình xã hội

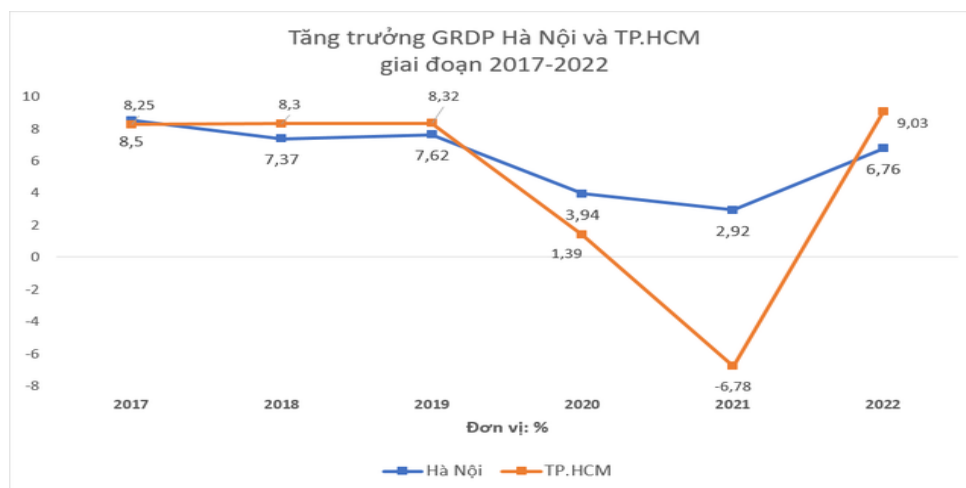
- Thành phố Hà Nội có dân số khoảng 8,5 triệu người, mật độ trung bình 2,398 người/km². Thành phố Hà Nội có thu nhập bình quân đầu người rất cao ước tính trung bình khoảng 9,9 triệu đồng cao nhất so với mức bình quân của cả Việt Nam, nhưng khoảng cách giàu nghèo ngày càng lớn do những tác động của nền kinh tế thị trường. Những người hoạt động trong lĩnh vực thương mại cao hơn nhiều so với ngành sản xuất. Sự khác biệt xã hội vẫn còn thể hiện rõ giữa các quận nội ô so với các huyện ở ngoại thành. Đây là một lợi thế về khách hàng tiềm năng cho dự án vì khách hàng ở đây hội tụ đủ yếu tố thu nhập khá, dân cư đông...

- Mức độ dân số trẻ của Việt Nam nói chung và Thành phố Hà Nội nói riêng là rất cao, trên 60% dân số TPHCM dưới 30 tuổi, nữ giới chiếm 51.97%, còn lại là nam giới : điều này cho thấy thị trường rất rộng lớn

- Công nghiệp hóa phát triển tạo nhiều công ăn việc làm, tỉ lệ thất nghiệp của TPHCM là dưới 3% dân số

- Nhu Cầu làm đẹp của người dân ngày càng đa dạng, khả năng thích ứng bắt nhịp với thời trang, làm đẹp quốc tế rất nhanh thông qua Internet, Truyền hình, phim ảnh.

- Thành phố Hà Nội là một trong những trung tâm kinh tế của cả nước với nhịp độ phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là 10 năm trở lại đây, trung bình đóng góp khoảng 18,5% cho GDP của cả nước.



(Nguồn: Chuyên trang thủ đô Hà Nội)

Hình 1. 5 Tăng trưởng GRDP Hà Nội và TP.HCM

Cũng là nơi tập trung đông đảo tầng lớp người dân có thu nhập cao và người nước ngoài sinh sống và làm việc tại VN, có nhu cầu hưởng tới những dịch vụ đạt tiêu chí cao về mặt tinh thần.

Chất lượng dân số về thể lực, trí tuệ, tinh thần từng bước được cải thiện.. Tỷ lệ hộ nghèo theo chuẩn mới giảm xuống còn dưới 19%, thu nhập bình quân đầu người khoảng 9,9 triệu VND. Những năm qua, tốc độ phát triển GDP của Thành phố Hà Nội là 9% và bình quân GDP đầu người năm 2023 là 9,9 triệu VND.

Năm	GDP(ngàn tỷ đồng)	Nông lâm ngư nghiệp	Công Nghiệp và xây dựng	Dịch vụ
2021	303	6,88	73,66	189,25
2022	333	6,93	80,05	210,52
2023	410	8,08	96,97	262,65

(Nguồn: Tổng cục thống kê)

Bảng 1.2 Thống kê tỉ lệ đóng góp vào GRDP của từng ngành tại Hà Nội

Theo bảng thống kê trên thì có thể thấy được ngành dịch vụ luôn luôn tăng trưởng theo thời gian và đóng góp rất lớn vào GRDP của thành phố Hà Nội. Từ năm 2021 luôn đóng góp trên 50% tổng GRDP.

- Đa số ở Thành phố Hà Nội từ trai đến gái, ở mọi lứa tuổi đều có phong cách sống hiện đại. Từ khi nước ta gia nhập vào WTO, hòa nhập vào thế giới mới nên phong cách sống và quan niệm của mỗi người cũng thay đổi dần. Cuộc sống trở nên hối hả, tấp nập hơn, nhịp sống, phong cách sống ngày càng hiện đại hơn. Họ với tâm lý lúc nào cũng thích được mọi người tôn trọng, khen mình giàu, sành điệu bằng chứng là họ thường mua những vật dụng đắt tiền như xe SH, Dylan, Vespa, siêu xe, điện thoại vertu... bằng chứng là chúng ta có thể thấy được dạo quanh những con đường trung tâm của TP.HCM đa số là những xe đắt tiền, vật dụng hàng hiệu... từ vật dụng ngoài thân cho đến tùy thân họ đều mua hàng hiệu như quần áo, giày dép... đều đắt tiền. Cho đến học hành thì hiện nay trào lưu trường học quốc tế đang thịnh hành, mặc dù đắt tiền nhưng chúng ta vẫn thấy các trường vẫn không đủ chỗ học cho học sinh, cũng vẫn không đủ cầu vì thế trường quốc tế ngày càng mọc lên như nấm để đáp ứng trào lưu quốc tế, hội nhập này. Vì họ cảm thấy như vậy sẽ làm cho mình nổi bật được mọi người quan tâm, chú ý. Trong sở thích của họ thì không thể thiếu được sở thích làm đẹp. Vì họ quan niệm rằng người thành thị, với nhà lầu xe hơi thì phải đẹp. Vì thế họ thường xuyên đi spa những sản phẩm bên ngoài những phụ kiện khiến họ trở lên “lấp lánh” như đồng hồ giày dép túi xách, không chỉ có những vật ngoài thân ấy mà còn là những thứ trên chính cơ thể họ. Vì trào lưu làm đẹp là một trào lưu mới xuất hiện mà trong tâm lý của con người ai cũng muốn mình đẹp... Đối với các bạn tuổi teen ngày nay thì tâm lý của các bạn lúc nào cũng bị ảnh hưởng bởi văn hóa ăn mặc phương tây, những đôi giày tây bóng loáng những chiếc túi xách hàng hiệu, những chiếc áo da biker bụi bặm khiến họ trở lên bắt mắt hơn trong mắt người khác mang theo tâm lý đó giới trẻ hiện nay luôn cần tìm một nơi để đánh bóng, làm mới những thứ xa xỉ đắt tiền mà họ dành dụm tiền để mua đó. Đối với người chưa có gia đình thì thích được nhiều người khác giới chú ý, quan tâm, đeo đuổi mình, họ rất thích đi làm đẹp vì làm đẹp họ cảm thấy tự tin, thấy mình đẹp hơn, yêu cuộc sống hơn. Còn đối với người đã có gia đình thì họ càng thích đi làm đẹp nhiều hơn vì họ sợ người bạn đời chê mình già, xấu, không hợp phong cách của thời đại mà theo người khác. Ngoài ra trong giới doanh nhân thì làm đẹp là một vấn đề không thể thiếu vì tâm lý của họ là cần phải có một ngoại hình bắt mắt cho các buổi ký kết hợp đồng, cho gia đình, cho công việc.

- Với sự phát triển của xã hội hiện nay, với sự du nhập của nhiều nền văn hóa, phim ảnh, báo chí về các bộ phim tình cảm, hành động, viễn tưởng luôn có những diễn viên mang trên mình những bộ vest lịch lãm đôi giày tây bóng bẩy, những diễn viên nữ xinh đẹp đeo những chiếc túi xách hàng hiệu xa xỉ. Vì Thành phố Hà Nội là nơi phát triển nên chịu ảnh hưởng nhiều, cũng chính vì sự ảnh hưởng này cũng đã làm ảnh hưởng một phần nào đó đến tâm lý của mọi người. Họ muốn mình xinh đẹp như diễn viên trong phim, thích có được người yêu như trong phim, thích có được môi trường đẹp như trong phim...cũng chính vì vậy họ càng làm đẹp nhiều hơn nữa để thỏa mãn được một phần nào đó nhu cầu này của họ.

-Ở thời buổi hiện nay, thời đại của công nghệ điện tử, của sự phát triển máy móc, công nghệ thông tin. Cũng chính vì sự phát triển ngày càng mạnh của xã hội nên con người ngày càng khó khăn trong việc phải chờ đợi kết quả, họ muốn là phải có ngay, không muốn chờ đợi cho dù họ có tốn kém đến mấy nhưng có được liền thì họ cũng sẵn sàng chi tiền. Thậm chí họ chi rất nhiều tiền cho những bộ quần áo, những đôi giày, dép luôn có trong tủ đồ của mình thậm chí có những người còn chưa dùng đến nó nổi lần thứ 2 vì thế khi để lâu đặc biệt trong thời tiết khắc nghiệt nồm ẩm như thời tiết miền bắc Việt Nam những sản phẩm từ da thuộc ấy rất dễ bị bong tróc, mốc.Vì thế hiện tại họ đang tìm đến rất nhiều cơ sở để spa cho những sản phẩm trong tủ đồ của họ đặc biệt họ lại muốn được nhanh chóng nếu như gửi về hãng để spa sẽ mất thời gian dài hoặc các thương hiệu nổi tiếng sẽ mất đến 15-20 ngày cho một đôi giày. Nếu sau khi chăm sóc xong mà vẫn chưa thấy kết quả, hay kết quả không vừa ý thì họ sẽ bức tức trong người và sẽ cố gắng đợi vài ngày xem sản phẩm thật sự có tác dụng gì không, nếu vẫn không có kết quả thì khách hàng sẽ tìm đến nơi khác. Nắm bắt được hành vi này của khách hàng nếu đáp ứng được nhu cầu của họ và họ cảm thấy hài lòng và thỏa mãn thì họ sẽ thường xuyên đến ủng hộ và trở thành khách hàng trung thành.

-Ngoài ra, nếu chúng ta đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, làm khách hàng thỏa mãn với sản phẩm và dịch vụ của công ty thì họ sẽ giới thiệu cho nhiều người cùng đến ủng hộ. Còn nếu sản phẩm hay bất cứ thái độ không tốt nào của công ty như nhân viên phục vụ kém, nhân viên tỏ ra thái độ không tốt, nạt nộ khách hàng hay bất cứ điều gì

làm khách hàng không vừa ý thì họ sẽ lan truyền cho mọi người tránh xa. Từ đó sẽ rất tai hại.

Chương 2 Lập kế hoạch Marketing cho cửa hàng Mize-Leather care expert

I. Chiến lược sản phẩm (product)

Tên gọi: Mize-Leather care Expert



Hình 2.1 Logo Thương hiệu

Lợi ích cốt lõi: Mang lại chất lượng vượt ngoài sự kì vọng của khách hàng

Sản Phẩm mong đợi: Đáp ứng được những yêu cầu khắt khe về dịch vụ, mang lại những đôi giày đẹp nhất cho khách hàng

Danh mục sản phẩm Mize-Leather care Expert kinh doanh:

Giày Nam			
Stt	Tên Sản phẩm, dịch vụ	Thời gian hoàn thành	Chi tiết sản phẩm, dịch vụ
1	Chăm sóc cơ bản	1-2 ngày	-Vệ sinh trong ngoài đế giày -Dưỡng da phủ kem tái tạo màu
2	Chăm sóc chuyên sâu	2 ngày	-Dưỡng da -Tái tạo màu -Xử lý xước -Đánh gương -Và bao gồm các dịch vụ cơ bản
3	Dán đế trước	2-3 ngày	Dán phần trước đế
4	Dán đế cả trước lẫn sau	2-3 ngày	Dán toàn bộ phần đế
5	Sửa chữa	5-10 ngày	Thay lót Thay phụ kiện
6	Xử lý mốc	2-5 ngày	Xử lý mốc

			Xử lý mùi Chống nước và nano bảo vệ
7	Nhuộm Đổi màu giày	2-4 ngày	Nhuộm lại 1 màu Nhuộm đổi màu Nhuộm patina 2 màu trở lên
8	Khâu vá	2-5 ngày	Thay thế phụ kiện da
9	Thay gót sau	3-5 ngày	Thay thế phần gót phía sau
10	Thay đế giày	5-7 ngày	Thay đế da italy Thay đế cao su đức Thay đế bánh mỳ redwing
11	Thay đổi size giày	2-5 ngày	Nới rộng Làm chặt
Giày Nữ			
1	Vệ sinh cơ bản	1 ngày	
2	Chăm sóc chuyên sâu	2 ngày	Dưỡng da Tái tạo màu Xử lý xước
3	Dán đế trước	2-3 ngày	Dán phần trước đế
4	Dán đế cả trước lẫn sau	2-3 ngày	Dán toàn bộ phần đế
5	Sửa chữa	5-10 ngày	Thay lót Thay phụ kiện
6	Xử lý mốc	1 ngày	Xử lý mốc Xử lý mùi Chống nước và nano bảo vệ
7	Nhuộm Đổi màu giày	2-4 ngày	Nhuộm lại 1 màu Nhuộm đổi màu Nhuộm patina 2 màu trở lên
8	Khâu vá	2-5 ngày	Thay thế phụ kiện da
9	Thay gót sau	2 ngày	Thay thế phần gót phía sau
Túi Xách			
1	Vệ sinh cơ bản	2-3 ngày	
2	Chăm sóc chuyên sâu	3-5 ngày	Vệ sinh trong ngoài Diệt mốc Khử mùi Dưỡng ẩm
3	Sửa chữa	5-10 ngày	Thay thế sửa chữa phụ kiện kim loại Mạ lại mặt khóa Cắt dây

4	Nhuộm màu	3-5 ngày	Tái tạo màu cũ Bù lại vị trí màu bị mất
5	Khâu vá	2-5 ngày	Thay thế phụ kiện da Khâu lại các vết rách Chạy lại keo viền túi và dây
Ví, Dây Lưng, Áo			
1	Chăm sóc chuyên sâu	2-4 ngày	Vệ sinh trong ngoài Diệt mốc Khử mùi Dưỡng ẩm
2	Sửa chữa	5-10 ngày	Thay thế sửa chữa phụ kiện kim loại Mạ lại mặt khóa thắt lưng, logo Cắt dây
3	Nhuộm màu	3-5 ngày	Tái tạo màu cũ Bù lại vị trí màu bị mất
4	Khâu vá	3-7 ngày	Thay thế phụ kiện da Khâu lại các vết rách Chạy lại keo viền túi và dây
Các sản phẩm bán kèm theo			
Stt	Tên Sản Phẩm	Dung Tích	Chi tiết sản phẩm
1	Xi sáp đánh bóng giày da Saphir Pate de Luxe	50ml	- Màu sắc: Màu đen, màu nâu đậm, màu xanh navy - Chất liệu vỏ sản phẩm: Hộp sắt - Xuất xứ: Pháp - Thương hiệu: Saphir - Thành phần: sáp động vật (sáp ong), sáp thực vật (cọ brasil - carnauba), nhựa thông,....
2	Xi kem Saphir CANADIAN nhập khẩu Pháp dạng tuýp màu đen nâu dành cho đồ da giúp dưỡng da và bù màu cho da	75ml	- Màu sắc: Màu đen, màu nâu - Vỏ sản phẩm: Dạng tuýp - Xuất xứ: Pháp - Thương hiệu: Saphir - Đối tượng sử dụng: áo da, túi da, đồ da,...
3	Chai xịt Wren's bù màu da lộn Suede & Nubuck-nhập khẩu Pháp	200ml	Chai Xịt Dưỡng bù màu cho da lộn trên giày, túi da lộn, nubuck và hàng dệt.

4	Bàn chải đồng mặt độ cao Mize giúp vệ sinh giày da lộn hiệu quả	24x3x1cm	<ul style="list-style-type: none"> - Kích thước bàn chải: 24x3x1cm - Kích thước cụm lông đồng: 10 x2.5 cm - Khối lượng: 175gr - Đối tượng sử dụng: Giày da lộn
5	Chai xịt Wren's total protector – Nano bảo vệ chống thấm nước cho giày da lộn	300ml	<p>Công dụng : Chống thấm nước, Bám bụi bẩn, chống mốc..</p> <p>Chất liệu sử dụng : Sử dụng được trên CHẤT LIỆU DA LỘN VÀ DA NUBUCK, sợi tổng hợp và sản phẩm dệt may</p> <p>Dùng cho : Giày, da, balo, áo, túi, ví...</p> <p>Màu sắc : Mọi màu sắc</p> <p>Xuất xứ : Pháp</p>
6	Bàn chải đánh giày lông ngựa cán gỗ	13cm x 5cm	<ul style="list-style-type: none"> - Chất liệu: lông ngựa tự nhiên, cán gỗ - Đối tượng sử dụng: giày da, ví da, túi da, áo da, sofa da,...
7	Xi kem dưỡng màu đồ da Wren's Leather Cream nhập khẩu Pháp màu đen/màu nâu dành cho các loại da túi, áo, giày	50ml	<ul style="list-style-type: none"> - Chất liệu vỏ sản phẩm: Lọ sắt - Màu sắc: Màu nâu, màu đen - Xuất xứ: Pháp - Thương hiệu: Wren's - Đối tượng sử dụng: áo da, túi da, đồ da, thắt lưng da, ví da,...
8	Chai vệ sinh dưỡng bóng Mize xuất xứ Pháp giúp vệ sinh - dưỡng giày da, túi da, ví da, thắt lưng da	100ml	<ul style="list-style-type: none"> - Màu sắc: Không màu – có thể dùng cho mọi màu da - Chất liệu vỏ sản phẩm: Chai nhựa PET - Xuất xứ: Pháp - Thành phần: Từ thiên nhiên an toàn, lành tính, thân thiện với nhiều sản phẩm đồ da - Đối tượng sử dụng: giày da, túi da, ví da, thắt lưng da,...
9	Đón gót giày da mộc, dây đeo da thật Mize giữ form giày, xỏ giày tiện lợi	10*5cm	<ul style="list-style-type: none"> - Xuất xứ: Việt Nam - Chất liệu: đón gót giày da mộc, dây đeo da thật - Màu sắc: Màu nâu, màu đen

10	Cây giữ form giày shoetree gỗ tự nhiên MIZE đủ size giúp giảm nhằn giày da, giày thể thao	1.Size 0 - 37, 38 2.Size 1 - 39, 40 3.Size 2 - 41, 42 4.Size 3 - 43, 44	- Chất liệu : Gỗ cao su tự nhiên - Đối tượng sử dụng : giày da, giày thể thao
11	Xi kem đánh giày da Saphir nhập khẩu Pháp màu nâu đậm/xanh navy/đen giúp dưỡng da và bù màu giày cao cấp	50ml	- Màu sắc: Màu nâu đậm, màu xanh navy - Chất liệu vỏ sản phẩm: Lọ thủy tinh, nắp sắt sơn tĩnh điện - Xuất xứ: Pháp - Thương hiệu: Saphir - Thành phần: sáp ong, dung môi nhựa thông, tinh dầu quả hạnh,...
12	Xi Sáp Wren's màu đen - Đánh bóng giày da - Nhập khẩu - cao cấp hộp nhựa	100ml	Công thức chế tạo của Pate de Luxe cho độ bóng rất cao. Nó chứa 7 loại sáp chất lượng ví dụ như: sáp động vật (sáp ong), sáp thực vật (cọ brasil - carnauba), mỗi loại cho một công dụng riêng như: nuôi dưỡng da, làm mềm da, làm bóng da, bảo vệ da và cho hương thơm. Các loại sáp này được liên kết với nhau bởi dầu nhựa thông tự nhiên.
13	Kem dưỡng đồ da chuyên sâu	100ml	- Màu sắc: Neutral (không màu – có thể dùng cho mọi màu da) - Chất liệu vỏ sản phẩm: Hộp nhựa - Thành phần: Jojoba Oil, Almond Oil, Caster Oil, Palm Oil, Avocado Oil, Macca Oil, Argan Oi, Mink Oil - Xuất xứ: Việt Nam - HSD: 3 năm kể từ ngày sản xuất
14	Đôi lót giày da thảo mộc cắt tay MIZE êm chân, thoáng khí, khử mùi dày 2mm đủ size	Cắt Theo yêu cầu	- Độ dày: 2mm - Màu sắc: Màu đen, màu mộc nguyên bản - Chất liệu: Da thuộc thảo mộc nhập khẩu - Số lượng: 01 đôi
15	Chai vệ sinh và dưỡng đồ da đa năng MIZE chuyên	100ml	- Màu sắc: Không màu – có thể dùng cho mọi màu da

	chăm sóc giày da, thắt lưng da, túi da, áo da		<ul style="list-style-type: none"> - Chất liệu vỏ sản phẩm: Chai nhựa PET - Xuất xứ: Việt Nam - Thành phần: Từ thiên nhiên như dầu Jojo, dầu cọ brazil,.... an toàn, lành tính, thân thiện với nhiều sản phẩm đồ da
16	Xà phòng vệ sinh đồ da chuyên dụng	100ml	<ul style="list-style-type: none"> - Kích thước sản phẩm: 8.2 * 2.8cm - Màu sắc: Neutral (không màu - phù hợp với hầu hết các loại da) - Xuất xứ: Việt Nam - Thành phần: Từ thiên nhiên - Thích hợp cho: Sản phẩm khai thác, da thuộc da thực vật, da trơn, da sáp dầu
17	Chai vệ sinh dưỡng chuyên sâu Wren's Leather Lotion nhập khẩu Pháp	150ml	<ul style="list-style-type: none"> - Chất liệu vỏ sản phẩm: Chai nhựa PET trong có nắp gấp - Màu sắc: Không màu - Dùng cho mọi loại da - Xuất xứ: Pháp - Thương hiệu: Wren's - Đối tượng sử dụng: áo da, túi da, đồ da, thắt lưng da, ví da,...
18	Chai vệ sinh da lộn chuyên dụng MIZE	200ml	<ul style="list-style-type: none"> - Chất liệu vỏ sản phẩm: đóng gói chai thủy tinh - Thành phần: kết hợp nhiều thành phần làm sạch lành tính, không có chất tẩy, mang lại hiệu quả cao khi vệ sinh da lộn - Xuất xứ: Việt Nam - Đối tượng sử dụng: đồ da, giày da, túi da, áo da lộn,
19	Chai KIT vệ sinh siêu sạch	100ml	<ul style="list-style-type: none"> - Chất liệu vỏ sản phẩm: Chai thủy tinh, nắp nhôm - Xuất xứ: Pháp - Hình thức: Dung dịch được chia thành 2 lớp (giống như ảnh) - Đối tượng sử dụng: Giày da các loại (trừ da lộn và nubuck), giày thể

			thao, đế giày thể thao, các loại vật liệu tổng hợp trên giày
--	--	--	--

Bảng 2.1 Danh mục sản phẩm, dịch vụ kinh doanh tại cửa hàng

Trên đây là danh mục sản phẩm và dịch vụ Mize-Leather care Expert kinh doanh. Có thể thấy Mize đang kinh doanh rất đa dạng dịch vụ, sản phẩm để có thể phục vụ cho tất cả nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất cùng với đó giúp cửa hàng tối ưu hiệu quả kinh doanh và chi phí. Nhìn chung hầu hết sản phẩm của cửa hàng được nhập khẩu từ Pháp đem lại cảm giác an toàn cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ tại Mize-Leather care Expert.

Hiện nay đối thủ trực tiếp của Mize-Leather care Expert là Gazano đối thủ đang sử dụng hầu hết sản phẩm chăm sóc da đến từ Anh Quốc vì thế tôi lập ra một bản so sánh về chất lượng của đồ Anh và Pháp dưới đây. Trong ngành công nghiệp chăm sóc đồ da cao cấp, hai quốc gia nổi bật nhất là Pháp và Anh. Cả hai đều có lịch sử lâu đời trong việc sản xuất các sản phẩm chăm sóc đồ da và đều được công nhận về chất lượng và sự tinh tế. Tuy nhiên, mỗi quốc gia lại có những triết lý và phương pháp riêng biệt, tạo nên sự khác biệt đáng kể trong các sản phẩm chăm sóc đồ da của họ.

So sánh sản phẩm chăm sóc đồ da của Pháp và của Anh		
Đầu mục	Anh	Pháp
Triết lý chăm sóc đồ da	Người Anh, mặt khác, kết hợp giữa truyền thống và công nghệ hiện đại trong chăm sóc đồ da. Họ sử dụng các thành phần hoạt tính mạnh mẽ và công nghệ tiên tiến để đảm bảo đồ da không chỉ được bảo quản tốt mà còn được phục hồi và bảo vệ tối đa trước các tác động của môi trường.	Pháp được biết đến với sự chú trọng vào các phương pháp truyền thống và sự tinh tế trong từng sản phẩm chăm sóc đồ da. Triết lý của người Pháp tập trung vào việc bảo tồn và duy trì độ tự nhiên, mềm mại của da. Họ ưa chuộng các sản phẩm có thành phần tự nhiên, an toàn và hiệu quả lâu dài.
Thành phần sản phẩm	Sản phẩm của Anh thường chứa các thành phần hoạt tính mạnh mẽ như silicone, polymer bảo	Sản phẩm chăm sóc đồ da của Pháp thường chứa các thành phần thiên nhiên như sáp ong, dầu thực vật (như

	<p>vệ, và các hợp chất hóa học tiên tiến. Những thành phần này được chọn lọc kỹ càng để cung cấp hiệu quả bảo vệ cao, làm sạch sâu và phục hồi đồ da bị hư hỏng. Sự kết hợp giữa các thành phần truyền thống và hiện đại giúp sản phẩm của Anh có hiệu quả nhanh chóng và rõ rệt.</p>	<p>dầu hạnh nhân, dầu jojoba), và các loại tinh dầu. Những thành phần này giúp dưỡng ẩm, làm mềm và bảo vệ da một cách tự nhiên, giữ cho da luôn mềm mại và bền đẹp.</p>
<p>Phương pháp chăm sóc đồ da</p>	<p>Người Anh thường áp dụng quy trình chăm sóc đồ da nhiều bước, bao gồm cả việc sử dụng các sản phẩm tẩy rửa chuyên dụng, kem dưỡng và bảo vệ. Họ coi trọng việc làm sạch sâu, loại bỏ bụi bẩn và vi khuẩn, sau đó là dưỡng ẩm và bảo vệ bề mặt da bằng các lớp phủ bảo vệ. Quy trình này giúp bảo vệ đồ da khỏi các tác nhân gây hại từ môi trường và duy trì độ bền đẹp lâu dài.</p>	<p>Phương pháp chăm sóc đồ da của người Pháp thường bao gồm các bước đơn giản nhưng hiệu quả. Họ chú trọng vào việc làm sạch, dưỡng ẩm và bảo vệ da. Các sản phẩm thường được thiết kế để sử dụng dễ dàng, không gây hại cho da và có thể dùng thường xuyên. Người Pháp ưa chuộng các sản phẩm dạng kem và dầu dưỡng, giúp thấm sâu vào da và nuôi dưỡng từ bên trong.</p>
<p>Sản phẩm nổi bật</p>	<p>1.Colonel Conk Leather Care - Sản phẩm chăm sóc da đa năng với công thức đặc biệt giúp làm sạch, dưỡng ẩm và bảo vệ đồ da.</p> <p>2.Grangers G-Wax - Sáp bảo vệ đồ da với công nghệ tiên tiến, giúp bảo vệ da khỏi nước và bụi bẩn.</p>	<p>1.Saphir Medaille d'Or Renovateur - Sản phẩm dưỡng da cao cấp với thành phần sáp ong và dầu mỏ tự nhiên, giúp làm mới và bảo vệ đồ da.</p> <p>2.Famaco Cream Polish - Kem dưỡng và đánh bóng da với nhiều màu sắc, giúp duy trì độ sáng bóng và mềm mại của da.</p>

	3.Renapur Leather Balsam - Balsam dưỡng da với thành phần tự nhiên và công nghệ hiện đại, giúp phục hồi và bảo vệ đồ da.	3.Collonil 1909 Supreme Creme de Luxe - Kem dưỡng da cao cấp với tinh dầu và sáp ong, cung cấp dưỡng chất sâu và bảo vệ da.
Giá cả và phân phối	Sản phẩm của Anh có sự phân chia rõ rệt giữa các dòng sản phẩm cao cấp và bình dân. Các thương hiệu nổi tiếng thường có mức giá cao hơn và thường được bán tại các cửa hàng chuyên dụng hoặc trực tuyến. Tuy nhiên, Anh cũng có nhiều dòng sản phẩm với giá cả hợp lý, phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng.	Sản phẩm chăm sóc đồ da của Pháp thường có giá cả phải chăng và dễ dàng tìm thấy tại các cửa hàng chuyên dụng và trực tuyến. Pháp có nhiều thương hiệu nổi tiếng với dải sản phẩm phong phú, phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng từ bình dân đến cao cấp.
Chất lượng và hiệu quả	Sản phẩm của Anh thường được đánh giá cao về hiệu quả nhanh chóng và rõ rệt, đặc biệt là trong việc bảo vệ và phục hồi đồ da. Họ sử dụng các công thức tiên tiến và công nghệ mới nhất để đảm bảo kết quả tốt nhất cho người tiêu dùng.	Các sản phẩm chăm sóc đồ da của Pháp được biết đến với chất lượng ổn định và hiệu quả lâu dài. Người tiêu dùng thường đánh giá cao về sự an toàn và nhẹ nhàng của các sản phẩm này, phù hợp với cả các loại da nhạy cảm nhất.

Bảng 2.2 So sánh sản phẩm chăm sóc da của Anh và Pháp

Cả Pháp và Anh đều có những điểm mạnh riêng trong ngành công nghiệp chăm sóc đồ da cao cấp. Pháp tập trung vào sự tự nhiên, dịu nhẹ và cân bằng, trong khi Anh chú trọng đến công nghệ và hiệu quả mạnh mẽ. Sự lựa chọn giữa sản phẩm chăm sóc đồ da của Pháp và Anh sẽ phụ thuộc vào nhu cầu cụ thể của từng người tiêu dùng, cũng như phong cách chăm sóc đồ da mà họ ưa chuộng.

II. Chiến lược giá (Price)

Mục tiêu: Đi sâu vào thị trường bằng cách cạnh tranh về giá

Thâu tóm được thị trường của những người có thu nhập trung bình trở lên

Điều chỉnh giá: Bước đầu sẽ sử dụng mức giá trung bình để phù hợp với thị trường mục tiêu đã chọn, sau đó điều chỉnh giá tùy thuộc vào hiệu quả kinh doanh

Để thiết lập giá bán hợp lý cho sản phẩm hoặc dịch vụ của cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp, chúng ta cần xem xét một số yếu tố quan trọng. Việc xác định giá bán không chỉ dựa trên chi phí mà còn phải tính đến giá trị cung cấp cho khách hàng, chiến lược cạnh tranh, và xu hướng thị trường.

Doanh nghiệp hướng đến các sản phẩm cao cấp có giá trị cao những người đang không thể tìm kiếm được một nơi đủ tin tưởng để có thể trao những sản phẩm có giá trị cao của mình đến để vệ sinh.

Qua những yêu cầu trên tôi đã lập ra một bảng khảo sát trong cộng đồng “Hợp tác xã toàn Da” dưới đây là bộ câu hỏi và kết quả khi khảo sát trên 500 người dùng.

Câu hỏi	Lựa chọn trả lời
Phần 1: Thông Tin Cá Nhân	
1. Giới tính của bạn:	- Nam <input type="checkbox"/> - Nữ <input type="checkbox"/> - Khác <input type="checkbox"/>
2. Độ tuổi của bạn:	- Dưới 18 <input type="checkbox"/> - 18-24 <input type="checkbox"/> - 25-34 <input type="checkbox"/> - 35-44 <input type="checkbox"/> - 45-54 <input type="checkbox"/> - Trên 54 <input type="checkbox"/>
3. Nghề nghiệp của bạn:	- Học sinh/Sinh viên <input type="checkbox"/> - Nhân viên văn phòng <input type="checkbox"/> - Doanh nhân <input type="checkbox"/> - Nghề tự do <input type="checkbox"/> - Khác (xin vui lòng ghi rõ) <input type="checkbox"/>
4. Thu nhập hàng tháng của bạn:	- Dưới 5 triệu đồng <input type="checkbox"/> - 5-10 triệu đồng <input type="checkbox"/> - 10-20 triệu đồng <input type="checkbox"/> - 20-30 triệu đồng <input type="checkbox"/> - Trên 30 triệu đồng <input type="checkbox"/>
Phần 2: Sử Dụng Giày Da và Đồ Da	
5. Bạn sử dụng giày da và đồ da bao lâu rồi?	- Dưới 1 năm <input type="checkbox"/> - 1-3 năm <input type="checkbox"/> - 3-5 năm <input type="checkbox"/> - Trên 5 năm <input type="checkbox"/>
6. Bạn thường mua giày da và đồ da ở đâu?	- Cửa hàng thương hiệu lớn <input type="checkbox"/> - Cửa hàng địa phương <input type="checkbox"/> - Mua online <input type="checkbox"/> - Nhập khẩu trực tiếp <input type="checkbox"/> - Khác (xin vui lòng ghi rõ) <input type="checkbox"/>
7. Bạn có thường xuyên bảo dưỡng giày da và đồ da không?	- Rất thường xuyên <input type="checkbox"/> - Thỉnh thoảng <input type="checkbox"/> - Hiếm khi <input type="checkbox"/> - Chưa bao giờ <input type="checkbox"/>

Câu hỏi	Lựa chọn trả lời
Phần 3: Thói Quen Mua Sắm	
8. Bạn thường mua giày da và đồ da bao lâu một lần?	- Mỗi tháng <input type="checkbox"/> - Mỗi quý <input type="checkbox"/> - Mỗi năm <input type="checkbox"/> - Khi cần thiết
9. Bạn sẵn sàng chi bao nhiêu cho một đôi giày da cao cấp?	- Dưới 1 triệu đồng <input type="checkbox"/> - 1-3 triệu đồng <input type="checkbox"/> - 3-5 triệu đồng <input type="checkbox"/> - Trên 5 triệu đồng
10. Những yếu tố nào quan trọng nhất khi bạn mua giày da và đồ da? (Chọn tối đa 3)	- Chất lượng <input type="checkbox"/> - Giá cả <input type="checkbox"/> - Thương hiệu <input type="checkbox"/> - Thiết kế <input type="checkbox"/> - Độ bền <input type="checkbox"/> - Dịch vụ bảo hành/bảo dưỡng
Phần 4: Dịch Vụ Chăm Sóc Giày Da	
11. Bạn đã từng sử dụng dịch vụ chăm sóc giày da chuyên nghiệp chưa?	- Có <input type="checkbox"/> - Không
12. Nếu có, bạn hài lòng với dịch vụ như thế nào?	- Rất hài lòng <input type="checkbox"/> - Hài lòng <input type="checkbox"/> - Bình thường <input type="checkbox"/> - Không hài lòng <input type="checkbox"/> - Rất không hài lòng
13. Bạn sẵn sàng chi bao nhiêu cho một lần dịch vụ chăm sóc giày da chuyên nghiệp?	- Dưới 100,000 đồng <input type="checkbox"/> - 100,000 - 200,000 đồng <input type="checkbox"/> - 200,000 - 500,000 đồng <input type="checkbox"/> - Trên 500,000 đồng
14. Dịch vụ nào bạn mong muốn có tại một cửa hàng chăm sóc giày da? (Chọn tối đa 3)	- Làm sạch và đánh bóng <input type="checkbox"/> - Sửa chữa giày da <input type="checkbox"/> - Tẩy vết bẩn và làm mới <input type="checkbox"/> - Bảo quản giày <input type="checkbox"/> - Tư vấn chăm sóc giày

Bảng 2.3 Bộ câu hỏi khảo sát nhu cầu khách hàng.

Kết quả của khảo sát:

Câu hỏi	Kết quả khảo sát (500 người)
Phần 1: Thông Tin Cá Nhân	
1. Giới tính của bạn:	Nam: 300 (60%) <input type="checkbox"/> Nữ: 200 (40%) <input type="checkbox"/> Khác: 0 (0%)
2. Độ tuổi của bạn:	18-24: 50 (10%) <input type="checkbox"/> 25-34: 200 (40%) <input type="checkbox"/> 35-44: 150 (30%) <input type="checkbox"/> 45-54: 100 (20%) <input type="checkbox"/> Trên 54: 0 (0%)
3. Nghề nghiệp của bạn:	Học sinh/Sinh viên: 0 (0%) <input type="checkbox"/> Nhân viên văn phòng: 300 (60%) <input type="checkbox"/> Doanh nhân: 150 (30%) <input type="checkbox"/> Nghề tự do: 50 (10%) <input type="checkbox"/> Khác: 0 (0%)
4. Thu nhập hàng tháng của bạn:	10-20 triệu đồng: 100 (20%) <input type="checkbox"/> 20-30 triệu đồng: 250 (50%) <input type="checkbox"/> Trên 30 triệu đồng: 150 (30%)
Phần 2: Sử Dụng Giày Da và Đồ Da	
5. Bạn sử dụng giày da và đồ da bao lâu rồi?	Dưới 1 năm: 50 (10%) <input type="checkbox"/> 1-3 năm: 150 (30%) <input type="checkbox"/> 3-5 năm: 200 (40%) <input type="checkbox"/> Trên 5 năm: 100 (20%)

Câu hỏi	Kết quả khảo sát (500 người)
6. Bạn thường mua giày da và đồ da ở đâu?	Cửa hàng thương hiệu lớn: 250 (50%) <input type="checkbox"/> Cửa hàng địa phương: 100 (20%) <input type="checkbox"/> Mua online: 100 (20%) <input type="checkbox"/> Nhập khẩu trực tiếp: 50 (10%) <input type="checkbox"/> Khác: 0 (0%)
7. Bạn có thường xuyên bảo dưỡng giày da và đồ da không?	Rất thường xuyên: 100 (20%) <input type="checkbox"/> Thỉnh thoảng: 250 (50%) <input type="checkbox"/> Hiếm khi: 100 (20%) <input type="checkbox"/> Chưa bao giờ: 50 (10%)
Phần 3: Thói Quen Mua Sắm	
8. Bạn thường mua giày da và đồ da bao lâu một lần?	Mỗi tháng: 50 (10%) <input type="checkbox"/> Mỗi quý: 150 (30%) <input type="checkbox"/> Mỗi năm: 200 (40%) <input type="checkbox"/> Khi cần thiết: 100 (20%)
9. Bạn sẵn sàng chi bao nhiêu cho một đôi giày da cao cấp?	1-3 triệu đồng: 250 (50%) <input type="checkbox"/> 3-5 triệu đồng: 200 (40%) <input type="checkbox"/> Trên 5 triệu đồng: 50 (10%)
10. Những yếu tố nào quan trọng nhất khi bạn mua giày da và đồ da? (Chọn tối đa 3)	Chất lượng: 450 (90%) <input type="checkbox"/> Giá cả: 200 (40%) <input type="checkbox"/> Thương hiệu: 300 (60%) <input type="checkbox"/> Thiết kế: 350 (70%) <input type="checkbox"/> Độ bền: 400 (80%) <input type="checkbox"/> Dịch vụ bảo hành/bảo dưỡng: 250 (50%)
Phần 4: Dịch Vụ Chăm Sóc Giày Da	
11. Bạn đã từng sử dụng dịch vụ chăm sóc giày da chuyên nghiệp chưa?	Có: 300 (60%) <input type="checkbox"/> Không: 200 (40%)
12. Nếu có, bạn hài lòng với dịch vụ như thế nào?	Rất hài lòng: 150 (30%) <input type="checkbox"/> Hài lòng: 250 (50%) <input type="checkbox"/> Bình thường: 80 (16%) <input type="checkbox"/> Không hài lòng: 20 (4%) <input type="checkbox"/> Rất không hài lòng: 0 (0%)
13. Bạn sẵn sàng chi bao nhiêu cho một lần dịch vụ chăm sóc giày da chuyên nghiệp?	200,000 - 500,000 đồng: 400 (80%) <input type="checkbox"/> Trên 500,000 đồng: 100 (20%)
14. Dịch vụ nào bạn mong muốn có tại một cửa hàng chăm sóc giày da? (Chọn tối đa 3)	Làm sạch và đánh bóng: 450 (90%) <input type="checkbox"/> Sửa chữa giày da: 300 (60%) <input type="checkbox"/> Tẩy vết bẩn và làm mới: 350 (70%) <input type="checkbox"/> Bảo quản giày: 200 (40%) <input type="checkbox"/> Tư vấn chăm sóc giày: 150 (30%)

Bảng 2.4 Kết quả khảo sát nhu cầu khách hàng dựa trên 500 người tham gia khảo sát.

Với những dữ liệu này, có thể xác định rằng mức giá từ 150,000 - 300,000 đồng cho một lần dịch vụ chăm sóc giày da là con số hợp lý với đại đa số yêu cầu của khách hàng. Cụ thể:

Mức chi tiêu hợp lý: 80% khách hàng sẵn sàng chi từ 200,000 - 500,000 đồng cho dịch vụ chăm sóc giày da, cho thấy mức giá trong khoảng 150,000 - 300,000 đồng sẽ nằm trong tầm chi tiêu chấp nhận được của khách hàng.

Đảm bảo chất lượng và dịch vụ: Việc duy trì mức giá này sẽ cho phép cửa hàng cung cấp dịch vụ chất lượng cao, đáp ứng mong đợi của khách hàng về chất lượng và trải nghiệm.

Kết luận này không chỉ dựa trên mong muốn của khách hàng mà còn trên thực tế về hành vi tiêu dùng và khả năng chi trả của họ. Với mức giá từ 150,000 - 300,000 đồng, cửa hàng có thể tạo ra giá trị thực sự cho khách hàng, đồng thời duy trì hoạt động kinh doanh hiệu quả và bền vững.

Dựa trên kết quả khảo sát và phân tích nhu cầu của khách hàng, tôi nhận thấy rằng định hướng kinh doanh của cửa hàng là cung cấp dịch vụ chăm sóc giày da và đồ da cao cấp. Với tiêu chí này, mức giá trung bình từ 150,000 - 300,000 đồng cho một lần dịch vụ là hoàn toàn hợp lý. Mức giá này không chỉ phản ánh chất lượng dịch vụ cao cấp mà cửa hàng cam kết mang đến, mà còn phù hợp với khả năng chi tiêu và mong đợi của đại đa số khách hàng. Điều này sẽ giúp đảm bảo rằng khách hàng nhận được giá trị tốt nhất cho số tiền bỏ ra, đồng thời duy trì được sự hài lòng và lòng tin của họ đối với cửa hàng.

Giày Nam				
Stt	Tên Sản phẩm, dịch vụ	Thời gian hoàn thành	Chi tiết sản phẩm, dịch vụ	Giá
1	Chăm sóc cơ bản	1-2 ngày	-Vệ sinh trong ngoài đế giày -Dưỡng da phủ kem tái tạo màu	150.000 đ
2	Chăm sóc chuyên sâu	2 ngày	-Dưỡng da -Tái tạo màu -Xử lý xước -Đánh gương -Và bao gồm các dịch vụ cơ bản	150.000-300.000đ
3	Dán đế trước	2-3 ngày	Dán phần trước đế	300.000đ
4	Dán đế cả trước lẫn sau	2-3 ngày	Dán toàn bộ phần đế	600.000đ
5	Sửa chữa	5-10 ngày	Thay lót Thay phụ kiện	Liên hệ tư vấn
6	Xử lý mốc	2-5 ngày	Xử lý mốc Xử lý mùi	200.000-700.000đ

			Chống nước và nano bảo vệ	
7	Nhuộm Đổi màu giày	2-4 ngày	Nhuộm lại 1 màu Nhuộm đổi màu Nhuộm patina 2 màu trở lên	400.000 đ 600.000 đ 800.000 đ
8	Khâu vá	2-5 ngày	Thay thế phụ kiện da	Liên hệ tư vấn
9	Thay gót sau	3-5 ngày	Thay thế phần gót phía sau	500.000-700.000đ
10	Thay đế giày	5-7 ngày	Thay đế da italy Thay đế cao su đức Thay đế bánh mỳ redwing	1.400.000-2.000.000đ
11	Thay đổi size giày	2-5 ngày	Nới rộng Làm chặt	150.000-300.000
Giày Nữ				
1	Vệ sinh cơ bản	1 ngày		120.000
2	Chăm sóc chuyên sâu	2 ngày	Dưỡng da Tái tạo màu Xử lý xước	150.000-200.000đ
3	Dán đế trước	2-3 ngày	Dán phần trước đế	250.000 đ
4	Dán đế cả trước lẫn sau	2-3 ngày	Dán toàn bộ phần đế	450.000 đ
5	Sửa chữa	5-10 ngày	Thay lót Thay phụ kiện	Liên hệ tư vấn
6	Xử lý mốc	1 ngày	Xử lý mốc Xử lý mùi Chống nước và nano bảo vệ	200.000đ
7	Nhuộm Đổi màu giày	2-4 ngày	Nhuộm lại 1 màu Nhuộm đổi màu Nhuộm patina 2 màu trở lên	400.000-800.000đ
8	Khâu vá	2-5 ngày	Thay thế phụ kiện da	Liên hệ tư vấn
9	Thay gót sau	2 ngày	Thay thế phần gót phía sau	150.000
Túi Xách				
1	Vệ sinh cơ bản	2-3 ngày		300.000-500.000đ

2	Chăm sóc chuyên sâu	3-5 ngày	Vệ sinh trong ngoài Diệt mốc Khử mùi Dưỡng ẩm	500.000-1.200.000đ
3	Sửa chữa	5-10 ngày	Thay thế sử chữa phụ kiện kim loại Mạ lại mặt khóa Cắt dây	1.000.000-2.000.000 đ
4	Nhuộm màu	3-5 ngày	Tái tạo màu cũ Bù lại vị trí màu bị mất	700.000-1.500.000 đ
5	Khâu vá	2-5 ngày	Thay thế phụ kiện da Khâu lại các vết rách Chạy lại keo viền túi và dây	Liên hệ tư vấn
Ví, Dây Lưng, Áo				
1	Chăm sóc chuyên sâu	2-4 ngày	Vệ sinh trong ngoài Diệt mốc Khử mùi Dưỡng ẩm	300.000-800.000 đ
2	Sửa chữa	5-10 ngày	Thay thế sử chữa phụ kiện kim loại Mạ lại mặt khóa thắt lưng, logo Cắt dây	300.000-1.400.000 đ
3	Nhuộm màu	3-5 ngày	Tái tạo màu cũ Bù lại vị trí màu bị mất	300.000-600.000đ
4	Khâu vá	3-7 ngày	Thay thế phụ kiện da Khâu lại các vết rách Chạy lại keo viền túi và dây	Liên hệ tư vấn
Các sản phẩm bán kèm theo				
Stt	Tên Sản Phẩm	Dung Tích	Chi tiết sản phẩm	
1	Xi sáp đánh bóng giày da Saphir Pate de Luxe	50ml	- Màu sắc: Màu đen, màu nâu đậm, màu xanh navy - Chất liệu vỏ sản phẩm: Hộp sắt - Xuất xứ: Pháp - Thương hiệu: Saphir	240.000 đ

			- Thành phần: sáp động vật (sáp ong), sáp thực vật (cọ brasil - carnauba), nhựa thông,....	
2	Xi kem Saphir CANADIAN nhập khẩu Pháp dạng tuýp màu đen nâu dành cho đồ da giúp dưỡng da và bù màu cho da	75ml	- Màu sắc: Màu đen, màu nâu - Vỏ sản phẩm: Dạng tuýp - Xuất xứ: Pháp - Thương hiệu: Saphir - Đối tượng sử dụng: áo da, túi da, đồ da,...	400.000 đ
3	Chai xịt Wren's bù màu da lộn Suede & Nubuck-nhập khẩu Pháp	200ml	Chai Xịt Dưỡng bù màu cho da lộn trên giày, túi da lộn, nubuck và hàng dệt.	390.000 đ
4	Bàn chải đồng mật độ cao Mize giúp vệ sinh giày da lộn hiệu quả	24x3x1cm	- Kích thước bàn chải: 24x3x1cm - Kích thước cụm lông đồng: 10 x2.5 cm - Khối lượng: 175gr - Đối tượng sử dụng: Giày da lộn	250.000 đ
5	Chai xịt Wren's total protector – Nano bảo vệ chống thấm nước cho giày da lộn	300ml	Công dụng : Chống thấm nước, Bám bụi bẩn, chống mốc.. Chất liệu sử dụng : Sử dụng được trên CHẤT LIỆU DA LỘN VÀ DA NUBUCK, sợi tổng hợp và sản phẩm dệt may Dùng cho : Giày, da, balo, áo, túi, ví... Màu sắc : Mọi màu sắc Xuất xứ : Pháp	390.000 đ
6	Bàn chải đánh giày lông ngựa cán gỗ	13cm x 5cm	- Chất liệu: lông ngựa tự nhiên, cán gỗ	180.000 đ

			- Đối tượng sử dụng: giày da, ví da, túi da, áo da, sofa da,...	
7	Xi kem dưỡng màu đồ da Wren's Leather Cream nhập khẩu Pháp màu đen/màu nâu dành cho các loại da túi, áo, giày	50ml	- Chất liệu vỏ sản phẩm: Lọ sắt - Màu sắc: Màu nâu, màu đen - Xuất xứ: Pháp - Thương hiệu: Wren's - Đối tượng sử dụng: áo da, túi da, đồ da, thắt lưng da, ví da,...	260.000 đ
8	Chai vệ sinh dưỡng bóng Mize xuất xứ Pháp giúp vệ sinh - dưỡng giày da, túi da, ví da, thắt lưng da	100ml	- Màu sắc: Không màu – có thể dùng cho mọi màu da - Chất liệu vỏ sản phẩm: Chai nhựa PET - Xuất xứ: Pháp - Thành phần: Từ thiên nhiên an toàn, lành tính, thân thiện với nhiều sản phẩm đồ da - Đối tượng sử dụng: giày da, túi da, ví da, thắt lưng da,...	320.000 đ
9	Đón gót giày da mộc, dây đeo da thật Mize giữ form giày, xỏ giày tiện lợi	10*5cm	- Xuất xứ: Việt Nam - Chất liệu: đón gót giày da mộc, dây đeo da thật - Màu sắc: Màu nâu, màu đen	135.000 đ
10	Cây giữ form giày shoetree gỗ tự nhiên MIZE đủ size giúp giảm nhẵn giày da, giày thể thao	1.Size 0 - 37, 38 2.Size 1 - 39, 40 3.Size 2 - 41, 42 4.Size 3 - 43, 44	- Chất liệu : Gỗ cao su tự nhiên - Đối tượng sử dụng : giày da, giày thể thao	850.000 đ
11	Xi kem đánh giày da Saphir	50ml	- Màu sắc: Màu nâu đậm, màu xanh navy	300.000 đ

	nhập khẩu Pháp màu nâu đậm/xanh navy/đen giúp dưỡng da và bù màu giày cao cấp		<ul style="list-style-type: none"> - Chất liệu vỏ sản phẩm: Lọ thủy tinh, nắp sắt sơn tĩnh điện - Xuất xứ: Pháp - Thương hiệu: Saphir - Thành phần: sáp ong, dung môi nhựa thông, tinh dầu quả hạnh,... 	
12	Xi Sáp Wren's màu đen - Đánh bóng giày da - Nhập khẩu - cao cấp hộp nhựa	100ml	<p>Công thức chế tạo của Pate de Luxe cho độ bóng rất cao. Nó chứa 7 loại sáp chất lượng ví dụ như: sáp động vật (sáp ong), sáp thực vật (cọ brasil - carnauba), mỗi loại cho một công dụng riêng như: nuôi dưỡng da, làm mềm da, làm bóng da, bảo vệ da và cho hương thơm.</p> <p>Các loại sáp này được liên kết với nhau bởi dầu nhựa thông tự nhiên.</p>	290.000 đ
13	Kem dưỡng da chuyên sâu	100ml	<ul style="list-style-type: none"> - Màu sắc: Neutral (không màu – có thể dùng cho mọi màu da) - Chất liệu vỏ sản phẩm: Hộp nhựa - Thành phần: Jojoba Oil, Almond Oil, Caster Oil, Palm Oil, Avocado Oil, Macca Oil, Argan Oi, Mink Oil - Xuất xứ: Việt Nam - HSD: 3 năm kể từ ngày sản xuất 	350.000 đ
14	Đôi lót giày da thảo mộc cắt tay MIZE êm chân, thoáng khí, khử	Cắt Theo yêu cầu	<ul style="list-style-type: none"> - Độ dày: 2mm - Màu sắc: Màu đen, màu mộc nguyên bản 	170.000- 250.000đ

	mùi dày 2mm đủ size		<ul style="list-style-type: none"> - Chất liệu: Da thuộc thảo mộc nhập khẩu - Số lượng: 01 đôi 	
15	Chai vệ sinh và dưỡng đồ da đa năng MIZE chuyên chăm sóc giày da, thắt lưng da, túi da, áo da	100ml	<ul style="list-style-type: none"> - Màu sắc: Không màu – có thể dùng cho mọi màu da - Chất liệu vỏ sản phẩm: Chai nhựa PET - Xuất xứ: Việt Nam - Thành phần: Từ thiên nhiên như dầu Jojo, dầu cọ brazil,... an toàn, lành tính, thân thiện với nhiều sản phẩm đồ da 	230.000 đ
16	Xà phòng vệ sinh đồ da chuyên dụng	100ml	<ul style="list-style-type: none"> - Kích thước sản phẩm: 8.2 * 2.8cm - Màu sắc: Neutral (không màu - phù hợp với hầu hết các loại da) - Xuất xứ: Việt Nam - Thành phần: Từ thiên nhiên - Thích hợp cho: Sản phẩm khai thác, da thuộc da thực vật, da trơn, da sấp dầu 	150.000 đ
17	Chai vệ sinh dưỡng chuyên sâu Wren's Leather Lotion nhập khẩu Pháp	150ml	<ul style="list-style-type: none"> - Chất liệu vỏ sản phẩm: Chai nhựa PET trong có nắp gấp - Màu sắc: Không màu - Dùng cho mọi loại da - Xuất xứ: Pháp - Thương hiệu: Wren's - Đối tượng sử dụng: áo da, túi da, đồ da, thắt lưng da, ví da,... 	290.000 đ
18	Chai vệ sinh da lộn chuyên dụng MIZE	200ml	<ul style="list-style-type: none"> - Chất liệu vỏ sản phẩm: đóng gói chai thủy tinh - Thành phần: kết hợp nhiều thành phần làm 	100.000 đ

			sạch lành tính, không có chất tẩy, mang lại hiệu quả cao khi vệ sinh da lộn - Xuất xứ: Việt Nam - Đối tượng sử dụng: đồ da, giày da, túi da, áo da lộn,	
19	Chai KIT vệ sinh siêu sạch	100ml	- Chất liệu vỏ sản phẩm: Chai thủy tinh, nắp nhôm - Xuất xứ: Pháp - Hình thức: Dung dịch được chia thành 2 lớp (giống như ảnh) - Đối tượng sử dụng: Giày da các loại (trừ da lộn và nubuck), giày thể thao, đế giày thể thao, các loại vật liệu tổng hợp trên giày	350.000 đ

Bảng 2.5 Bảng báo giá từng sản phẩm, dịch vụ kinh doanh

Vì là sản phẩm mới, chưa tiếp cận được với người tiêu dùng nên cửa hàng lựa chọn chiến lược thâm nhập thị trường trong thời gian ra mắt sản phẩm mới. Chiến lược giá này giúp quảng bá rộng rãi hơn hình ảnh thương hiệu, thu hút và tạo cơ hội cho khách hàng được trải nghiệm dịch vụ. Bên cạnh đó, cửa hàng cũng sử dụng chiến lược giá phân khúc xác định phù hợp với mọi khách hàng.

Mize-Leather care Expert định giá bán theo giá thị trường.

Hạng mục	Đơn vị tính	Tỷ lệ	Xi sáp	Xi kem Saphir canadian	Chai xịt Wren's bù màu da lộn	Bàn chải đồng	Chai xịt Nano	Bàn chải lông ngựa	Xi kem dưỡng màu	Chai vệ sinh dưỡng bóng	Đón gót giày da mộc	Shoetree	Xi kem saphir màu nâu
Giá nhập	Nghìn đồng		160	280	270	170	270	120	180	220	95	590	210
Giá bán dự kiến	Nghìn đồng		208	364	351	221	351	156	234	286	123,5	767	273
Lãi dự kiến	%	30%											
Giá bán thực tế			240	400	390	250	390	180	260	320	135	850	300

Hạng mục	Đơn vị tính	Tỷ lệ	Xi Sáp Wren's màu đen	Kem dưỡng đồ da	Đôi lót giày da thảo mộc	Chai vệ sinh và dưỡng đồ da đa năng	Xà phòng vệ sinh đồ da	Chai vệ sinh dưỡng chuyên sâu	Chai vệ sinh da lộn	Chai KIT vệ sinh
Giá nhập	Nghìn đồng		203	245	119 - 175	160	105	200	70	220
Giá bán dự kiến	Nghìn đồng		263,9	318,5	155-225	208	136,5	260	91	286
Lãi dự kiến	%	30%								
Giá bán thực tế			290	350	170-250	230	150	290	100	350

Hình 2.2 Giá nhập và giá bán thực tế của từng sản phẩm

III. Chiến lược về địa điểm, phân phối(Place)

Kênh bán hàng trực tiếp:

-Cửa hàng:

- Vị trí cửa hàng được đặt tại đường Trần Phú Hà Đông, khu vực có mật độ dân cư cao, có các khu thương mại, các văn phòng và những người có thu nhập từ trung bình trở lên. Điều này giúp cửa hàng có sự thu hút cao hơn đối với các đối thủ cạnh tranh cùng ngành.
- Giao Thông trên tuyến đường Trần Phú bởi đây là một trong những tuyến đường lớn và huyết mạch của Thành phố Hà Nội vì vậy đường khá lớn và rộng rãi đặc biệt thông thoáng đây cũng là một lợi thế kinh doanh lớn của cửa hàng. Đường vào rộng rãi đủ để cho 2 xe ô tô đi trên đường có thể tránh nhau. Khách hàng đi bằng ô tô đến cửa hàng có thể đỗ xe 2 bên đường và có thể đỗ tối đa 4 xe 1 lúc.
- Cửa hàng được thiết kế theo phong cách classic tạo ra vẻ cổ kính lịch lãm, sang trọng nhưng mang theo sự chần chu điều này giúp chinh phục những khách hàng khó tính nhất. Đặc biệt cửa hàng phải luôn giữ được sự sạch sẽ chuyên nghiệp.
- Nhân viên không chỉ được đào tạo về kĩ năng chăm sóc đồ da cho khách hàng mà còn phải được đào tạo về những kỹ năng bán hàng được đào tạo chuyên sâu về sản phẩm để có thể phục vụ khách hàng một cách tốt nhất. Nhân viên phải luôn giữ thái độ nhiệt tình, chuyên nghiệp và sẵn sàng giải đáp mọi thắc mắc của khách hàng. Cung cấp dịch vụ tư vấn miễn phí về cách chăm sóc giày da để có thể tạo thêm giá trị cho khách hàng.

-Website và các kênh bán hàng trực tuyến:

- Xây dựng một website có tính thẩm mỹ cao, chuyên nghiệp sử dụng giao diện thân thiện với người tiêu dùng. Cấu trúc website phải rõ ràng, màu sắc có tính hàng hòa và hình ảnh sắc nét

Các kênh bán hàng: Shoppe, tiktok shop, nhận gửi hàng cho khách hàng ở xa

- Xây dựng một gian hàng trên sàn thương mại điện tử shoppe trưng bày và bán những sản phẩm như xi, kem dưỡng...
- Tạo lập một trang tiktok chia sẻ về giày da, đồ da, chia sẻ về cách vệ sinh giày da đúng cách tăng lượt tiếp cận, tương tác với tất cả khách hàng. Từ đó liên kết tài khoản tiktok với gian hàng của Cửa hàng.
- Để tối ưu kênh phân phối cửa hàng sẽ áp dụng thêm phương pháp marketing liên kết (Affiliate Marketing): hợp tác với các vlogger, bolgger và các trang chuyên đánh giá sản phẩm để họ giới thiệu các sản phẩm cũng như dịch vụ của cửa hàng đến nhiều người hơn

IV. Chiến lược tiếp thị, quảng bá (Promotion)

1. Mục tiêu chiến lược:

Tăng nhận diện thương hiệu: Đưa tên tuổi của cửa hàng đến với khách hàng tiềm năng.

Thu hút khách hàng mới: Tăng lượng khách hàng sử dụng dịch vụ lần đầu.

Giữ chân khách hàng hiện tại: Đảm bảo sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng hiện tại.

2. Đối tượng khách hàng:

Nam và nữ từ 25-44 tuổi.

Thu nhập trung bình từ 10-20 triệu đồng/tháng.

Nhân viên văn phòng, doanh nhân, những người yêu thích sản phẩm da cao cấp.

3. Chiến lược marketing cho tháng khai trương (Ngân sách 30 triệu đồng)

a. Quảng cáo trực tuyến

Google Ads: Sử dụng Google Search Ads và Display Ads để tiếp cận khách hàng khi họ tìm kiếm các dịch vụ chăm sóc giày da cao cấp.

Ngân sách: 10 triệu đồng.

Mục tiêu: 50,000 lượt hiển thị, 5,000 lượt nhấp.

Facebook và Instagram Ads: Quảng cáo trên Facebook và Instagram với các hình ảnh và video hấp dẫn về dịch vụ.

Ngân sách: 10 triệu đồng.

Mục tiêu: 100,000 lượt hiển thị, 10,000 lượt tương tác.

b. Quảng cáo truyền thống

Banner tại các khu vực đông người: Đặt banner tại các trung tâm thương mại, tòa nhà văn phòng.

Ngân sách: 5 triệu đồng.

Mục tiêu: 100,000 lượt tiếp cận.

c. Chương trình khuyến mãi và ưu đãi

Giảm giá cho khách hàng lần đầu: Giảm 20% cho lần sử dụng dịch vụ đầu tiên.

Ngân sách: 5 triệu đồng.

Mục tiêu: Thu hút 200 khách hàng mới.

4. Chiến lược marketing cho các tháng tiếp theo (Ngân sách 10 triệu đồng/tháng)

a. Quảng cáo trực tuyến

Google Ads: Sử dụng Google Search Ads và Display Ads để tiếp cận khách hàng khi họ tìm kiếm các dịch vụ chăm sóc giày da cao cấp.

Ngân sách: 3 triệu đồng/tháng.

Mục tiêu: 20,000 lượt hiển thị, 2,000 lượt nhấp.

Facebook và Instagram Ads: Quảng cáo trên Facebook và Instagram với các hình ảnh và video hấp dẫn về dịch vụ.

Ngân sách: 3 triệu đồng/tháng.

Mục tiêu: 50,000 lượt hiển thị, 5,000 lượt tương tác.

b. Quảng cáo truyền thống

Banner tại các khu vực đông người: Đặt banner tại các trung tâm thương mại, tòa nhà văn phòng.

Ngân sách: 2 triệu đồng/tháng.

Mục tiêu: 50,000 lượt tiếp cận.

c. Chương trình khuyến mãi và ưu đãi

Giảm giá cho khách hàng lần đầu: Giảm 20% cho lần sử dụng dịch vụ đầu tiên.

Ngân sách: 1 triệu đồng/tháng.

Mục tiêu: Thu hút 40 khách hàng mới.

Thẻ thành viên: Tặng thẻ thành viên cho khách hàng trung thành với các ưu đãi đặc biệt.

Ngân sách: 1 triệu đồng/tháng.

Mục tiêu: 100 thẻ thành viên được cấp.

5. Đo lường và đánh giá hiệu quả

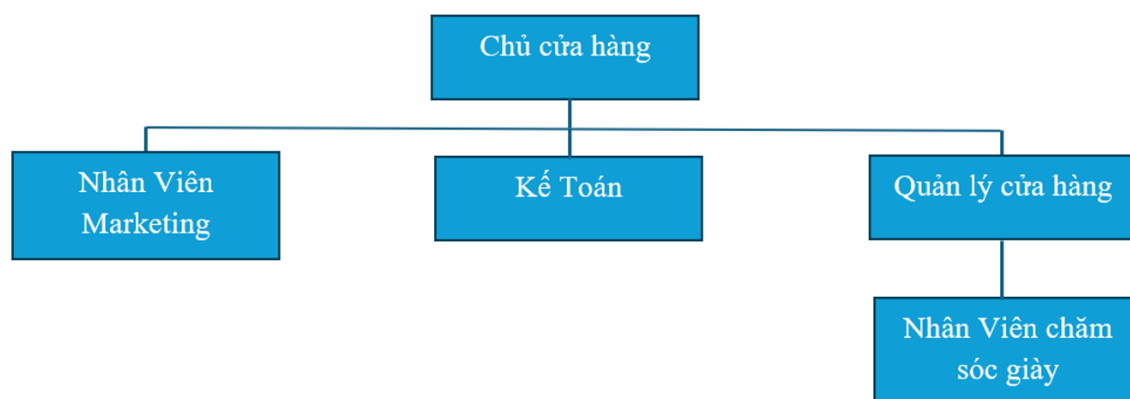
Theo dõi chỉ số KPI: Số lượt hiển thị, lượt nhấp, lượt tương tác, số lượng khách hàng mới, doanh thu từ các kênh quảng bá.

Khảo sát khách hàng: Đánh giá mức độ hài lòng và nhận diện thương hiệu thông qua khảo sát khách hàng định kỳ.

Báo cáo hàng tháng: Lập báo cáo hàng tháng để đánh giá hiệu quả của các chiến dịch và điều chỉnh kế hoạch quảng bá nếu cần thiết.

Chương 3 Lập Kế Hoạch Nguồn Nhân Sự

I. Cơ cấu tổ chức



Hình 3.1 Cơ cấu tổ chức của cửa hàng

Quản lý cửa hàng: 1 người

Nhân viên chăm sóc giày da: 3 người

Nhân viên bán hàng: 1 người

Nhân viên Marketing (kiêm hỗ trợ quản lý và bán hàng): 1 người

Nhân viên kế toán (thuê ngoài theo lần): 1 người

II. Mô tả công việc và yêu cầu

Quản lý cửa hàng:

Lương: 8.000.000 + Phụ cấp + KPI (Phụ cấp bao gồm: 750.000 ăn uống + 500k đi lại)

Yêu cầu:

- Tối thiểu 01 năm kinh nghiệm vị trí quản lý/tổ trưởng. Ưu tiên ứng viên có kinh nghiệm trong lĩnh vực chuỗi bán lẻ, FMCG.
- Tuổi từ 25 - 30 tuổi

- Kỹ năng giao tiếp tốt, kỹ năng quản lý và hướng dẫn nhân sự, xử lý tình huống, nhanh nhẹn, tự giác.
- Thời gian thực tập thử việc là 2 tháng
- Sức khỏe tốt, chịu được áp lực công việc.
- Nhanh nhẹn, chủ động trong công việc, có tinh thần trách nhiệm.
- Thành thạo tin học văn phòng.

Mô tả công việc:

- Quản lý hoạt động kinh doanh tại cửa hàng. Thực hiện theo kế hoạch target từ công ty đề ra. Tận dụng các nguồn lực (hàng hóa, nhân lực) đưa ra phương án nhằm tăng doanh thu.
- Thăm dò thị trường , tìm hiểu đánh giá và báo cáo cho cấp quản lý trực tiếp
- Phổ biến, hướng dẫn nhân viên thực hiện các chương trình khuyến mãi và bán hàng từ công ty.
- Trực tiếp giải đáp và xử lý các vấn đề tại cửa hàng như: khách hàng, nhân viên, TTTM.
- Quản lý trang thiết bị tại cửa hàng, quy trình làm việc của nhân viên, quy trình phục vụ hiệu quả nhất.
- Làm việc với Trung tâm thương mại, đăng kí các thủ tục cần thiết.
- Thực hiện các báo cáo doanh thu và các báo cáo khác theo yêu cầu công ty.
- Quản lý tồn kho, xuất- nhập sản phẩm, đề phòng mất cắp và hư hỏng sản phẩm.
- Chịu trách nhiệm tổng quan hình ảnh, hàng hóa quầy kệ theo yêu cầu công ty. Đảm bảo hình ảnh bắt mắt, sạch đẹp và chuyên nghiệp.

- Kiểm tra date sử dụng của sản phẩm.
- Xếp lịch làm việc và điều phối và phân công nhân sự làm việc cũng như đảm bảo vị trí.
- Chăm công dựa trên phần mềm có sẵn, làm các báo cáo liên quan đến nhân sự.
- Đề xuất, đánh giá nhân sự tại cửa hàng
- Hướng dẫn đào tạo cho nhân viên về các sản phẩm tại cửa hàng, kỹ năng bán hàng, vệ sinh, trưng bày,... làm việc hiệu quả.
- Nâng cao tinh thần và chất lượng làm việc của nhân viên, xây dựng đội ngũ đoàn kết, làm việc nhóm tốt.

Quyền lợi, Phúc lợi:

- Sau 2 tháng : Lương tháng 13 + BHXH, BHYT, BHTN theo quy định nhà nước. Mỗi tháng được 1 ngày phép năm.
- Các chương trình thưởng đạt chỉ tiêu: Target tuần, target tháng, target bán hàng theo nhóm sản phẩm. Thưởng các hạn mục trưng bày tốt, phục vụ khách hàng tốt.
- Biểu hiện tốt, năng lực và kết quả công việc tốt. Dựa vào chính sách thăng tiến sẽ được đề xuất lên các vị trí thăng tiến tiếp theo
- 1 tuần off 1 ngày (không off Thứ 7 & Chủ nhật và ngày Lễ)
- Làm việc trong môi trường thân thiện và có cơ hội thăng tiến.
- Tặng Voucher mua sản phẩm tại cửa hàng vào dịp Lễ, Tết

Nhân viên Marketing:

Lương: 6.000.000 + phụ cấp + KPI (Phụ cấp bao gồm 750k tiền ăn + 500k đi lại)

Yêu cầu:

Tốt nghiệp Đại học chuyên ngành Marketing, Kinh tế, Ngoại thương hoặc các ngành liên quan.

Có ít nhất 6 tháng kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực marketing

Có khả năng nghiên cứu thị trường, phân tích dữ liệu và viết báo cáo.

Có khả năng sáng tạo nội dung marketing hấp dẫn và thu hút khách hàng.

Có kỹ năng giao tiếp tốt, thuyết trình tốt và đàm phán hiệu quả.

Có khả năng làm việc độc lập và làm việc nhóm tốt.

Có khả năng sử dụng thành thạo các công cụ marketing, như website, mạng xã hội, email marketing, v.v.

Độ tuổi từ 22-30.

Mô tả công việc:

Tìm kiếm và phân tích thị trường giày da và đồ da cao cấp.

Xây dựng và phát triển chiến lược marketing.

Phân tích và đánh giá xu hướng của đối thủ cạnh tranh.

Viết bài marketing trên các kênh thông tin của công ty.

Quyền lợi, phúc lợi

Chế độ phúc lợi, tham gia BHXH đầy đủ theo quy định của pháp luật.

Môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động và thân thiện.

Cơ hội thăng tiến và phát triển nghề nghiệp

Nhân viên chăm sóc giày da

Yêu cầu công việc:

Vui vẻ, nhiệt tình, có sức khỏe, có tính kỷ luật và có ý thức, tinh thần trách nhiệm trong công việc!

Đặc biệt có hứng thú với việc chăm sóc, làm sạch những đôi da đã dơ/cũ giúp em nó có 1 cơ hội ‘thứ hai’.

Quyền Lợi, Phúc lợi:

Mức thu nhập hấp dẫn với lương khởi điểm 7.000.000 + THƯỞNG chuyên cần + THƯỞNG phục vụ tốt + THƯỞNG hiệu quả công việc.

Không gian làm việc sáng sủa, yên tĩnh, sạch sẽ, mát mẻ với nhiệt độ luôn đảm bảo ở mức 23-25*c.

Môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động và thân thiện.

Cơ hội thăng tiến và phát triển nghề nghiệp

Nhân viên bán hàng

Mô tả công việc:

Tư vấn và bán các sản phẩm về : các sản phẩm chăm sóc đồ da, dịch vụ chăm sóc đồ da cao cấp

Hình thức bán hàng : Telesales , Zalo , Facebook

Xây dựng và phát triển mối quan hệ với khách hàng cũ.

Mở rộng hệ thống khách hàng mới qua các kênh mạng xã hội như: Zalo, Facebook ...

Nắm rõ thông tin về sản phẩm của công ty và của đối thủ cạnh tranh để có cách tư vấn tối ưu, tăng khả năng chốt đơn với khách hàng.

Thực hiện các nhiệm vụ khác theo yêu cầu của Trưởng phòng kinh doanh và Ban giám đốc.

Yêu cầu công việc:

Độ tuổi: Trên 18

Sức khỏe: Tốt

Kinh Nghiệm : Không yêu cầu , được đào và chỉ dẫn bài bản .

Tốt nghiệp : Cấp 3 trở lên

Có khả năng đàm phán, giao tiếp, thuyết phục tốt

Có thể sử dụng các công cụ tin học văn phòng cơ bản : Word , Excel...

Đam mê kinh doanh, đúng giờ, siêng năng, ham học hỏi, nhiệt tình, trung thực và có chí cầu tiến.

Quyền lợi, phúc lợi:

Lương: 5.000.000 + Phụ cấp + thưởng doanh số

Thưởng theo doanh số tháng, doanh số quý , doanh số năm .

Được hỗ trợ tối đa từ các cấp Quản lý giúp nhân viên có cơ hội phát huy tối đa năng lực bản thân

Được hưởng các chế độ theo quy định nhà nước : BHXH, BHYT, BHTN theo luật hiện hành và các chế độ phúc lợi khác theo quy định của công ty

Nhân viên kế toán

Nhiệm vụ:

Quản lý sổ sách, theo dõi doanh thu, chi phí và lập báo cáo tài chính

Xử lý các công việc kế toán hàng ngày như thanh toán xuất hóa đơn kiểm kê

Yêu cầu:

Kinh nghiệm là kế toán, hiểu biết về các quy định kế toán và thuế

Kỹ năng sử dụng phần mềm kế toán

Cẩn thận, trung thực và có khả năng làm việc độc lập

Lương 2 triệu (thuê ngoài)

III. Kế hoạch tuyển dụng

A. Giai đoạn 1: Chuẩn bị tuyển dụng

- **Thời gian:** 1 tháng trước khi khai trương
- **Hoạt động:**

Đăng tin tuyển dụng trên các trang web việc làm, mạng xã hội và các kênh nội bộ

Xác định tiêu chí đánh giá và quy trình phỏng vấn

B. Giai đoạn 2: Phỏng vấn tuyển chọn

- **Thời gian:** 3 tuần trước khi khai trương
- **Hoạt Động:**

Sàng lọc hồ sơ và liên hệ trực tiếp với ứng viên tiềm năng

Tổ chức các buổi phỏng vấn trực tiếp

Đánh giá ứng viên và lựa chọn những người phù hợp nhất

C. Giai đoạn 3: Đào tạo và chuẩn bị khai trương

- **Thời gian:** 2 tuần trước khi khai trương
- **Hoạt Động:**

Đào tạo nhân viên về quy trình làm việc, sử dụng thiết bị và kỹ năng cần thiết.

Giới thiệu về văn hóa doanh nghiệp và quy định của cửa hàng.

Thực hành các tình huống thực tế và chuẩn bị cho ngày khai trương.

IV. Chi Phí nhân sự

A. Lương nhân viên (dự kiến)

Quản lý cửa hàng: 8 triệu đồng/ tháng

Nhân viên chăm sóc giày da: 7 triệu đồng/người/tháng (3 người =21 triệu đồng)

Nhân viên bán hàng: 5 triệu đồng/tháng

Nhân viên Marketing: 6 triệu đồng/ tháng

Nhân viên kế toán: Thuê ngoài theo từng lần làm báo cáo 2 triệu đồng/ tháng

B. Tổng chi phí nhân sự hàng tháng

- **Quản lý cửa hàng:** 8 triệu đồng/ tháng
- **Nhân viên chăm sóc giày da:** 21 triệu đồng/ tháng

- **Nhân viên bán hàng:** 5 triệu đồng/tháng
- **Nhân viên Marketing:** 6 triệu đồng/ tháng
- **Nhân viên kế toán:** 2 triệu đồng/ tháng (Thuê Ngoài)
- **Tổng cộng:** 42 triệu đồng/ tháng

1. Lịch làm việc

Quản lý cửa hàng: Làm việc 6 ngày/ tuần, nghỉ 1 ngày

Nhân viên chăm sóc giày: Làm 6 ngày 1 tuần/ nghỉ 1 ngày, Nghỉ xoay ca, Mỗi người làm 1 ca (8h-13h, 13h-18h, 17h-22h)

Nhân viên bán hàng: Làm việc 6 ngày/ tuần, nghỉ 1 ngày, làm 2 ca 1 ngày tùy chọn (sáng, chiều, tối)

Nhân viên Marketing: Làm 6 ngày/ tuần, nghỉ 1 ngày, Thời gian từ 8h-17h30 nghỉ trưa 1h30p

Chương 4 Lập kế hoạch tài chính cho cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

I. Nguồn vốn của cửa hàng Mize-Leather care Expert

Tổng nguồn vốn chủ sở hữu: 500 triệu VND

Phí dự phòng 80 triệu số tiền dự phòng này đã này đã nằm trong khoản vốn ban đầu.

II. Chi phí của cửa hàng Mize-Leather care Expert

Để đưa dự án này vào hoạt động, cần phải có nguồn vốn đầu tư ban đầu bao gồm vốn cố định để chi trả cho các đầu tư ban đầu và vốn lưu động để duy trì hoạt động kinh doanh.

Vốn cố định sẽ được đầu tư vào những việc như mua trang thiết bị, đăng kí kinh doanh, trang trí thiết kế nội thất, mua trang thiết bị dụng cụ và chi phí marketing ban đầu.

Vốn lưu động sẽ giải quyết các biến phí hàng tháng như: tiền điện, nước, internet, lương nhân viên, bảo trì bảo dưỡng thiết bị dụng cụ, marketing... và một khoản dự phòng tiền mặt.

Chi phí đầu tư ban đầu		Chi Phí hoạt động hàng tháng	
Chi phí cố định			
Thiết kế và trang trí nội thất	80 triệu	Lương nhân viên	42 triệu
Kệ, giá trưng bày sản phẩm	20 triệu	Nguyên vật liệu chăm sóc giày	10 triệu
Bàn ghế và quầy thu ngân	10 triệu	Marketing quảng cáo hàng tháng	10 triệu
Thiết bị ánh sáng, trang trí	10 triệu	Chi phí khác (điện, nước, internet)	5 triệu
Máy lạnh, quạt	10 triệu	Chi phí bảo trì thiết bị dụng cụ	5 triệu
Thiết bị an ninh (camera...)	20 triệu		
Máy tính và phần mềm quản lý bán hàng	20 triệu		
Máy POS và thiết bị thanh toán	10 triệu		
Website và chi phí phát triển ban đầu (đăng kí kinh doanh...)	20 triệu		

Thiết kế Logo và bộ nhận diện thương hiệu	10 triệu		
Sự kiện khai trương	10 triệu		
Tờ rơi, banner, bảng hiệu	10 triệu		
Máy móc chuyên dụng (máy sấy...)	50 triệu		
Chi phí đầu tư ban đầu và có tiêu hao hàng tháng			
Dụng cụ cơ bản (bàn chải, bàn làm việc, dao kéo)	30 triệu		
Sản phẩm chăm sóc giày (kem đánh giày, xi dưỡng, KIT....)	20 triệu		
Quảng cáo (google ads, facebook ads,..)	20 triệu		
Tổng	350 triệu		72 triệu

Bảng 4.1 Bảng kế hoạch chi phí

III. Dự báo doanh thu của cửa hàng Mize-Leather care Expert

1. Phân tích tỉ lệ tăng trưởng doanh thu:

Ngành hàng cao cấp, bao gồm cả các sản phẩm thời trang và phụ kiện như giày da và túi xách da, đang chứng kiến sự tăng trưởng ổn định trên toàn cầu. Theo báo cáo của Bain & Company, thị trường hàng xa xỉ toàn cầu đã tăng trưởng với tốc độ trung bình hàng năm từ 3-5% trong những năm gần đây. Tại Việt Nam, nhu cầu về các sản phẩm cao cấp đang tăng nhanh chóng do sự gia tăng của tầng lớp trung lưu và thượng lưu. Theo báo cáo của Euromonitor International, thị trường hàng xa xỉ tại Việt Nam được dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng với tốc độ nhanh trong giai đoạn tới, đặc biệt là tại các thành phố lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh. Điều này tạo ra nhu cầu lớn về các dịch vụ chăm sóc và bảo quản đồ da cao cấp. Dựa vào những báo cáo đó dự báo doanh thu của Mize-Leather care Expert tăng trưởng đều dao động khoảng 10%/ năm

2. Phân tích tỷ lệ tăng trưởng chi phí:

2.1 Giá nguyên vật liệu và sản xuất.

Các sản phẩm chăm sóc đồ da thường bao gồm các thành phần như sáp ong, dầu thực vật (như dầu hạnh nhân, dầu jojoba), tinh dầu, và các chất bảo quản. Giá cả của những

nguyên liệu này có thể biến động theo thời gian do nhiều yếu tố như mùa vụ, sản lượng, và các biến động trên thị trường hàng hóa.

Sáp Ong: Giá sáp ong có xu hướng tăng nhẹ trong 5 năm qua do nhu cầu cao trong các ngành công nghiệp mỹ phẩm và thực phẩm. Tuy nhiên, mức tăng trung bình hàng năm khoảng 2-3%, thấp hơn tỷ lệ lạm phát.

Dầu Thực Vật và Tinh Dầu: Giá dầu thực vật và tinh dầu dao động nhiều hơn do ảnh hưởng của sản lượng nông nghiệp và biến động thị trường. Mức tăng giá trung bình của các loại dầu này khoảng 3-4% mỗi năm.

Chi phí sản xuất bao gồm nhân công, năng lượng, và các chi phí vận hành khác. Với việc áp dụng công nghệ mới, hiệu quả sản xuất được cải thiện nhưng chi phí nhân công và năng lượng vẫn tiếp tục tăng.

Chi Phí Nhân Công: Chi phí nhân công trong ngành công nghiệp chăm sóc đồ da tăng khoảng 3-4% mỗi năm do tăng lương tối thiểu và chi phí phúc lợi.

Chi Phí Năng Lượng: Giá năng lượng có sự biến động lớn, nhưng nhìn chung có xu hướng tăng khoảng 2-3% mỗi năm.

2.2 Chi phí phân phối và tiếp thị

Chi phí phân phối bao gồm chi phí vận chuyển và lưu kho. Giá nhiên liệu là một yếu tố chính ảnh hưởng đến chi phí vận chuyển.

Giá Nhiên Liệu: Giá nhiên liệu đã tăng khoảng 2-5% mỗi năm trong 5 năm qua, ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí vận chuyển.

Chi Phí Lưu Kho: Chi phí lưu kho tăng nhẹ khoảng 1-2% mỗi năm do sự cải thiện trong quản lý kho hàng và logistics.

Với sự phát triển của marketing số, chi phí tiếp thị đã có sự thay đổi. Các công ty đầu tư nhiều hơn vào quảng cáo trực tuyến và các chiến dịch truyền thông xã hội, dẫn đến chi phí tiếp thị tăng trung bình khoảng 5% mỗi năm.

2.3 So sánh với tỷ lệ lạm phát tại Việt Nam

Dựa trên phân tích các yếu tố chi phí và tỷ lệ lạm phát, chúng ta có thể thấy rằng:

Nguyên Vật Liệu: Chi phí nguyên vật liệu tăng trung bình 2-4% mỗi năm, tương đương hoặc cao hơn tỷ lệ lạm phát.

Sản Xuất và Phân Phối: Chi phí sản xuất và phân phối tăng khoảng 2-5% mỗi năm, cao hơn tỷ lệ lạm phát.

Tiếp Thị: Chi phí tiếp thị tăng mạnh khoảng 5% mỗi năm, vượt xa tỷ lệ lạm phát.

Nhìn chung, chi phí tổng thể của các sản phẩm chăm sóc đồ da đã tăng trung bình khoảng 3-5% mỗi năm, cao hơn tỷ lệ lạm phát toàn cầu và tại Việt Nam. Điều này có thể được lý giải bởi sự gia tăng chi phí nhân công, năng lượng, và đầu tư vào công nghệ và tiếp thị. Mặc dù vậy, các doanh nghiệp trong ngành vẫn duy trì được sự cạnh tranh nhờ vào cải tiến công nghệ và chiến lược marketing hiệu quả. Vì thế tôi dự báo tỉ lệ tăng trưởng chi phí tăng trung bình khoảng 5%/năm.

3. Dự báo doanh thu

Theo VTV đưa tin lúc 18:18 ngày 30/07/2023 về Gazano anh Phong Dinh người sáng lập cửa hàng có chia sẻ rằng 1 khách hàng khi đến với cửa hàng thường không chỉ mang theo một đôi giày mà thường sẽ gom lại 2-3 đôi một lần để đem tới một lần trung bình mỗi tháng anh phục vụ thấp nhất 300 khách hàng như vậy có những tháng con số vượt qua 1000 khách hàng. Doanh thu mỗi tháng của cửa hàng từ 200-300 triệu.

Với những chia sẻ mà anh Phong Dinh chia sẻ bên trên Mize-Leather care Expert mong muốn rằng doanh thu dự kiến hàng tháng đạt: 150 triệu ước tính 1 tháng phục vụ 500 khách hàng với mức chi tiêu khoảng 300.000VND/1 khách.

Nguồn doanh thu	Doanh thu dự kiến hàng tháng (triệu đồng)
Dịch vụ vệ sinh giày	80
Bán phụ kiện và sản phẩm chăm sóc giày	30
Dịch vụ khác (sửa chữa, may vá...)	40
Tổng doanh thu	150

Hình 4.1 Dự kiến doanh thu hàng tháng của cửa hàng

Lợi nhuận dự kiến hàng tháng:

Tổng doanh thu hàng tháng: 150 triệu đồng

Tổng chi phí hàng tháng: 72 triệu đồng

Lợi nhuận hàng tháng: 78 triệu đồng

Kế hoạch dự phòng và phát triển

Ngoài quỹ dự phòng đã được đề riêng một khoản trước khi đầu tư còn quỹ phát triển dịch vụ của cửa hàng sẽ được trích ra từ doanh thu mỗi quý nhằm mục đích tăng chất lượng dịch vụ điều này giúp đem lại sự hài lòng nhất của khách hàng về cửa hàng.

Mục đích	Chi phí(triệu đồng)
Quỹ dự phòng	80
Mở rộng dịch vụ	20
Đào tạo nhân viên nâng cao kỹ năng	10
Cập nhật và mua sắm thêm trang thiết bị mới	30
Tổng chi phí dự phòng và phát triển	140

Hình 4.2 Kế hoạch chi phí dự phòng và phát triển

Kế hoạch dòng tiền dự kiến

Với phân tích bên trên với tỷ lệ tăng trưởng doanh thu dự kiến mỗi năm là 10% vì thế ta tính ra được mỗi tháng tỉ lệ tăng trưởng doanh thu sẽ là 0,797%/ tháng.

Tỷ lệ tăng trưởng chi phí hàng năm là 5% vì thế ta tính ra được tỉ lệ tăng trưởng chi phí hàng tháng sẽ là 0,407%

Năm 1	Vốn đầu tư tháng 0	LN tháng 1	LN tháng 2	LN tháng 3	LN tháng 4	LN tháng 5	LN tháng 6	LN tháng 7	LN tháng 8	LN tháng 9	LN tháng 10	LN tháng 11	LN tháng 12	Đơn vị triệu đồng
Tháng		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Giá trị hiện tại	-500													
Doanh thu		150	151	152	154	155	156	157	159	160	161	162	164	
Chi phí		119	119	120	120	121	121	122	122	123	123	124	124	
Lợi nhuận		31	32	32	33	34	35	35	36	37	38	38	39	
Dòng tiền hoàn vốn		-469	-437	-405	-372	-338	-303	-268	-232	-195	-157	-119	-79	
Thời gian hoàn vốn														

Hình 4.3 Kế hoạch dòng tiền dự kiến năm 1

Năm 2	Vốn đầu tư tháng 0	LN tháng 1	LN tháng 2	LN tháng 3	LN tháng 4	LN tháng 5	LN tháng 6	LN tháng 7	LN tháng 8	LN tháng 9	LN tháng 10	LN tháng 11	LN tháng 12	Đơn vị triệu đồng
Tháng		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Giá trị hiện tại	-79													
Doanh thu		165	166	168	169	170	172	173	174	176	177	179	180	
Chi phí		125	125	126	126	127	128	128	129	129	130	130	131	
Lợi nhuận		40	41	42	42	43	44	45	46	47	48	49	49	
Dòng tiền hoàn vốn		-39	2	43	86	129	173	218	264	311	358	407	456	
Thời gian hoàn vốn														

Hình 4.4 Kế hoạch dòng tiền dự kiến năm 2

Năm 3	Vốn đầu tư tháng 0	LN tháng 1	LN tháng 2	LN tháng 3	LN tháng 4	LN tháng 5	LN tháng 6	LN tháng 7	LN tháng 8	LN tháng 9	LN tháng 10	LN tháng 11	LN tháng 12	Đơn vị triệu đồng
Tháng		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Giá trị hiện tại	456													
Doanh thu		181	183	184	186	187	189	190	192	193	195	196	198	
Chi phí		131	132	132	133	133	134	134	135	136	136	137	137	
Lợi nhuận		50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	
Dòng tiền hoàn vốn		507	558	610	663	717	772	828	885	943	1,002	1,061	1,122	

Hình 4.5 Kế hoạch dòng tiền dự kiến năm 3

Năm 4	Vốn đầu tư tháng 0	LN tháng 1	LN tháng 2	LN tháng 3	LN tháng 4	LN tháng 5	LN tháng 6	LN tháng 7	LN tháng 8	LN tháng 9	LN tháng 10	LN tháng 11	LN tháng 12	Đơn vị triệu đồng
Tháng		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Giá trị hiện tại	1,122													
Doanh thu		200	201	203	204	206	208	209	211	213	214	216	218	
Chi phí		138	138	139	139	140	141	141	142	142	143	143	144	
Lợi nhuận		62	63	64	65	66	67	68	69	70	72	73	74	
Dòng tiền hoàn vốn		1,184	1,247	1,311	1,376	1,442	1,509	1,577	1,647	1,717	1,789	1,861	1,935	

Hình 4.6 Kế hoạch dòng tiền dự kiến năm 4

Năm 5	Vốn đầu tư tháng 0	LN tháng 1	LN tháng 2	LN tháng 3	LN tháng 4	LN tháng 5	LN tháng 6	LN tháng 7	LN tháng 8	LN tháng 9	LN tháng 10	LN tháng 11	LN tháng 12	Đơn vị triệu đồng
Tháng		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Giá trị hiện tại	1,935													
Doanh thu		220	221	223	225	227	228	230	232	234	236	238	240	
Chi phí		145	145	146	146	147	148	148	149	149	150	151	151	
Lợi nhuận		75	76	77	78	80	81	82	83	85	86	87	88	
Dòng tiền hoàn vốn		2,010	2,086	2,164	2,242	2,322	2,403	2,485	2,568	2,653	2,738	2,825	2,914	

Hình 4.7 Kế hoạch dòng tiền dự kiến năm 5

IV. Đánh giá hiệu quả kinh doanh, tài chính của cửa hàng Mize-Leather care Expert

Thời gian hoàn vốn dự kiến:

Năm 1	Vốn đầu tư tháng 0	LN tháng 1	LN tháng 2	LN tháng 3	LN tháng 4	LN tháng 5	LN tháng 6	LN tháng 7	LN tháng 8	LN tháng 9	LN tháng 10	LN tháng 11	LN tháng 12	Đơn vị triệu đồng
Tháng		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Giá trị hiện tại	-500													
Doanh thu		150	151	152	154	155	156	157	159	160	161	162	164	
Chi phí		119	119	120	120	121	121	122	122	123	123	124	124	
Lợi nhuận		31	32	32	33	34	35	35	36	37	38	38	39	
Dòng tiền hoàn vốn		-469	-437	-405	-372	-338	-303	-268	-232	-195	-157	-119	-79	
Thời gian hoàn vốn														
Năm 2	Vốn đầu tư tháng 0	LN tháng 1	LN tháng 2	LN tháng 3	LN tháng 4	LN tháng 5	LN tháng 6	LN tháng 7	LN tháng 8	LN tháng 9	LN tháng 10	LN tháng 11	LN tháng 12	Đơn vị triệu đồng
Tháng		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Giá trị hiện tại	-79													
Doanh thu		165	166	168	169	170	172	173	174	176	177	179	180	
Chi phí		125	125	126	126	127	128	128	129	129	130	130	131	
Lợi nhuận		40	41	42	42	43	44	45	46	47	48	49	49	
Dòng tiền hoàn vốn		-39	2	43	86	129	173	218	264	311	358	407	456	
Thời gian hoàn vốn			1 năm 1 tháng											

Hình 4.8 Thời gian hoàn vốn dự kiến

Tại thời điểm 1 năm 1 tháng cửa hàng hòa vốn và bắt đầu sinh lời điều này chứng minh rằng dự án có tính khả thi và có khả năng sinh lời

Chương 5: Lập kế hoạch quản lý rủi ro cho dự án kinh doanh của hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

I. Xác định những rủi ro tiềm ẩn có thể xảy ra với cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

1. Rủi ro về tài chính

Thiếu hụt vốn đầu tư ban đầu: như đã đề cập ở trên phần kế hoạch tài chính việc của hàng bắt đầu đi vào hoạt động cần một phần vốn để duy trì hoạt động kinh doanh ít nhất trong vào 6 tháng là 432 triệu với vốn đầu tư ban đầu là 500 triệu vì thế cửa hàng đang thiếu hụt nguồn vốn khoảng 282 triệu

Doanh thu không đạt được như kì vọng: tất cả con số bên trên được tính toán dựa trên thị trường và kinh nghiệm của một số người trong ngành đã đi trước nhưng vì chỉ là những con số trên giấy tờ thực tế lượng khách hàng có thể ít hơn hoặc nhiều hơn so với dự kiến

Quản lý dòng tiền kém: Vấn đề này rất quan trọng đối với chủ doanh nghiệp cũng như người quản lí. Vấn đề này xuất hiện khi chủ doanh nghiệp và người quản lí đã không quản lí cũng như đảm bảo được các khoản thanh toán để chi trả cho các hoạt động hàng ngày, hàng tháng

2. Rủi ro về hoạt động

Chất lượng dịch vụ không đồng đều: Nhân viên không thực hiện đúng quy trình, ảnh hưởng đến quá trình cũng như chất lượng chăm sóc giày da và đồ da

Nguồn cung ứng không ổn định: Các sản phẩm chăm sóc đồ da không đủ hoặc không đúng chất lượng đã đặt ra từ đầu

Sự cố kỹ thuật: Hư hỏng thiết bị, máy móc sử dụng trong quá trình chăm sóc sản phẩm

3. Rủi ro về nhân sự

Thiếu hụt nhân viên có kỹ năng: Việc khó tuyển dụng và giữ chân nhân viên có tay nghề cao là vấn đề thường xuyên xảy ra ở hầu hết các doanh nghiệp

Nhân viên không hài lòng: Lương thưởng, điều kiện làm việc không đạt được yêu cầu của nhân sự dẫn đến năng suất kém tỷ lệ nghỉ việc cao

4. Rủi ro về thị trường

Cạnh tranh cao: Vì không phải thương hiệu đầu tiên mở ra với dịch vụ chăm sóc đồ da vì thế việc một cửa hàng mới có sự cạnh tranh rất cao là điều tất yếu dễ hiểu

Thay đổi nhu cầu khách hàng: Nhận thức của khách hàng chưa nhiều về dịch vụ, xu hướng thời trang thay đổi.

II. Đánh giá rủi ro

Mức độ rủi ro được đánh giá dựa trên khả năng xảy ra và mức độ ảnh hưởng. Dưới đây là bảng phân loại và đánh giá:

Rủi Ro	Khả Năng Xảy Ra	Mức Độ Ảnh Hưởng	Đánh Giá Từ 1-10 (10 là cao nhất)
Thiếu vốn đầu tư ban đầu	Trung bình	Cao	8
Doanh thu không đạt	Cao	Cao	9
Quản lý dòng tiền kém	Trung bình	Cao	7
Chất lượng dịch vụ kém	Cao	Trung bình	7
Nguồn cung ứng không ổn	Trung bình	Trung bình	6
Sự cố kỹ thuật	Thấp	Trung bình	5
Thiếu hụt nhân viên	Cao	Cao	8
Nhân viên không hài lòng	Trung bình	Cao	7
Cạnh tranh cao	Cao	Cao	8
Thay đổi nhu cầu	Trung bình	Cao	7

Hình 5.1 Bảng đánh giá mức độ rủi ro

III. Biện pháp quản lý rủi ro

1. Rủi ro tài chính

a. Đảm bảo đủ vốn đầu tư

Lập kế hoạch tài chính chi tiết: Bao gồm dự tính chi phí khởi nghiệp, chi phí hoạt động hàng tháng và quỹ dự phòng.

Tìm kiếm nguồn vốn bổ sung: Liên hệ với các ngân hàng hoặc tổ chức tài chính để vay vốn hoặc tìm kiếm đối tác đầu tư.

Dự phòng tài chính: Tạo một quỹ dự phòng tài chính tương đương với ít nhất 3-6 tháng chi phí hoạt động để đảm bảo khả năng thanh toán trong những thời kỳ khó khăn.

b. Dự báo doanh thu và chi phí chính xác

Sử dụng công cụ phân tích tài chính: Sử dụng phần mềm kế toán và phân tích tài chính để dự báo doanh thu và chi phí chi tiết.

Thường xuyên kiểm tra và điều chỉnh: Thực hiện kiểm tra hàng tháng và điều chỉnh dự báo doanh thu và chi phí dựa trên tình hình kinh doanh thực tế.

c. Quản lý dòng tiền hiệu quả

Lập ngân sách chi tiết: Tạo ngân sách hàng tháng và theo dõi chặt chẽ các khoản thu chi.

Theo dõi công nợ: Quản lý công nợ cẩn thận để đảm bảo thu hồi công nợ đúng hạn và thanh toán các khoản nợ phải trả kịp thời.

Quản lý hàng tồn kho: Tối ưu hóa mức tồn kho để tránh tình trạng thiếu hàng hoặc hàng tồn kho quá nhiều, gây đọng vốn.

2. Rủi Ro Hoạt Động

a. Đào tạo nhân viên

Đào tạo ban đầu và định kỳ: Tổ chức các khóa đào tạo ban đầu cho nhân viên mới và đào tạo nâng cao định kỳ cho tất cả nhân viên về quy trình chăm sóc giày và đồ da.

Chương trình đánh giá kỹ năng: Thực hiện các chương trình đánh giá kỹ năng để đảm bảo nhân viên thực hiện đúng quy trình và tiêu chuẩn chất lượng.

b. Quản lý nguồn cung ứng

Thiết lập quan hệ với nhiều nhà cung cấp: Xây dựng mối quan hệ bền vững với nhiều nhà cung cấp để đảm bảo nguồn cung ứng ổn định và đa dạng.

Kiểm soát chất lượng đầu vào: Thực hiện kiểm tra chất lượng các sản phẩm và nguyên vật liệu ngay khi nhận hàng từ nhà cung cấp.

c. Bảo trì thiết bị định kỳ

Lên lịch bảo trì thường xuyên: Thiết lập lịch bảo trì định kỳ cho tất cả thiết bị và máy móc.

Hợp đồng bảo trì: Ký kết hợp đồng bảo trì với các nhà cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp để đảm bảo thiết bị luôn hoạt động ổn định.

3. Rủi Ro Nhân Sự

a. Chiến lược tuyển dụng hiệu quả

Quảng cáo tuyển dụng rộng rãi: Sử dụng các kênh tuyển dụng đa dạng như website tuyển dụng, mạng xã hội và sự giới thiệu từ nhân viên hiện tại.

Đãi ngộ hấp dẫn: Cung cấp gói đãi ngộ cạnh tranh bao gồm lương, thưởng, bảo hiểm và các phúc lợi khác.

b. Nâng cao phúc lợi nhân viên

Cải thiện điều kiện làm việc: Tạo môi trường làm việc thoải mái, an toàn và tiện nghi.

Chính sách phúc lợi tốt: Xây dựng các chương trình phúc lợi hấp dẫn như nghỉ phép, bảo hiểm sức khỏe, chương trình đào tạo và phát triển nghề nghiệp.

4. Rủi Ro Thị Trường

a. Khảo sát thị trường thường xuyên

Nghiên cứu thị trường: Thực hiện nghiên cứu thị trường định kỳ để nắm bắt xu hướng và nhu cầu của khách hàng.

Thu thập phản hồi khách hàng: Sử dụng các khảo sát và đánh giá từ khách hàng để cải thiện dịch vụ và sản phẩm.

b. Phát triển thương hiệu

Chiến lược marketing đa kênh: Sử dụng các kênh marketing trực tuyến và ngoại tuyến như website, mạng xã hội, quảng cáo và sự kiện để tăng cường nhận diện thương hiệu.

Xây dựng uy tín và niềm tin: Cung cấp dịch vụ chất lượng cao và duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng để xây dựng uy tín và niềm tin.

Chương 6: Đánh giá tính khả thi và hiệu quả của kế hoạch kinh doanh

Dự án khởi nghiệp cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp không chỉ là một ý tưởng kinh doanh sáng tạo, mà còn là bước tiến quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu thị trường ngày càng cao về dịch vụ bảo dưỡng và chăm sóc các sản phẩm từ da. Thông qua quá trình nghiên cứu kỹ lưỡng, phân tích thị trường, lập kế hoạch tài chính và xây dựng chiến lược kinh doanh, dự án này đã chứng minh được tính khả thi và tiềm năng phát triển bền vững.

Đánh giá SWOT:

Stregths (Điểm mạnh)	Weaknesses (Điểm yếu)
<ul style="list-style-type: none"> -Vốn chủ đầu tư: Với 500 triệu đồng, dự án có đủ vốn đầu tư vào trang thiết bị hiện đại và nguyên vật liệu chất lượng cao -Không mất phí thuê mặt bằng: giảm thiểu một trong những chi phí lớn, giúp tăng khả năng sinh lời -Trang thiết bị hiện đại. -Đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp -Có Quỹ dự phòng để đối phó với những tình huống bất ngờ 	<ul style="list-style-type: none"> -Thiếu kinh nghiệm quản lí -Chi phí khởi nghiệp cao -Phụ thuộc khá nhiều vào thị trường địa phương
Opportunities (Cơ hội)	Threats (Thách thức)
<ul style="list-style-type: none"> -Nhu cầu ngày càng tăng về chăm sóc giày da -Có thể mở rộng dịch vụ và thị trường, bán các sản phẩm trên sàn thương mại điện tử -Thời đại kỹ thuật số 4.0 thích hợp cho digital marketing 	<ul style="list-style-type: none"> -Cạnh tranh khốc liệt -Thay đổi thói quen tiêu dùng của khách hàng -Biến động kinh tế -Rủi ro về chất lượng dịch vụ

Bảng 6.1 Bảng đánh giá SWOT

Đánh giá tổng quát dự án thông qua SWOT:

Dự án cửa hàng chăm sóc giày da có nhiều yếu tố thuận lợi như vốn đầu tư lớn, không mất phí thuê mặt bằng, và cơ hội phát triển tốt nhờ vào nhu cầu ngày càng tăng về dịch vụ chăm sóc giày da. Điểm mạnh về trang thiết bị hiện đại và đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp sẽ giúp cửa hàng cung cấp dịch vụ chất lượng cao, tạo dựng uy tín và thu hút khách hàng.

Tuy nhiên, dự án cũng đối mặt với một số thách thức như sự cạnh tranh khốc liệt, thay đổi thói quen tiêu dùng và rủi ro về biến động kinh tế. Để thành công, cửa hàng cần có chiến lược quản lý tài chính chặt chẽ, liên tục cải tiến dịch vụ và tận dụng các cơ hội hợp tác và quảng cáo kỹ thuật số.

Với việc đánh giá kỹ lưỡng các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức, dự án này có tiềm năng cao để thành công nếu được quản lý và triển khai một cách hợp lý.

Phân Tích Thị Trường và Nhu Cầu Khách Hàng

Thị trường chăm sóc giày da và đồ da cao cấp đang phát triển mạnh mẽ, đặc biệt trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng chú trọng đến việc duy trì và bảo quản các sản phẩm da để kéo dài tuổi thọ và giữ gìn vẻ đẹp. Nhu cầu này không chỉ xuất phát từ các cá nhân có thu nhập cao, mà còn từ những người tiêu dùng có ý thức về việc tiêu dùng bền vững và bảo vệ môi trường. Việc mở cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp đáp ứng được nhu cầu này, mang lại lợi ích cả về mặt kinh tế lẫn xã hội.

Chiến Lược Kinh Doanh và Lợi Thế Cạnh Tranh

Dự án này được thiết kế với chiến lược kinh doanh rõ ràng, tập trung vào việc cung cấp các dịch vụ chất lượng cao và trải nghiệm khách hàng tốt nhất. Việc sử dụng các kênh tiếp thị trực tuyến và trực tiếp, cùng với các chương trình khuyến mãi và chăm sóc khách hàng đặc biệt, sẽ giúp cửa hàng tiếp cận và mở rộng tệp khách hàng một cách hiệu quả. Sự đa dạng trong dịch vụ, từ vệ sinh, bảo dưỡng đến sửa chữa và làm mới sản phẩm da, cũng là yếu tố quan trọng giúp cửa hàng xây dựng lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ.

Phân Tích Tài Chính và Dự Báo Doanh Thu

Phân tích tài chính cho thấy dự án có khả năng sinh lợi và thời gian hoàn vốn dự kiến là 1 năm 1 tháng. Con số này không chỉ phản ánh tiềm năng lợi nhuận mà còn minh chứng cho tính khả thi của dự án trong việc đáp ứng nhu cầu thị trường và đạt được các mục tiêu kinh doanh đề ra.

Quản Lý Rủi Ro và Yếu Tố Con Người

Quản lý rủi ro là một phần không thể thiếu trong quá trình triển khai dự án. Những rủi ro về thị trường, tài chính và nhân sự đã được xem xét và có các biện pháp đối phó phù hợp. Đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, được đào tạo kỹ lưỡng và có tay nghề cao sẽ là nền tảng vững chắc giúp cửa hàng cung cấp dịch vụ chất lượng và duy trì sự hài lòng của khách hàng. Chính sách đào tạo và phát triển nhân sự, cùng với môi trường làm việc tốt, sẽ giúp giữ chân nhân tài và nâng cao năng lực cạnh tranh của cửa hàng.

Ý Nghĩa và Tác Động Xã Hội

Dự án không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần nâng cao nhận thức của cộng đồng về việc chăm sóc và bảo quản các sản phẩm da. Việc kéo dài tuổi thọ của sản phẩm da không chỉ giúp người tiêu dùng tiết kiệm chi phí mà còn giảm thiểu lượng rác thải, góp phần bảo vệ môi trường. Ngoài ra, dự án còn tạo ra việc làm cho người lao động, đóng góp vào sự phát triển kinh tế địa phương.

Triển Vọng Tương Lai

Trong tương lai, với sự phát triển không ngừng của thị trường và xu hướng tiêu dùng, cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp có nhiều cơ hội mở rộng quy mô và phạm vi hoạt động. Việc mở thêm các chi nhánh mới, phát triển các dịch vụ mới và ứng dụng công nghệ vào quy trình kinh doanh sẽ giúp cửa hàng tăng cường sự hiện diện và cạnh tranh trên thị trường. Đồng thời, sự cam kết về chất lượng dịch vụ và uy tín thương hiệu sẽ là yếu tố then chốt giúp cửa hàng duy trì và phát triển bền vững.

Kết Luận Cuối Cùng

Dự án khởi nghiệp cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp là một dự án đầy tiềm năng và có tính khả thi cao. Với sự chuẩn bị kỹ lưỡng, chiến lược kinh doanh rõ ràng và cam kết về chất lượng, dự án này không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần nâng cao giá trị của ngành dịch vụ chăm sóc sản phẩm da tại Việt Nam. Sự quyết tâm và nỗ lực của đội ngũ thực hiện dự án sẽ là yếu tố quyết định thành công, biến dự án trở thành một hình mẫu tiên phong trong lĩnh vực chăm sóc giày da và đồ da cao cấp. Tôi tin rằng dự án này sẽ đạt được những thành công vượt bậc và mang lại giá trị lâu dài cho cộng đồng.

Phần III Thực hiện kế hoạch kinh doanh cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp

I. Chiến Lược Chung

Để đảm bảo sự thành công và phát triển bền vững của cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp, chiến lược chung của dự án sẽ tập trung vào các yếu tố chính sau đây:

Chất Lượng Dịch Vụ: Đảm bảo cung cấp các dịch vụ chăm sóc da chất lượng cao, sử dụng nguyên liệu và sản phẩm tốt nhất để đạt được sự hài lòng cao nhất của khách hàng.

Trải Nghiệm Khách Hàng: Xây dựng mối quan hệ khách hàng bền vững thông qua dịch vụ chuyên nghiệp, chăm sóc tận tình và chương trình khách hàng thân thiết.

Phát Triển Thương Hiệu: Xây dựng và phát triển thương hiệu uy tín trong lĩnh vực chăm sóc giày da và đồ da cao cấp thông qua các chiến dịch tiếp thị hiệu quả và các hoạt động truyền thông.

Quản Lý Hiệu Quả: Tối ưu hóa quy trình hoạt động, quản lý tài chính chặt chẽ và kiểm soát chi phí để đảm bảo hiệu quả kinh doanh.

Phát Triển Nhân Sự: Tuyển dụng và đào tạo đội ngũ nhân viên có chuyên môn cao, kỹ năng tốt và cam kết với chất lượng dịch vụ.

II. Lộ trình thực hiện kế hoạch kinh doanh

Để thực hiện thành công dự án, chúng ta cần lập kế hoạch chi tiết theo từng giai đoạn cụ thể:

Giai Đoạn 1: Chuẩn Bị (0-3 tháng)

Nghiên Cứu và Lập Kế Hoạch:

Tiến hành nghiên cứu thị trường chi tiết, xác định vị trí cửa hàng, phân tích đối thủ cạnh tranh.

Lập kế hoạch chi tiết về tài chính, nhân sự, và tiếp thị.

Xây Dựng Cơ Sở Hạ Tầng:

Tìm kiếm và thiết kế cửa hàng theo phong cách hiện đại, sang trọng, phù hợp với đối tượng khách hàng cao cấp.

Mua sắm và lắp đặt trang thiết bị, dụng cụ cần thiết cho việc chăm sóc giày da và đồ da.

Tuyển Dụng và Đào Tạo Nhân Viên:

Tuyển dụng nhân viên có kinh nghiệm và đào tạo họ về quy trình chăm sóc giày da, dịch vụ khách hàng, và kiến thức sản phẩm.

Xây Dựng Thương Hiệu và Chuẩn Bị Truyền Thông:

Thiết kế logo, bảng hiệu, và các tài liệu truyền thông.

Lên kế hoạch và chuẩn bị cho các chiến dịch tiếp thị khai trương.

Giai Đoạn 2: Khai Trương và Vận Hành Ban Đầu (4-6 tháng)

Khai Trương Cửa Hàng:

Tổ chức sự kiện khai trương hoành tráng để thu hút sự chú ý của khách hàng tiềm năng.

Áp dụng các chương trình khuyến mãi đặc biệt trong dịp khai trương để thu hút khách hàng mới.

Tiếp Thị và Quảng Bá Thương Hiệu:

Triển khai các chiến dịch tiếp thị trực tuyến và trực tiếp, bao gồm quảng cáo trên mạng xã hội, email marketing và hợp tác với các KOLs (Key Opinion Leaders).

Xây dựng quan hệ với các cửa hàng thời trang, giày dép và phụ kiện để giới thiệu dịch vụ chăm sóc da.

Đánh Giá và Điều Chỉnh:

Theo dõi phản hồi từ khách hàng, đánh giá hiệu quả của các chiến dịch tiếp thị và điều chỉnh chiến lược nếu cần thiết.

Giai Đoạn 3: Tăng Trưởng và Phát Triển (6-12 tháng)

Mở Rộng Dịch Vụ:

Mở rộng các dịch vụ chăm sóc da mới như nhuộm màu, phục hồi sản phẩm da cũ, và chăm sóc đồ da theo yêu cầu đặc biệt.

Xây dựng chương trình khách hàng thân thiết với các ưu đãi hấp dẫn để giữ chân khách hàng cũ và thu hút khách hàng mới.

Tăng Cường Tiếp Thị và Quan Hệ Khách Hàng:

Đẩy mạnh các chiến dịch tiếp thị để nâng cao nhận diện thương hiệu.

Tổ chức các sự kiện, hội thảo nhỏ về cách chăm sóc giày da và đồ da để tăng cường tương tác với khách hàng.

Quản Lý và Đánh Giá Hiệu Quả:

Theo dõi và đánh giá hiệu quả kinh doanh thông qua các chỉ số tài chính và phản hồi của khách hàng.

Điều chỉnh chiến lược kinh doanh dựa trên kết quả đánh giá để tối ưu hóa hoạt động và tăng trưởng.

Giai Đoạn 4: Ổn Định và Mở Rộng (12-24 tháng)

Ổn Định Hoạt Động:

Tiếp tục duy trì và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Tăng cường quản lý chi phí và hiệu quả vận hành.

Mở Rộng Quy Mô:

Xem xét mở thêm chi nhánh mới tại các khu vực tiềm năng.

Phát triển kênh bán hàng trực tuyến để mở rộng phạm vi khách hàng.

Đánh Giá Toàn Diện:

Đánh giá toàn diện hiệu quả kinh doanh sau 1-2 năm hoạt động.

Lên kế hoạch dài hạn cho việc phát triển và mở rộng trong tương lai.

Kết luận

Khởi nghiệp một cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp không chỉ là một dự án kinh doanh, mà còn là hành trình tạo dựng giá trị bền vững và khác biệt trong lĩnh vực thời trang và chăm sóc cá nhân. Thông qua quá trình phân tích và lập kế hoạch chi tiết, từ xác định thị trường mục tiêu, chiến lược tiếp thị, đến dự báo tài chính và quản lý chi phí, dự án này đã được thiết kế với mục tiêu mang lại trải nghiệm dịch vụ cao cấp, thỏa mãn nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng về sự chăm sóc và bảo dưỡng giày da, đồ da một cách chuyên nghiệp và hiệu quả. Dự án khởi nghiệp này thể hiện rõ tính khả thi thông qua việc xác định đúng thị trường mục tiêu và nhu cầu khách hàng. Với xu hướng tiêu dùng hiện đại, việc sở hữu và bảo quản các sản phẩm da chất lượng cao ngày càng được chú trọng. Cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp đáp ứng hoàn hảo nhu cầu này, đồng thời mở ra cơ hội phát triển mạnh mẽ nhờ vào chiến lược kinh doanh tập trung vào chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. Cửa hàng không chỉ tập trung vào việc cung cấp dịch vụ chăm sóc giày da và đồ da chất lượng cao mà còn chú trọng đến việc xây dựng thương hiệu, tạo dựng uy tín và sự tin tưởng từ khách hàng. Với chiến lược tiếp thị đa kênh, bao gồm cả trực tiếp và trực tuyến, cùng với các chương trình khuyến mãi và chăm sóc khách hàng chu đáo, cửa hàng có thể tiếp cận và mở rộng tệp khách hàng một cách hiệu quả. Sự đa dạng trong dịch vụ, từ vệ sinh, bảo dưỡng đến sửa chữa và làm mới sản phẩm da, cũng là yếu tố quan trọng giúp cửa hàng xây dựng lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ. Mặc dù dự án có nhiều tiềm năng, nhưng không thể phủ nhận những thách thức trong quá trình triển khai. Việc duy trì chất lượng dịch vụ cao, đáp ứng kịp thời và hiệu quả nhu cầu của khách hàng, cùng với việc quản lý chi phí và tối ưu hóa lợi nhuận luôn là những vấn đề cần được chú trọng. Tuy nhiên, với một kế hoạch chi tiết, sự chuẩn bị kỹ lưỡng và sự cam kết về chất lượng, dự án hoàn toàn có thể vượt qua các thách thức này và gặt hái được những thành công đáng kể. Dự án khởi nghiệp cửa hàng chăm sóc giày da và đồ da cao cấp là một minh chứng rõ ràng cho việc kết hợp giữa đam mê, hiểu biết về thị trường và sự chuẩn bị kỹ lưỡng về tài chính. Với sự quyết tâm và cam kết về chất lượng, cửa hàng không chỉ hướng tới mục tiêu lợi nhuận mà còn mong muốn xây dựng một thương hiệu uy tín, trở thành địa chỉ tin cậy cho những ai yêu thích và sở hữu các sản phẩm da cao cấp. Dự án này không chỉ là một

cơ hội kinh doanh hấp dẫn mà còn là bước tiến trong việc nâng cao giá trị của ngành dịch vụ chăm sóc giấy da và đồ da tại Việt Nam.

Tài Liệu Tham Khảo

- [1] Giang Anh. (2023). *Nhìn lại quy mô GRDP và các kết quả kinh tế nổi bật của Hà Nội và TP.HCM trong năm 2022*. Được truy lục từ Cafef: <https://cafef.vn/nhin-lai-quy-mo-grdp-va-cac-ket-qua-kinh-te-noi-bat-cua-ha-noi-va-tphcm-trong-nam-2022-20230105133351147.chn>
- [2] Hòa Anh. (2023). *Hà Nội: GRDP năm 2023 ước tăng 6,27%*. Được truy lục từ <https://thanglong.chinhphu.vn/ha-noi-grdp-nam-2023-uoc-tang-627-103231205104350703.htm>
- [3] Quỳnh Anh. (2023). *Để ngành Da giày thực hiện giấc mơ “Make in Vietnam”*. Được truy lục từ <http://www.congnghieptieudung.vn/de-nganh-da-giay-thuc-hien-giac-mo-make-in-vietnam-dt44982>
- [4] Tạp chí kinh tế và dự báo. (không ngày tháng). *Phát triển kinh tế đô thị tại TP. Hà Nội*. Được truy lục từ <https://tapchitaichinh.vn/phat-trien-kinh-te-do-thi-tai-tp-ha-noi.html#:~:text=Quy%20m%C3%B4%20GRDP%20n%C4%83m%202022,7%25%20so%20v%E1%BB%9Bi%20n%C4%83m%202021.>
- [5] Tổng cục thống kê. (2023). *THÔNG CÁO BÁO CHÍ KẾT QUẢ KHẢO SÁT MỨC SỐNG DÂN CƯ NĂM 2023*. Được truy lục từ [https://www.gso.gov.vn/tin-tuc-thong-ke/2024/04/thong-cao-bao-chi-ket-qua-khao-sat-muc-song-dan-cu-nam-2023/#:~:text=\(1\)%20Thu%20nh%E1%BA%ADp%20b%C3%ACnh%20qu%C3%A2n&text=sau%20%C4%91%E1%BA%A1i%20d%E1%BB%8Bch.-,Thu%20nh%E1%BA%ADp%20b%C3%ACnh%20qu%C3%A2n%2](https://www.gso.gov.vn/tin-tuc-thong-ke/2024/04/thong-cao-bao-chi-ket-qua-khao-sat-muc-song-dan-cu-nam-2023/#:~:text=(1)%20Thu%20nh%E1%BA%ADp%20b%C3%ACnh%20qu%C3%A2n&text=sau%20%C4%91%E1%BA%A1i%20d%E1%BB%8Bch.-,Thu%20nh%E1%BA%ADp%20b%C3%ACnh%20qu%C3%A2n%2)
- [6] Tổng cục thống kê. (2024). *THỊ TRƯỜNG GIÁ QUÝ I/2024 VÀ DỰ BÁO YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN CHỈ SỐ GIÁ TIÊU DÙNG NĂM 2024*. Được truy lục từ <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2024/04/thi-truong-gia-quy-i-2024-va-du-bao-yeu-to-tac-dong-cpi-nam-2024/#:~:text=L%E1%BA%A1m%20ph%C3%A1t%20t%E1%BB%A7a%20Vi%E1%BB%87t%20Nam,v%E1%BB%9Bi%20c%C3%B9ng%20k%E1%BB%B3%20n%C4%83m%20tr%C6%B0%E1%B>