**KINH DOANH HỒ CÂU CÁ**

**1.Ý tưởng kinh doanh**

Hiện nay, có khá nhiều hoạt động ngoài trời để giải trí như là cắm trại, thể thao, … thì câu cá cũng là hoạt động mà được nhiều người lựa chọn. Sau những lần câu được cá, nhiều người từ giá đến trẻ dần trờ nên bị ghiền bộ môn này.

Thay vì phải ra những nơi như (sông, suối, hồ …) tự nhiên với xác suất câu được cá là ít, thì có rất nhiều người chọn địa điểm là những hồ nhân tạo, vừa tiện lợi cho việc tìm kiếm địa điểm câu, vừa có xác suất câu được cá là cao hơn.

**2. Tầm nhìn**

Trờ thành địa điểm được nhiều người đánh giá có chất lượng cao, kích thích sự tò mò từ những người chưa đến.

**3. Sứ mạng**

Mang đến sự trải nghiệm và mức độ hài lòng tốt nhất cho khách hàng. Ngoài ra, tạo cảm giác thoải mái, giảm stress sau những ngày, giờ làm việc mệt mỏi.

**4. Giá trị cốt lỗi**

Khách hàng là trên hết

Chất lượng: Luôn làm tốt nhất những gì chúng tôi có

Cải tiến liên tục

Sự trung thực, tôn trọng và tin tưởng

**Điểm mạnh(S)**

* Dễ dàng tiếp cận, được nhiều người yêu thích
* Vốn đầu tư hợp lý, quy mô nhỏ
* Thời gian có doanh thu nhanh
* Chính sách giảm giá, các chương trình khuyến mãi
* Thiết kế theo cách riêng
* Kết hợp dễ dàng với các dịch vụ khác (ví dụ: ăn uống, các loại phụ kiện để câu cá)

**Điểm yếu(W)**

* Không gian sẽ không đủ nếu số lượng người đến hồ đông.
* Khí hậu thay đổi, làm ảnh hưởng đến chất lượng trải nghiệm của khách hàng.
* Không quản lí được các chiêu trò đến từ khách hàng.

**Cơ hội(O)**

* Kết hợp được với nhiều khách hàng chuyên nghiệp để quảng bá dịch vụ
* Luôn liên kết với các nhà sản xuất thực phẩm, đồ uống, phụ kiện để phát triển dịch vụ.
* Thị trường luôn có đủ để cung cấp nguồn hàng, đa dạng.

**Thách thức(T)**

* Cạnh tranh với nhiều đối thủ hiện tại và tiềm ẩn.
* Khách hàng ưu tiên sử dụng dụng cụ cá nhân hơn vì sự tiện lợi của chúng và giá rẻ hơn.
* Giá xăng biến động, lượng khách hàng đến hồ ít hơn, làm ảnh hởn đươc doanh thu, lợi nhuận.

**BUSINESS MODEL**

1. **Customer Segment**

* Khách hàng quan trọng nhất: Các KOL chuyên về chủ đề này
* Những người có đam mê

1. **Value Proposition**

* Giá trị chủ yếu: Đem lại sự hài lòng tốt nhất dành cho khách hàng.
* Giá trị phân khúc: + Giới trung lưu: Tạo cảm giác thoải mái, giảm stress.

+ Kích thích sự tò mò, tìm hiểu.

* Chất lượng: Kết hợp với các dịch vụ khác, tiện lợi cho khách hàng.

1. **Channels**

* Quảng bá trên fanpage Facebook, TikTok, Youtube,… ngoài ra còn có sự quảng bá đến từ khách hàng.

1. **Customer Relationships**

* Thiết lập mối quan hệ với khách hàng bằng cách tạo ưu đãi, các sự kiện cho khách hàng khi đến sử dụng dịch vụ.

1. **Revenue Stream**

* Chi phí đầu tư: 4 tỷ cho hồ với diện tích 1000m2.
* Chi phí mua cá để thả vào hồ: 30tr cho 1 tấn cá.
* Chi phí marketing: Không quá 3tr/ tháng.
* Chi phí Nhân viên: 10 người( 30 tr/tháng)
* Chi phí cho các dịch vụ khác: 300tr bao gồm khu ăn uống.

1. **Key activities**

* Hành động trọng yếu là câu cá.
* Hành động khác: Ăn uống.

1. **Key Resources**

* Nhân lực chủ chính: 6 người
* Nhân viên: 10 người
* Vốn: 1 tỷ / người

1. **Key Partnership**

* Đối tác chính: + cách nhà cung cấp thực phẩm, phụ kiên câu.

+ Các KOL chuyên về câu cá.

1. **Cost Structure**

* Giá vé câu: 390 cho 1 suất câu 4 giờ
* Giá dịch vụ khác: Tùy vào loại dịch vụ sẽ có giá riêng( Ví dụ: như các loại thức uống sẽ có ngang với thị trường).

**CUSTOMER PROFILE**

**Nhân khẩu học:**

* Nhóm khách hàng trưởng thành, dành thời gian để giải trí
* Nhóm khách hàng là KOL tìm ra chủ đề mới.
* Những người đam mê bộ môn này, không giản thoải mái

**Tâm lý học:**

* Khách hàng thường có tâm lý đám đông và họ muốn thể hiện bản thân là người chuyên nghiệp. Cho nên không ngừng liên tục thả cá với trọng lượng lớn hơn vào hồ, tiếp tục đổi mới các dịch vụ phù hợp với mọi khách hàng.

**Vị trí địa lý:**

* Dễ dàng tìm kiếm, nơi có không khí tĩnh lặng.
* Tuyến đường đẹp, ít kẹt xe.
* Hướng đi vào cổng rộng rãi, có bãi đổ xe 200m2

**Kinh tế - xã hội**

* Với giá vé mức trung bình, giá dịch vụ khác cũng ngang với giá thị trường cho nên đáp ứng được nhu cầu của đa số khách hàng có thu nhập vừa.

**Price:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Loại vé** | **Ngày thường** | **Thứ 7/CN** |
| **4 giờ** | **390.000 VNĐ** | **350.000 VNĐ/4 giờ đầu**  **440.000 VNĐ/4 giờ sau** |
| **8 giờ** | **750.000 VNĐ** | **800.000 VNĐ** |

**+ Giá dịch vụ khác không đổi so với ngày thường trừ những dịp sự kiện**

**Place:** Dịch vụ ở Bình Dương/ sau 3-5 năm mở rộng quy mô ra các tỉnh lân cận như Đồng Nai, Tp. HCM.

**Product:** Hồ cá được thiết kế dù cho các vị trí ngồi câu, trên mặt hồ còn có một cái cầu ở giữa hồ.

* Ngoài ra khu vực phục vụ dịch vụ còn có các nội thất cơ bản gồm: bàn, ghế, quạt điện, toilet, … Và dịch vụ nấu ăn từ sản phẩm mà khách hàng câu được, đi cùng với một số nguyên liệu nấu ăn có sẳn ở quầy.
* Trang trí bố cục rộng rãi (khoảng cách 2 bàn là 2.5m) nhằm tránh khả năng lây lang dịch Cov-19.0

**Process:**

* Giai đoạn 1: Tham khảo và đặt lịch hẹn cho các khách hàng quen biết
* Giai đoạn 2: Đón tiếp khách.
* Giai đoạn 3: Giới thiệu khách hàng về các loại cá có trong hồ, các loại dịch vụ và giá vé.
* Giai đoạn 4: Thông báo hết giờ, số cá câu được có thể bán lại cho chủ hồ với giá 20.000/1kg, hoặc có thể đem về, hoặc có thể lựa chọn cách nấu trực tiếp tại quầy nấu.

**Promotion:** Mở rộng các hoạt động quảng cáo truyền thông, truyền miệng, thông qua KOL nổi tiếng, tặnh qua cho khách hàng không câu được cá.

**Physical Evidence:**

* Phương tiện bên ngoài: Bảng hiệu, nơi đỗ xe, bảng hướng dẫn vị trí, đường đi.
* Phương tiện bên trong: Ghế, dù, wifi, thiết kế bên trong.
* Phương tiện khác: khăn lạnh, vợt vớt cá… Ngoài ra còn có dịch vụ cho thuê cần câu cá.

**People:**

* Quản lý: Lãnh đạo, kiểm tra đội ngũ, tìm kiếm, thu hút khách hàng và chịu trách nhiệm về các mục tiêu của dịch vụ.
* Nhân viên:

+ Nhân viên phục vụ đồ ăn và thức uống.

+ Nhân viên túc trực tại hồ, quan sát, chăm sóc khách hàng.

**CAPITAL**

|  |  |
| --- | --- |
| **Chi phí ban đầu** | |
| **Chi phí mua đất** | **3.850.000.000** |
| **Chi phí xây dựng hồ** | **150.000.000** |
| **Chi phí xây dựng khu dịch vụ** | **300.000.000** |
| **Nội thất** | **250.000x300m2 = 75.000.000** |
| **Chi phí mua cá thả vào hồ** | **30.000.000** |
| **Bàn, ghế, dù, phụ kiên câu** | **50.000.000** |
| **Thiết bị điện tử: tủ lạnh , tủ nước, máy pha café, tủ đông** | **100.000.000** |
| **Giấy phép kinh doanh** | **10.000.000** |
| **Chi phí phát sinh** | **50.000.000** |
| **Tổng cộng** | **4.615.000.000** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Chi phí vận hành hàng tháng** | |
| **Nhân sự** | **10 x 6.000.000 = 60.000.000** |
| **Đãi ngộ nhân sự** | **10 x 2.000.000 = 20.000.000** |
| **Điện nước** | **20.000.000** |
| **Marketing** | **3.000.000** |
| **An ninh** | **3.000.000** |
| **Chương trình khuyến mãi** | **8.000.000** |
| **Tổng cộng** | **114.000.000** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Doanh thu dự kiến** | **Doanh thu ngày bình thường** | **Doanh thu 1 ngày kín vị trí** |
| **Vé 4 giờ** | **390.000x15 = 5.850.000** | **390.000x30 = 11.700.000** |
| **Vé 8 giờ** | **750.000x15 = 11.250.000** | **750.000x30 = 22.500.000** |
| **Dịch vụ** | **50.000x15 = 750.000** | **50.000x30 = 1.500.000** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Vốn ban đầu** | **6.000.000.000( 6 thành viên )** |
| **Chi phí dự trụ** | **600.000.000** |
| **Tổng cộng** | **6.600.000.000** |

**RỦI RO**

* Nguồn nước có vấn đề, cá chết.
* Khách hàng có ý thức kém, xả rác bừa bài
* Khách hàng sử dụng lén mồi câu độc hại gây ô nhiễm nước
* Số lượng khách đến ít hơn so với dự tính dẫn đến thua lỗ
* Chủ đầu tư còn ít kình nghiệm

**Một số vấn đề mà nhiêu chủ đầu tư gặp phải:**

* Rào cảng pháp lý
* Thiếu kiến thức về tài chính
* Các quy định sử dụng dịch vụ không rõ ràng
* Không lường trước được khách hàng may mắn :D

**CÁCH KHẮC PHỤC RỦI RO**

* Trang bị tốt những kiến thức quản lý tài chính
* Hiểu rõ về luật kinh doanh
* Dự trù các chi phí phát sinh
* Xây dựng kế hoặc maketing mở rộng trên đa phương tiện
* Cung cấp đầy đủ tiện nghi cần thiết.
* Thả thêm cá mới vào hồ khoảng 2-3 lần 1 tuần
* Quy định rõ ràng khi sử dụng dịch vụ
* Nhân viên túc trực luôn nhắc nhở khách hàng và đưa ra những biện pháp xử lí hiệu quả, hợp lí.