

Tiểu luận

LẬP DỰ ÁN KINH DOANH QUÁN KEM

LỜI MỞ ĐẦU

Thế giới xung quanh chúng ta có biết bao điều làm bạn phải bận tâm? Tôi cam đoan sẽ là vô số, nếu có ai trả lời ngược lại thì đó là con người có cuộc sống rất lý tưởng. Nhưng những người như thế chỉ chiếm một phần rất nhỏ. Cuộc sống giống một cuộn len, chúng ta ai cũng có những cuộn len riêng của mình, nó mang màu sắc riêng của bạn, của chính chúng ta. Với những vướng mắc mà chúng ta gặp phải trong cuộc sống thường ngày như: học tập, tình yêu, công việc... những thứ làm cái đầu của chúng ta muốn nổ tung. Chính vì thế mà nhu cầu giải trí nhằm xả stress đã, đang và sẽ là nhu cầu cấp thiết của con người trong cuộc sống thời kinh tế thị trường ngày nay. Bạn sẽ đi đâu đây để xả hơi sau những giây phút mệt mỏi? Tôi là một người rất thích và có thể nói là một tín đồ trung thành của những que kem. Nếu ai đó bật cười khi biết được điều đó thì tôi sẽ cho bạn thấy sức mạnh của những que kem nhỏ bé ấy. Những que kem mát lạnh không chỉ làm bạn được giải thoát khỏi sự nóng nực của cái nắng oi ả của mùa hè, mà còn cho bạn những giây phút vui vẻ bên bạn bè, nhưng người thân yêu và mang đi bao nỗi buồn của bạn. Còn mùa đông thì sao nhỉ: Tiết trời se lạnh đầu năm không làm mất đi cảm giác thèm vô cùng vị kem mát lạnh tê đầu lưỡi và sự khoan khoái khi được nhâm nhi những chiếc bánh ốc quế giòn tan, thơm lừng...Được cùng bạn bè ngồi thưởng thức những ly kem tươi hay hàn huyên bên chiếc lẩu kem được trang trí đẹp mắt với màu sắc và hương vị vô cùng hấp dẫn khiến xua tan đi cái ngọt nhạt của cuộc sống thường nhật. Điều bạn có được từ nó giá trị hơn nhiều những gì bạn nghĩ đấy. Những que kem bé nhỏ nhưng lại không hề “nhỏ bé” phải không bạn.

Tôi rất thích kinh doanh và cũng thích ăn kem nữa nên tôi muốn mở một cửa hàng bán kem để có thể được chia sẻ sở thích của mình với bạn. Hãy cùng tôi lập dự án kinh doanh này nhé?

Tuy hiện nay có rất nhiều quán kem nhưng vẫn chưa đáp ứng hết được nhu cầu của mọi người đặc biệt trong dịp hè sắp tới. Với một cửa hàng kem tươi ngon, giá phải chăng, phục vụ tốt, luôn quan tâm đến nhu cầu thư giãn của khách hàng tôi tin rằng chắc chắn sẽ được nhiều người chấp nhận.

NỘI DUNG

I. Mô tả dự án

Tên dự án: cửa hàng kem tươi “ice-cream”

Chủ đầu tư: Vũ Thị Tuyết

Ngày sinh: 05/06/1989

Địa chỉ: Trường đại học Lâm nghiệp, thị trấn Xuân Mai, Chương Mỹ, Hà Nội

Lĩnh vực tham gia kinh doanh: : cung cấp dịch vụ giải khát

Địa điểm thực hiện: trên mặt phố, nơi tập trung đông dân cư, gần các trường đại học, THPT...

Thời gian hoạt động: không giới hạn

Nguồn thông tin: tìm hiểu số liệu thực tế từ một số cửa hàng kem lớn, cửa hàng cung cấp đồ nội thất, siêu thị, và một số trang web khác...

II. Một số tìm hiểu cơ bản

1. Nghiên cứu thị trường

Kem tươi với nhiều hương vị khác nhau là nhu cầu không thể thiếu của tất cả giới trẻ hiện nay, vì vậy có thể nói là một sản phẩm tiềm năng trong ngành giải khát. Cửa hàng kem không những đáp ứng nhu cầu cao của khách hàng_ đặc biệt là giới trẻ, bắt nhịp cùng cuộc sống, mà còn góp phần vào sự phát triển kinh tế xã hội. Xã hội ngày càng phát triển, con người tham gia rất nhiều hoạt động, nhiều công việc để có thể đáp ứng được nhu cầu của bản thân song con người lại càng có ít thời gian để thư giãn và nghỉ ngơi, vì vậy một cửa hàng kem sẽ đáp ứng được nhu cầu thư giãn hàng ngày trong những bận bịu của cuộc sống. Do đó, nhu cầu cần có cửa hàng kem ngon, độc đáo, giá cả thích hợp và cách trang trí đẹp là rất cần thiết.

Các quán kem hiện nay rất nhiều nhưng mới chỉ có số ít là đáp ứng được đa số nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, mặt khác cửa hàng nhỏ, trang trí cửa hàng đơn giản. Tất cả những điều trên cho thấy nhu cầu để có quán kem để thư giãn sẽ tăng, và có tương lai phát triển mạnh mẽ.

2. Thị trường trọng tâm

Trẻ em, học sinh, sinh viên là khách hàng chủ yếu của chúng tôi vì đây là tầng lớp có nhu cầu lớn. Đặc biệt, nhóm khách hàng mà quán hướng tới đó là giới trẻ, lứa tuổi từ 15-24. Đây là nhóm khách hàng có nhu cầu về giải trí, thư giãn của họ là những quán kem, quán cafe... họ chiếm phần đông, có thu nhập ổn định đang tăng.

Phân loại nhóm khách hàng:

- * Là các đôi yêu nhau
- * Là học sinh tuổi teen 16-18t
- * Là người có thu nhập ổn định 24-30 tuổi
- * Nhận đặt bánh theo yêu cầu...

3. Mục tiêu của quán

Môi trường kinh tế ngày càng nhiều biến động, hội nhập mang lại nhiều cơ hội kinh doanh mới, những luồng văn hóa mới, nhu cầu giải trí-thư giãn của con người ngày càng tăng cao, song song với nó là nhiều dịch vụ giải trí khác nhau cũng phát triển mạnh mẽ. Đó như một miếng bánh ngon được chia cho rất nhiều cửa hàng, hãng kinh doanh khác nhau. Quán kem không chỉ đơn thuần là phục vụ nhu cầu giải khát của con người mà còn đi kèm đó là những dịch vụ giải trí, thư giãn, nghỉ ngơi sau những giờ làm việc căng thẳng hoặc sau những giờ học mệt mỏi, những lúc chia sẻ cảm xúc vui, buồn cùng bạn bè... *Cửa hàng kem tươi “ice-cream”* sẽ đáp ứng tất cả nhu cầu đó của các bạn trẻ. Vì vậy, mục tiêu quán hướng đến đó là:

- Sản phẩm phong phú, đa dạng, đội ngũ nhân viên phục vụ trẻ trung, chuyên nghiệp, luôn luôn nở nụ cười với thực khách, cùng phong cách phục vụ chuyên nghiệp sẽ mang lại cho bạn một cảm giác thật gần gũi và ấm cúng...

- Cửa hàng sẽ là nơi thư giãn của mọi khách hàng, là nơi gặp gỡ giao lưu bạn bè thú vị sau những những khoảng thời gian mệt mỏi.

- Tôi đa hoá sự hài lòng của khách hàng

Về mục tiêu lợi nhuận, cửa hàng phấn đấu: Đạt được lợi nhuận ngay từ năm đầu hoạt động

4. Đặc điểm khách hàng

Do khách hàng chính của chúng tôi chủ yếu là học sinh, sinh viên nên họ có cách sống của họ đơn giản, dễ gần gũi. Khi đến quán, điều mà họ quan tâm nhất là hình thức phục vụ và không gian có thoải mái hay không... Ngoài ra, theo tìm hiểu qua các cuộc nói chuyện với khách hàng chúng tôi được biết khi đến đây họ còn cân nhắc những điều sau :

- Có nhiều loại kem ngon không?
- Mức giá có phù hợp không?
- Có phục vụ nhanh không?
- Người phục vụ có nhiệt tình vui vẻ không?

Đây là nhóm khách hàng có rất nhiều nhu cầu khác nhau, vì vậy đáp ứng được tất cả nhu cầu của họ sẽ mang lại cho quán một lợi thế cạnh tranh lớn trong môi trường kinh doanh “ giải trí- giải khát” ngày càng tăng trưởng mạnh mẽ như hiện nay.

5. Đối thủ cạnh tranh

Mặc dù mở ra cửa hàng kem có nhiều điều kiện khách quan cũng như chủ quan thuận lợi. Nhưng để thành công không phải là chuyện dễ vì không chỉ có cửa hàng của mình ,mà còn nhiều cửa hàng hiện nay cũng đang tham gia lĩnh vực này nên các đối thủ cạnh tranh là rất lớn, họ cũng muốn đạt những gì họ muốn, do đó chúng tôi phải làm tốt hơn đối thủ thì mới thu hút được khách hàng.

6. Nhà cung ứng

Hiện nay có rất nhiều công ty kinh doanh kem lớn có thương hiệu: kem Tràng Tiền, kem Merino, ... có thể thực hiện chiến lược liên kết với các nhà cung cấp để có thị trường đầu vào ổn định.

7. Các yếu tố vĩ mô

- Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, việc mở ra các loại hình kinh doanh không còn khó khăn và luôn được nhà nước khuyến khích. Cho nên với loại hình kinh doanh kem thì việc đăng ký sẽ dễ dàng.

- Thị trường kinh doanh kem trong tương lai sẽ phát triển cao và là thị trường hấp dẫn cho các nhà đầu tư.

8. Các loại sản phẩm

Đặc điểm về sản phẩm:

- Ít đường, ít béo do làm từ hương liệu hoa quả, socola, vani, bơ sữa...
- Trình bày theo khuôn mẫu đa dạng, dễ thương, sáng tạo
- KH được tự design và gửi thông điệp cho từng sản phẩm kem theo yêu cầu của khách hàng
- Đề cao bản ngã, cái tôi của người mua
- Hương vị tự nhiên và hấp dẫn từ khứu giác
- Đóng gói lịch sự, tiện dụng, phục vụ nhanh chóng

Bảng 1: các sản phẩm kem của cửa hàng

Kem dâu	Kem xôi
Kem tươi	Kem rán
Kem xoài	Kem sầu riêng
Kem dừa	Bánh su kem
Kem dứa	Kem viên khoai môn
Kem socola	Kem chua mút dâu
Kem hạnh nhân	Kem chua mút xoài

Kem dâu rừng	Kem tươi chua vani
Kem cookie & cream	Kem socola núi lửa
Kem vani	Kem ốc quế
Kem vani socola	Kem rum nhỏ
Kem bạc hà	Kem cam
Kem cafe	Kem trái cây
Kem socola bạc hà	Kem bạc hà

III. Kế hoạch kinh doanh

Trên cơ sở phân tích mục tiêu và thông tin thu thập từ thị trường của hàng đưa ra một số chiến lược kinh doanh như sau:

- liên kết với các nhà cung cấp lớn để tạo ưu thế về nguồn nguyên liệu
- Đưa ra nhiều chương trình khuyến mãi nhằm thu hút khách hàng
- Đào tạo nhân viên chuyên nghiệp
- Luôn đưa vào những sản phẩm mới với hương vị hấp dẫn, nhiều hình dạng ngộ nghĩnh nhằm thu hút khách hàng

1. Chiến lược giá

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

Bảng 2: Giá bán các sản phẩm tại thời điểm quán bắt đầu hoạt động

Các loại kem	Đơn vị tính	Giá bán
Kem dâu	ly	7000
Kem tươi	Ly	8000
Kem xoài	Chiếc	8000
Kem dừa	Chiếc	8000
Kem dừa	Chiếc	8000
Kem socola	Chiếc	10000
Kem hạnh nhân	Chiếc	12000
Kem dâu rừng	Ly	12000
Kem cookie & cream	Ly	12000
Kem vani	Ly	15000
Kem vani socola	Ly	15000
Kem bạc hà	Chiếc	15000
Kem cafe	ly	15000
Kem socola bạc hà	Ly	15000
Kem xôi	ly	10000
Kem rán	ly	10000
Kem sầu riêng	Chiếc	10000
Bánh su kem	Ly	15000
Kem viên khoai môn	Chiếc	12000
Kem chua mút dâu	Ly	12000
Kem chua mút xoài	Ly	12000
Kem tươi chua vani	Ly	12000
Kem socola núi lửa	Ly	15000
Kem ốc quế	Ly	8000

Kem rum nho	Ly	10000
Kem cam	Chiếc	8000
Kem chanh	Chiếc	8000
Kem me	Chiếc	8000
Kem hoa quả	Chiếc	8000

2. Chiến lược marketing:

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

Chiến lược marketing của dự án bao gồm những nội dung sau:

- *Mục tiêu chiến lược*

+ Trước tiên là mục tiêu lợi nhuận: đây là mục tiêu không thể thiếu đối với mỗi một dự án kinh doanh. Với dự án trông giữ xe ngày và đêm Tân Khánh dự định sẽ mang lại lợi nhuận cao.

+ Thế lực trong kinh doanh: Khi dự án đưa vào hoạt động và ngày một phát triển thì điểm giữ xe có thể chiếm lĩnh được thị trường, khả năng cạnh tranh cao, mức độ sinh lời ngày càng tăng trong kinh doanh.

+ An toàn trong kinh doanh: Mọi hoạt động của dự án đều được thể hiện mức độ an toàn là rất lớn, mức độ xảy ra rủi ro là không cao và có thể đề phòng và ngăn ngừa rủi ro có thể xảy ra.

+ Mục tiêu nhân văn: Tạo công ăn việc làm cho xã hội, bảo vệ môi trường sinh thái, không gây ùn tắc giao thông

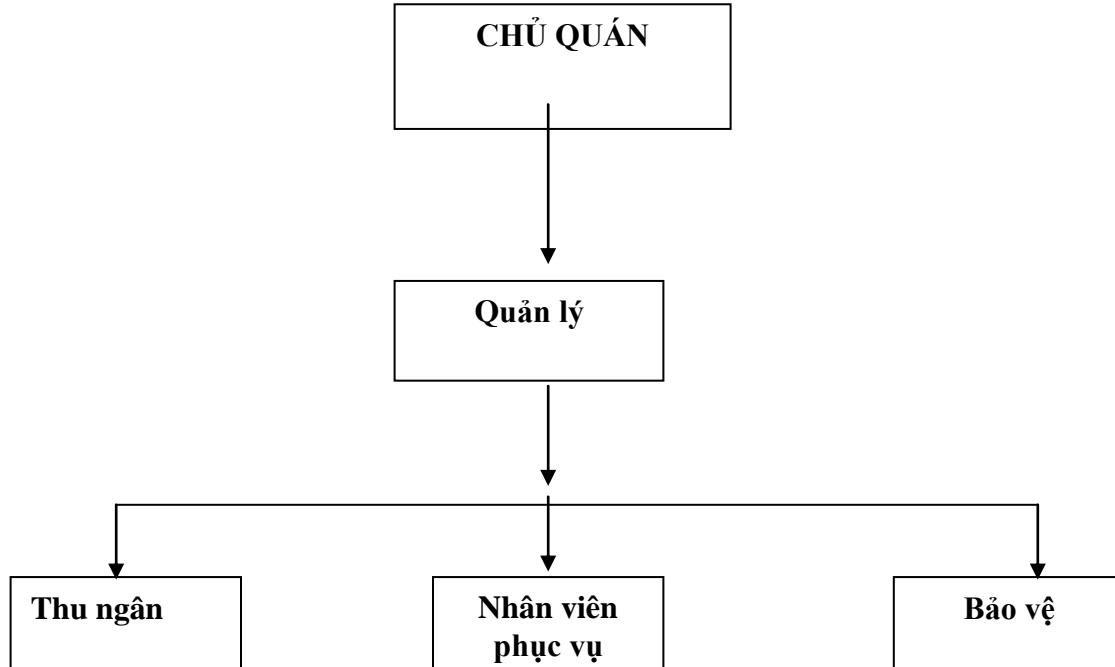
Hình thức quảng cáo:

Phát tờ rơi quảng cáo tại các trường ĐH, trung học, các công ty và người trung niên ở khu vực xung quanh đó. (1000 tờ rơi phát trong tháng đầu, sau đó có thể cân nhắc phát thêm hay không). Mỗi tờ rơi giảm 10% cho 1 ly, nhưng không cộng gộp với nhau

Quảng cáo thông qua các hình thức chủ yếu treo băng rôn ở các tuyến đường chính. Trong tuần đầu khai trương khách hàng sẽ được giảm giá 50% trong ngày đầu và 30% trong các ngày tiếp theo cho tất cả các sản phẩm.

3. Phương án kĩ thuật và tổ chức quản lí nhân viên

Sơ đồ hoạt động của tổ chức



Nhân viên trong cửa hàng bao gồm:

1 quản lý

1 nhân viên thu ngân

3 nhân viên phục vụ

1 bảo vệ

Yêu cầu nhân viên: Nhân viên năng động, phục vụ nhiệt tình, khả năng xử lý tình huống nhanh, tuổi từ 18- 35 tuổi, ngoại hình ưa nhìn.

Lương nhân viên

Bảng 3: Lương hàng tháng

Chi tiêu	Số lượng	Tiền lương (triệu đồng)	Thành tiền (1000đ)
Quản lý	1	6	6
Phục vụ	4	2.5	10
Bảo vệ	1	1.1	1.1
Thu ngân	1	2.2	2.2
Tổng	7		19.3

IV. Hiệu quả hoạt động tài chính dự kiến

1 Nguồn vốn và tài sản

- nguồn vốn chủ sở hữu: 450

- vốn vay ngân hàng: 150

Lãi suất vay ngân hàng 12%/năm

2. Chi phí hoạt động

- Trang thiết bị, mô hình xây dựng, địa điểm

BẢNG TÍNH CHI PHÍ ĐẦU TƯ BAN ĐẦU

Đvt: ngàn đồng.

TT	HẠNG MỤC ĐẦU TƯ	SL	ĐVT		GIÁ		THÀNH TIỀN
1	Bàn mây tròn:	15	cái	x	450	=	6.750
2	Ghế	80	cái	x	300	=	24.000
3	Bàn gỗ_kiếng vuông, thấp:	15	cái	x	420	= =	6.300
4	nệm ngồi	80	cái	x	35	=	2.800
5	Đế lót ly bằng gỗ	300	cái	x	3,65	=	1.095
6	Gạt tàn thuốc bằng gốm (TA58):	20	cái	x	19	=	300
7	Mâm Inox bung nước cho nhân viên (304-36cm):	15	cái	x	101	=	1.515
8	Ly đựng kem	200	ly	x	75	=	1.500
9	Thìa	200	cái	x	5.5	=	1.100
10	Ti vi	1	Chiếc	x	6.560	=	6.560
11	Máy điều hòa	1	Chiếc	x	7.300	=	7.300
12	Điện thoại	2	Bộ		1.500	=	1.500
13	Đầu đĩa đa năng	1	Bộ	x	2.100	=	2.100
114	Dàn loa	1	Bộ	x	3.500	=	3.500

15	Tủ lạnh	2	cái	x	10.500	=	21.000
16	Điện, đèn, nước, tiền công	1	Lần	x	20.000	=	20.000
17	Đồng phục nhân viên:	16	cái	x	300	=	4.800
18	Trang trí nội thất, sửa chữa quán, trang trí cây cảnh:	1	Lần	x	150.000	=	140.000
19	1 tủ quây bar tính tiền và để dàn nhạc	2	cái	x	5.500	=	11.000
20	Chi phí PANO vải quảng cáo:	3	Tấm	x	1.500	=	4.500
21	Giấy phép kinh doanh	1		x	5000	=	5.000
22	Chi phí bảng hiệu, hộp đèn:	1	Bộ	x	20000	=	20.000
23	Đồ dùng khác	1	Lần	x	120.000	=	12.000
	Tổng vốn đầu tư						304.62

Bảng 5: Chi phí cho hàng tháng

Stt	Loại chi phí	Thành tiền (nghìn đồng)
1	Sản lượng kem tiêu thụ hàng tháng	69.800
2	Đồ uống	15.600
3	Chi phí công nhân viên	19.800
4	Khấu hao TSCĐ (24 tháng)	5.620
5	Chi phí thuê mặt bằng	20.200

6	Tiền điện nước hàng tháng	40.000
7	Chi phí khác	12.300
	Tổng	183.02

3. Doanh thu dự kiến và chi phí dự kiến

Vốn cố định: 304.620.000 đ

Chi tiêu hàng tháng: 183.020.000 đ/tháng

Doanh thu hàng ngày dự kiến: 6.80.000

Doanh thu bình quân hàng tháng: 204.000.000 đ/tháng

Lợi nhuận hàng tháng: 67.530.000 đ/tháng

4. Đánh Giá Tài Chính

I. Đánh giá tài chính

P: vốn đầu tư ban đầu

r: lãi suất chiết khấu

CF: dòng thu nhập ròng qua các năm

a, Hiện giá thu hồi thuần (NPV)

Thể hiện tổng số tiền lời sau khi hoàn đủ vốn (dự tính sau 2 năm)

$$NPV = -P + \frac{CF_1}{1+r} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n} =$$

$$= -304.62 + 204 \frac{(1+0.01)^{24} - 1}{0.01 * (1+0.01)^{24}} + 183.02 \frac{(1+1.01)^{24} - 1}{0.01 * (1+0.01)^{24}} = 141.0563$$

Vậy ta có $NPV > 0$, dự án khả thi.

b, Suất thu hồi nội bộ (IRR)

Biểu hiện suất sinh lợi thực tế của dự án

$$IRR = r + \frac{NPV_1(r_2 - r_1)}{|NPV_1| + |NPV_2|} = 14,5\%$$

Ta thấy, suất sinh lời thực tế của dự án $IRR > 10\%$, dự án khả thi.

c, Chỉ số lợi nhuận(PI)

Thể hiện tỷ lệ hoàn vốn cộng với lời ròng của dự án trên khoản đầu tư ban đầu

$$PI = \frac{PV}{P} = \frac{NPV + P}{P} = 1,46$$

Tỷ lệ này đạt 1,46 tức tỷ lệ hoàn vốn cộng với lời ròng của dự án là 19% trên khoản đầu tư ban đầu. So với các ngành nghề có số vốn đầu bằng dự án này thì có chỉ số PI như thế này tương đối tốt.

d, Chỉ tiêu BCR (thu nhập/ chi phí)

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{Bi}{(1+r)^i}}{\sum_{i=0}^n \frac{Ci}{(1+r)^i}} = \frac{4333.65}{4192.5847} = 1.03$$

Ta thấy $B/C = 1.03 > 0$ nên dự án có hiệu quả về mặt kinh tế.

Trên cơ sở phân tích các chỉ tiêu trên ta nhận xét dự án trên có hiệu quả về mặt kinh tế, nên đầu tư thực hiện dự án.

V. Hiệu quả về mặt kinh tế xã hội

Đây là một cửa hàng kinh doanh với quy mô nhỏ vì vậy ảnh hưởng của nó tới mặt kinh tế xã hội là rất nhỏ, tuy nhiên cũng có thể kể ra một số hiệu quả mà nó mang lại như sau:

- Tăng thu nhập cho quốc dân
- Đóng góp vào việc gia tăng ngân sách
- Một cửa hàng đẹp sẽ góp phần tôn lên vẻ đẹp chung của phố phường
- Giúp con người có nơi thư giãn nghỉ ngơi, có giá trị cao về mặt tinh thần.

VI. Những rủi ro có thể gặp

Rủi ro là yếu tố luôn tồn tại trong mọi hoạt động sản xuất kinh doanh , và trong quá trình thực hiện dự án xây dựng của hàng kem”ice-cream” cũng không ngoại lệ.Những rủi ro có thể xảy ra trong quá trình xây dựng và triển khai dự án:

- Cạnh tranh trong lĩnh vực này là rất cao, đòi hỏi chủ quán phải năng động, thích nghi kịp thời với mọi nhu cầu thay đổi của khách hàng, đưa ra chiến lược cạnh tranh thích hợp.

- Do đặt cửa hàng ở nơi trung tâm nên chi phí kinh doanh cao, cần tìm mọi cách để tiết kiệm chi phí.

- Giá cả thị trường luôn biến động, cần đề xuất các biện pháp đối phó kịp thời.

KẾT LUẬN

Đây là một dự án kinh doanh với mô hình nhỏ. Dự án trên đã khái quát được cơ bản các bước lập 1 kế hoạch kinh doanh. Tuy nhiên trên cơ sở tìm hiểu còn nhiều thiếu sót, rất mong nhận được sự góp ý của cô để bài viết của em đạt hiệu quả cao hơn.

Em xin trân thành cảm ơn!