

LOGO

Kế hoạch kinh doanh

Cơ văn phòng |

lunch restaurant



Các thành viên trong nhóm

- Vũ Duy Hoàn
- Nguyễn Thị Hồng Ngọc
- Tạ Thị Thu Anh
- Trương Thị Hải Vân
- Phạm Thị Hoài Thu

Lý do lựa chọn cơm văn phòng

- Số lượng các doanh nghiệp việt nam tăng lên chóng mặt. Thị trường cho thuê cũng nóng lên từng ngày. Cường độ làm việc ngày càng tăng khiến thời gian nghỉ trưa ngày càng giảm xuống họ không có nhiều thời gian về ăn cơm với gia đình
- Các cơ sở cung cấp bữa ăn trưa cho nhân viên văn phòng phần lớn không đáp ứng được tiêu chuẩn về dinh dưỡng và vệ sinh an toàn thực phẩm
- Có thể nói vắn tắt về thị trường cơm hộp Cung chưa đáp ứng được cầu. Dân văn phòng chủ yếu đặt cơm thông qua các cửa hàng nhỏ lẻ, manh mún và đặc biệt là chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm rất thấp.

Lý do lựa chọn cơ m văn phòng

- theo tổng cục thống kê năm 2010 thu nhập bình quân chia theo 5 mức thu nhập của hải phòng

năm	nhóm 1	nhóm 2	nhóm 3	nhóm 4	nhóm 5
2006	232,3	372,7	496,1	717,4	1781,5
2008	383,9	616,1	863,7	1168,2	2958,9
2010	511,9	866,0	1220,3	1808,1	4069,0

- Và mật độ dân số của hải phòng là 1221/km²
- Vậy trên mỗi km² thì sẽ có 244 người có thu nhập 4.069.000 trên tháng

Lập chiến lược kinh doanh

1

Mục tiêu

2

Phân tích thị trường

3

Chiến lược kinh doanh

4

Thành lập dự án

1

Mục tiêu



Ngắn hạn

Xây dựng một
cửa hàng
do nguồn vốn
hạn hẹp

Trung hạn

Xây dựng thêm chi
Nhánh
Và liên hệ với các
Công ty để cung
Cấp cơ
Cho công nhân

Dài hạn

Trở thành một
Trong Những
Nhãn hiệu Cung
Cấp cơ hàng Đầu
hải phòng

2

Phân tích thị trường

- **Khách hàng:** qua điều tra chúng tôi thấy
 1. 95% mọi người đều quan tâm tới vệ sinh an toàn thực phẩm
 2. Mọi người cho rằng một suất cơm trưa văn phòng ngon và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm có giá từ 30.000-40.000 chiếm tỉ lệ 41%
 3. 77% mọi người đánh giá dịch vụ ăn trưa hiện nay về vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm là ở mức trung bình thấp
 4. 70% thỏa mãn ở mức trung bình về thời gian và cung cách phục vụ

2

Phân tích thị trường

- Nhà cung cấp:
 1. Qua việc tìm hiểu thị trường cung cấp thực phẩm sạch chúng tôi đã lựa chọn được công ty cổ phần thực phẩm xuất khẩu (CPTPXK) huy quang làm nhà cung cấp thực phẩm đạt tiêu chuẩn ISO 22000-2005 (các loại thịt)
 2. Còn với các loại rau củ quả, nguồn cung cấp chợ đồ
- Đối thủ cạnh tranh: hiện nay có nhiều quán cơm cạnh tranh nhưng chất lượng quá kém không đảm bảo đầy đủ các tiêu chí của nhân viên công sở

2

Phân tích thị trường

- Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn: trong ngắn hạn thị trường cơm văn phòng tại hải phòng vẫn chưa phát triển. Nhưng trong dài hạn và trung hạn có thể có thêm nhiều cửa hàng tham gia vào thị trường gây khó khăn trong việc mở chi nhánh và liên hệ với các công ty để cung cấp cơm cho công nhân
- Sản phẩm thay thế: Sản phẩm thay thế có lẽ là các loại bún, phở, mì, miến,.. và fast food như bánh mì, hamburger. Sức ép cạnh tranh của các loại đồ ăn này là không nhỏ, nhưng không đáng lo ngại bởi nó chỉ mang tính chất là thay đổi khẩu vị tạm thời chứ không có thể thay thế được cơm.

Chiến lược kinh doanh

- **Khách hàng mục tiêu** của công ty là dân văn phòng với các mức thu nhập khác nhau. Nhìn chung, những người làm văn phòng có nhận thức cao về chất lượng sản phẩm. Họ sẵn sàng chi trả cho những hộp cơm giá cao hơn, nhưng chất lượng và độ an toàn cũng cao hơn.
- **sản phẩm**
 1. Hộp cơm có giá 30.000VNĐ Đối tượng của sản phẩm này là những người có thu nhập: từ 3 triệu đến 4.5 triệu. Hộp được làm bằng chất liệu nhựa melamine. Melamine là một nhóm nhựa không ảnh hưởng đến sức khỏe do có độ kháng nhiệt cao, không bị ăn mòn bởi dung môi hay dầu mỡ, không trầy xước, không mùi vị, không ảnh hưởng đến mùi vị của thực phẩm.

Hình ảnh của mẫu cơm 30.000đ



3

Chiến lược kinh doanh

- **sản phẩm**

2. Đối tượng của sản phẩm này là những người có thu nhập cao từ 4.5 triệu trở lên. Hộp được làm bằng chất liệu gỗ rất lịch sự và sang trọng. Với mức giá 40.000 VNĐ, khách hàng có thể sở hữu một hộp cơm bằng gỗ bên trong lót mọi lớp sứ mỏng (công ty sẽ thu hồi lại).



3

Chiến lược kinh doanh

- Về qui mô: nhà hàng lựa chọn chiến lược phát triển theo mạng lưới bằng cách mở rộng đại lý ở các khu vực khác nhau. Việc mở rộng khu vực sẽ giúp nhà hàng phục vụ khách hàng nhanh hơn, tiết kiệm chi phí và giảm giá thành sản phẩm.
- Phương châm của chúng tôi là: Đưa món ăn nhà hàng vào thực đơn cơm văn phòng.
- Về chiến lược Quảng cáo:
 1. Marketing: khi mới khai trương chúng tôi phát 800 phiếu quảng cáo và kèm theo phiếu giảm giá 50%. Trong dài hạn nếu khách hàng đăng ký ăn theo nhóm từ 10 người trở lên thì được giảm 5%

Chiến lược kinh doanh

2. Ngoài những chiến lược quảng cáo thông thường nhà hàng hiểu rằng sự khác biệt sẽ là nhân tố chính để tăng uy tín. Đây cũng là đặc trưng của ngành kinh doanh ăn uống
 - Để chuẩn bị thức ăn cho khách hàng được tốt đề nghị khách hàng đặt cơm trước 10h30' qua điện thoại và trên trang web của nhà hàng
 - Chúng tôi đầu tư thêm thiết bị dũ ấm thức ăn để cơm đem đến cho khách hàng được nóng như mới nấu
 - Trong thời gian dài chúng tôi sẽ phát triển thêm xuất cơm vip cho khách hàng có thu nhập cao
 - Sau khi nhà hàng đi vào hoạt động ổn định thì chúng tôi tiếp tục mở thêm 1 cửa hàng và bắt đầu liên hệ với các công ty để cung cấp cơm cho công nhân

3

Chiến lược kinh doanh

- Quá trình nấu nướng phải đảm bảo đúng quy trình kỹ thuật đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm

4

mô tả dự án

- Địa điểm : 133 hoàng văn thụ nơi đó có thiếu văn phòng. Có bệnh viện phụ sản tòa nhà central tower.
- 1. Diện tích 100^2 với 2 tầng, tầng 1 làm cửa hàng tầng 2 làm khu chế biến thực phẩm
- 2. Xung quanh cửa hàng có nhiều quán ăn nhưng chất lượng quá kém không thể cạnh tranh.
- 3. Chúng tôi sẽ phục vụ khách hàng trong vòng bán kính 2.5km^2
- Tiếp theo chúng tôi tiếp tục mở thêm chi nhánh tại trần nguyên hãn

4

mô tả dự án

■ Khái quát chi phí đầu tư ban đầu

Khoản mục	Giá trị	Số lượng	Thành tiền	khấu hao
Giấy phép đăng ký kinh doanh	-	-	2.000.000	
Sửa sang cải tạo địa điểm	-	-	3.000.000	
Thiết bị cho nhà bếp (nồi dao..)	-	-	70.000.000	5 năm
Máy tính + máy in	9.000.000	2	18.000.000	4 năm

4

mô tả dự án

- Khái quát chi phí đầu tư ban đầu

Khoản mục	Giá trị	Số lượng	Thành tiền	Khấu hao
tủ nấu cơm công nghiệp	15.000.000	1	15.000.000	5 năm
Tủ dũ ấm thức ăn	10.000.000	1	10.000.000	5 năm
Hộp đựng thức ăn melanin +hộp gỗ	300+100	30.000+ 150.000	5.000.000	1 năm
Điện thoại	400.000	3	1.200.000	4 năm

4

mô tả dự án

▪ Khái quát chi phí đầu tư ban đầu

Khoản mục	Giá trị	số lượng	Thành tiền	khấu hao
Đồng phục cho nhân viên	200.000	15	3.000.000	1 năm
Lập trang web	5.000.000	1	5.000.000	
Chi phí marketing tờ rơi khuyến mại			13.000.000	
thùng vận chuyển thức ăn	300.000	15	4.500.000	2 năm

4

mô tả dự án

- Khái quát chi phí đầu tư ban đầu

Khoản mục	Giá trị	số lượng	Thành tiền	khấu hao
Bàn ghế	2.800.000	15	42.000.000	5 năm
Bát đĩa (khách đến ăn tại nhà hàng)	-	-	6.000.000	1 năm
Chi phí khác	-	-	5.000.000	
Tổng			202.700.000	

4

mô tả dự án

- kế hoạch nhân sự

1. bộ phận quản lý

- Vũ Duy Hoàn: trực tiếp chỉ đạo và đôn đốc các bộ phận hoàn thành kế hoạch được giao
- Nguyễn Thị Hồng Ngọc Là người theo dõi chỉ đạo mọi vấn đề liên quan tới nhân sự của nhà hàng bố trí nhân sự theo yêu cầu của khách sao cho phù hợp với quy mô và đặc điểm của nhà hàng
- Trương Thị Hải Vân chịu trách nhiệm kỹ thuật có nhiệm vụ lập kế hoạch bảo trì bảo dưỡng cơ sở vật chất

4

mô tả dự án

▪ kế hoạch nhân sự

1. bộ phận quản lý

- Phạm Hoài Thu Làm nhiệm vụ kế toán phản ánh các chi phí phát sinh trong kỳ và kết quả thu được trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm kiểm tra giám sát tính hiệu quả trong việc sử dụng vốn
- Tạ Thị Thu Anh làm nhiệm vụ thu ngân có nhiệm vụ thu tiền từ nhân viên vận chuyển và chi trả các khoản chi phí phát sinh như tiền lương, chi phí nguyên vật liệu

mô tả dự án

- kế hoạch nhân sự

2. Bộ phận sản xuất

- Bếp trưởng: Quản lý và chịu trách nhiệm chính bếp ăn về nấu nướng các món ăn chính và phụ. Cùng người quản lý lên thực đơn cho các bữa ăn hàng tuần và đặt tên món ăn tạo phong cách riêng của cơm lunch. Nghiên cứu, phát triển các món ăn. Đổi mới, bổ sung các món ăn hàng tuần. lương 5tr
- Bếp phó: Phụ giúp bếp trưởng nấu các món chính và phụ. Phụ trách về khâu trình bày món ăn, đóng hộp. Cùng bếp trưởng nghiên cứu, phát triển, thử nghiệm món mới. Hướng dẫn tạp vụ một số nghiệp vụ như: cắt, tỉa, trình bày món ăn. lương 4tr

4

mô tả dự án

▪ kế hoạch nhân sự

2. Bộ phận sản xuất

- 2 nhân viên tạp vụ: Thực hiện các công việc chuẩn bị cho quá trình nấu nướng và sau khi nấu nướng, vệ sinh sạch sẽ nơi sản xuất. Phụ giúp 2 đầu bếp trong quá trình nấu nướng, trình bày, sắp xếp món ăn, đóng hộp 2.500.000đ/tháng
- bộ phận vận chuyển: (trung bình cứ 50 suất ăn cần 1 nhân viên vận chuyển) Có nhiệm vụ chuyển hàng, thu hộp về và thanh toán tiền hàng. Lương cứng 500.000đ (chi phí xăng xe) cộng thêm 700đ trên mỗi xuất cơm vận chuyên

4

mô tả dự án

- kế hoạch nhân sự

2. Bộ phận sản xuất

- 2 nhân viên nhận đơn đặt hàng: Nhận đơn đặt hàng từ trang Web, trực điện thoại, tích kê vào bảng thực đơn của khách hàng để sắp xếp và chuyển cho đầu bếp 1.000.00đ/tháng

4

mô tả dự án

- kế hoạch sản xuất
 1. Nhập nguyên liệu đầu vào (trước 7h sáng)
 2. Thực phẩm sau khi lấy về được sơ chế để chuẩn bị nấu (*xong trước 8h30*)
 3. Nấu ăn: Với thứ tự ưu tiên các món phụ sẽ được chế biến trước tiên (*xong trước 10h*) rồi đến các món chính (*xong trước 10h45'*)
 4. Đóng hộp: Đóng hộp những đồ phụ trước sau đó thức ăn chính theo suất ăn và từ thông tin của bộ phận nhận đơn đặt hàng Sau khi đóng hộp xong để sẵn trên kệ hàng và chờ vận chuyển *Tất cả công đoạn này hoàn thành trước 11h*

4

mô tả dự án

- kế hoạch sản xuất
- 5. Vận chuyển: mỗi nhân viên vận chuyển phụ trách một vùng
Vận chuyển với chi phí nhỏ nhất sau đó Thu gom hộp : sau khi giao hàng nhân viên vận chuyển sẽ thu gom hộp sau giờ nghỉ trưa (từ 13h- 14h) (chất lượng phục vụ khách hàng cũng là một tiêu chí quan trọng của nhà hàng vì vậy nếu nhân viên mang cơm đến muộn 10 phút thì sẽ miễn phí món tráng miệng nếu chậm 20 phút thì sẽ miễn phí bữa ăn ngày hôm đó)
- 6. Thực đơn tuần đầu tiên (các bạn có thể xem trong phần photo)

4

mô tả dự án

- tính chi phí hàng tháng (chi chí cố định)

Mục lục	Già thành	số lượng	Thành tiền
Thuê cửa hàng	15.000.000	1	15.000.000
Khấu hao	-	-	4.330.555
Nhân công	-	-	23.250.000
Chi phí ăn chưa nhân viên	18000	300	5.940.000

4

mô tả dự án

- tính chi phí hàng tháng (chi phí cố định)

Mục lục	Giá thành	số lượng	Thành tiền
Nghiên cứu phát triển sản phẩm mới	-	-	500.000
Chi phí khác	-	-	2.000.000
tổng cộng	-	-	51.020.555

4

mô tả dự án

- dự toán chi phí biến đổi, doanh thu và lợi nhuận

tháng	chi phí (biến đổi)	doanh thu	lợi nhuận sau thuế
1	72.399.999	101.000.000	-22.420.554
2	74.999.998	117.000.000	-9.020.554
3	109.599.998	171.000.000	7.473.201
4	137.879.997	215.000.000	19.079.601

4

mô tả dự án

- **Tính tổng số vốn ban đầu**
 1. tổng số vốn lưu động là 150.000.000
 2. vốn cố định 202.700.000
 3. Tổng thi phí ban đầu 352.700.000
 4. Số vốn dự phòng 147.300.000
- **Mở thêm chi nhánh**
 1. vay thêm ngân hàng 170.000.000 và thêm vốn chủ sở hữu 218.000.000= 388.000.000

4

mô tả dự án

- Sau 8 tháng mở thêm một cửa hàng và liên hệ với các công ty để cung cấp cơm cho công nhân dự toán chi phí lợi nhuận và doanh thu

tháng	Chi phí cố định(cả lãi)	chi phí biến đổi	doanh thu	lợi nhuận sau thuế
1	94.449.444	224.759.996	336.600.000	12.521.202
2	94.449.444	227.879.996	355.800.000	24.098.803
3	94.449.444	269.399.995	420.600.000	40.860.403
4	94.449.444	303.335.955	473.880.000	54.788.083

LOGO

Bài làm của nhóm tớ còn rất
nhiều sai sót mong các bạn
góp ý thêm

Thank You !

