

**CUỘC THI Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO  
MITC STARUP NĂM 2023**

**Chủ đề cuộc thi : HIỆN ĐẠI – TÀI NĂNG – SÁNG TẠO  
Modern – Innovation – Talent - Creation**

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ KINH DOANH ĐẶC SẢN PHÚ YÊN**

**Lĩnh vực: Kinh doanh thương mại**

**Đơn vị dự thi: Trường CD Công Thương Miền Trung**

**NHÓM DỰ THI: 1. Nguyễn Thanh Sang**

**2. Trương Thị Mỹ Linh**

**3. Nguyễn Thị Hồng Ngọc**

**Phú Yên, Tháng 5/2023**

## BẢNG TÓM TẮT DỰ ÁN

### I. Tên nhóm/cá nhân dự thi

- Họ và tên (cá nhân hoặc trưởng nhóm dự án): Nguyễn Thanh Sang
- Số điện thoại liên hệ: 0938 224 696
- Địa chỉ Email: sangnguyen.sky78@gmail.com
- Danh sách thành viên trong nhóm

STT	Họ và tên	Năm thứ	Chuyên ngành	Kinh nghiệm, sở trường cho dự án
1	Nguyễn Thanh Sang	2	Tin học	Tham gia chế tạo robocon, lập trình web
2	Trương Thị Mỹ Linh	1	Kinh doanh thương mại	
3	Nguyễn Thị Hồng Ngọc	1	Kinh doanh thương mại	

**II. Tóm tắt dự án** (trình bày thông tin ngắn gọn, cô đọng khoảng 1 trang) với các thông tin sau:

#### 1. Ý tưởng chính của dự án

Ẩm thực Phú Yên vô cùng đa dạng, thể hiện nét đẹp văn hóa, phong tục tập quán được hình thành từ cuộc sống. Với chiều dài lịch sử lâu đời và vị trí địa lý khác biệt, đặc sản Phú Yên có những đặc trưng riêng không thể hòa lẫn được. Hiện nay, Phú Yên đang là điểm đến thu hút khách du lịch, theo số liệu từ Cục Thống kê Phú Yên tổng lượt khách đến Phú Yên đạt 721.100 lượt khách trong đó có hơn một nửa là khách đến từ Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh đặc biệt là khách nước ngoài.

Nhận thấy được nhu cầu tiềm năng của thị trường về việc mua đặc sản Phú Yên nên nhóm quyết định hình thành lên ý tưởng kinh doanh đặc sản Phú Yên.

**2. Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án** (trả lời câu hỏi dự án đang giải quyết vấn đề gì cho khách hàng)

**2.1. Dịch vụ**

- Bán hàng , đóng gói sản phẩm , cung cấp tất cả các đặc sản Phú Yên , chế biến món ăn cho khách có nhu cầu dùng thử, hỗ trợ miễn phí giao hàng tận nơi cho khách hàng tại nội thành Tuy Hòa , ngoài ra còn hỗ trợ ship toàn quốc.

**2.2. Giá trị**

- Cung cấp đến người tiêu dùng những sản phẩm đặc sản an toàn và chất lượng.

- Kết hợp giữa bán trực tiếp và online tạo ra sự tiện lợi cho người tiêu dùng và khách du lịch.

- Giới thiệu, quảng bá đến khách du lịch trong và ngoài nước về tinh hoa ẩm thực Phú Yên

- Tạo ra nhiều giá trị văn hóa vùng miền, một lượng lớn khách hàng tiềm năng trên nền tảng Internet.

**3. Mục tiêu của dự án** (trong 1 năm, 3 năm, 5 năm)

Mục tiêu hướng đến: Trong 5 năm tới sẽ trở thành một chuỗi các cửa hàng bán đặc sản Phú Yên trên toàn quốc.

Mục tiêu từng giai đoạn:

+ Năm 1: Quảng bá, giới thiệu đặc sản Phú Yên trên nền tảng Internet .

+ Năm 2: Phát triển kinh doanh tại thị trường Phú Yên đặc biệt là nhóm khách hàng du lịch.

+ Năm 3: Đạt mục tiêu lợi nhuận và phát triển mở rộng thị trường ra các tỉnh lân cận.

+ Năm 4&5: Phát triển trở thành một chuỗi cửa hàng lan rộng ra 3 miền Bắc – Trung – Nam.

**4. Xác định thị trường mục tiêu** (Khách hàng mục tiêu là ai)

Khách hàng tiềm năng đa phần là những khách du lịch trong và ngoài nước.

**5. Xác định đối thủ cạnh tranh và điểm khác biệt của Dự án** (Đối thủ trực tiếp trong ngành, lĩnh vực và điểm khác biệt sáng tạo giúp dự án thành công).

## 5.1. Đối thủ cạnh tranh

Đối thủ cạnh tranh: Là những cửa hàng hoạt động mua bán đặc sản trong tỉnh và một số webside mua sắm online.

## 5.2. Lợi thế cạnh tranh

- Vì mức sống tăng cao, con người càng quan tâm hơn tới vấn đề thưởng thức đồ ăn ngon, lạ, độc đáo hơn là ăn no.

- Khách hàng thường lựa chọn những món ăn đặc sản làm quà biếu tặng sau những chuyến đi xa hoặc mua về để thưởng thức.

- Nhiều người, đặc biệt là những người ở thành phố lớn, có thu nhập khá giả thường sẽ dành số tiền lớn để được thưởng thức các loại đặc sản mới lạ ở các vùng miền thông qua Internet thay vì cất công đi xa.

- Các thông tin về nguồn gốc của sản phẩm sẽ được cung cấp đầy đủ và đã thẩm định vệ sinh an toàn toàn thực phẩm tạo ra sự an tâm về chất lượng sản phẩm.

**6. Dự báo tài chính** (Số vốn cần để triển khai dự án, dự kiến phân bổ vốn và khả năng sinh lợi nhuận từ số vốn đó như thế nào).

**Bảng 1: BÁO CÁO TÀI CHÍNH**  
(dự kiến)

Đơn vị tính: 1.000 VNĐ

ST T	NỘI DUNG	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
I	<b>DOANH THU</b>	<b>4.500.000</b>	<b>5.550.000</b>	<b>6.360.000</b>	<b>7.200.000</b>	<b>8.550.000</b>
		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1	Lợi nhuận bán hàng	852.500	789.000	958.000	1.130.500	1.924.000
		0	0	0	0	0
II	<b>CHI PHÍ</b>	<b>3.647.500</b>	<b>4.760.500</b>	<b>5.401.500</b>	<b>6.069.500</b>	<b>6.626.000</b>
		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1	Chi phí nhập hàng	3.000.000	4.000.000	4.500.000	5.000.000	5.500.000
		0	0	0	0	0
1	Chi phí quảng	14.000	28.000	56.000	100.000	150.000

	cáo, marketing					
2	Chi phí nhân công	300.000	399.000	498.000	597.000	696.000
3	Chi phí khác (thuế, điện, nước, internet...)	36.000	36.000	50.000	75.000	100.000
4	Chi phí khấu hao tài sản đầu tư ban đầu	117.500	117.500	117.500	117.500	0
5	Chi phí thuê mặt bằng	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
<b>III</b>	<b>LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ</b>	<b>852.500</b>	<b>789.000</b>	<b>958.000</b>	<b>1.130.500</b>	<b>1.924.000</b>
					<b>0</b>	<b>0</b>

### **BẢN THUYẾT MINH DỰ ÁN**

**1. Dự án thuộc giai đoạn nào dưới đây (nói rõ dự án thuộc giai đoạn nào theo gợi ý dưới đây):**

- Dự án đang trong giai đoạn lên ý tưởng.

- Hiện tại dự án vẫn đang trong giai đoạn nghiên cứu thị trường tại khu vực tỉnh Phú Yên cũng như ngoài tỉnh.

+ Khảo sát thực tế cho thấy những khách du lịch trong và ngoài nước họ rất thích khám phá, tìm hiểu và thưởng thức ẩm thực Phú Yên.

+ Tìm hiểu về các nhà cung cấp đặc sản Phú Yên.

+ Người vận chuyển: Nhóm sẽ liên kết với các nhà vận chuyển nội địa tại Phú Yên: Tuy Hòa ship, Phú Yên ship và các nhà vận chuyển liên tỉnh: J&T, GHTK, GHN, cam kết với người giao hàng sẽ đảm bảo giao hàng đúng và nhanh nhất có thể.

<b>Ưu điểm</b>	Tiện lợi cho người mua, có thể trả giá, đa dạng sản phẩm.	Tiện lợi cho người mua các sản phẩm có chất lượng, rõ ràng nguồn gốc xuất xứ.
<b>Nhược điểm</b>	Không rõ nguồn gốc xuất xứ, kém chất lượng, dễ bị chặt chém giá, khá là mất vệ sinh, mất nhiều thời gian.	Giá cả đắt đỏ, không có mức giá hợp lý, mất nhiều thời gian mua sắm.

+ Tìm hiểu đối thủ cạnh tranh: Những cửa hàng kinh doanh mặt hàng đặc sản trong tỉnh, cửa hàng và những trang web kinh doanh trực tuyến tại Phú Yên.

## **2. Mô tả sản phẩm dự án, cách vận hành**

### **2.1. Sản phẩm (hoặc mô hình)**

Mô hình dự án là sự kết hợp giữa online và offline, có nghĩa là khách hàng vừa có thể tới trực tiếp cửa hàng hoặc chỉ cần ngồi nhà đặt hàng qua Internet, từ đó có thể kết nối với người tiêu dùng, khách du lịch, cửa hàng bán lẻ, người vận chuyển.





<https://palmbeachhotel.vn/>

hotline: 0934 993 584





## 2.2.Cách vận hành cửa hàng

### \*Bán hàng tại cửa hàng

- + Chào khách hàng , mời khách hàng vào tham quan mua sắm tại cửa hàng
- + Giới thiệu đặc sản , miêu tả sản phẩm cho khách hàng
- + Mang giỏ hàng khách đã chọn đến quầy tính tiền
- + Đem sản phẩm ra xe cho khách hàng
- + Cảm ơn khách hàng

### \*Bán hàng online

- + Phản hồi lại tin nhắn của khách hàng
- + Tư vấn sản phẩm
- + Lấy thông tin của khách hàng
- + Chốt đơn ( đơn hàng trên 1 triệu đồng thì khách hàng phải cọc 10%)
- + Đóng gói hàng và liên hệ nơi vận chuyển



+ Chăm sóc khách hàng

### 3. Thuyết minh về mô hình kinh doanh:

<b>ĐỐI TÁC CHÍNH</b> - Nhà cung cấp: Liên kết với các doanh nghiệp, hộ doanh nghiệp chế biến, kiểm định và đóng gói. - Nhà vận chuyển: Liên kết các đơn vị vận chuyển trong khu vực	<b>NGUỒN LỰC CHÍNH</b> - Nhóm tác giả: Những người trẻ với đam mê nghiên cứu sáng tạo, tiềm tài học hỏi. - Cố vấn: Những người có nhiều kinh nghiệm trong các lĩnh vực liên quan sẽ mang lại mức độ thành công cao cho dự án. - Vốn: Trong quá trình thu hút nhà đầu tư đến với dự án.	<b>HOẠT ĐỘNG CHÍNH</b> - Phổ biến kênh: Tạo ra các hoạt động tiếp cận đến lượng người tiêu dùng lớn nhất. - Cải tiến kênh: Liên tục nâng cấp, tối ưu hóa hệ thống bán hàng thích hợp với người tiêu dùng và mang lại hiệu quả cao cho kênh. - Kiểm soát các rủi ro: Có giải pháp ứng dụng khắc phục chủ động với các rủi ro đến từ bên trong và bên ngoài dự án.
<b>QUAN HỆ KHÁCH HÀNG</b> - Đội ngũ CSKH: Lắng nghe những phản hồi, phân nản, góp ý của khách hàng và xử lý vấn đề nhanh nhất.	<b>PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG</b> Khách du lịch đến với khu vực, những người trong giới nhân viên văn phòng, nhân viên doanh nghiệp có thu nhập cao và ổn định,	<b>CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG</b> - Mạng xã hội, Internet. - Những hoạt động giảm giá, tặng phiếu mua hàng vào những dịp đặc biệt. - Đến khu vực các khu đô

<p>- Chính sách: Với những khách hàng có lượng mua lớn sẽ áp dụng các hình thức khuyến mãi, hậu mãi, hỗ trợ, giảm giá,...</p>	<p>các bà nội trợ có nhu cầu về ẩm thực muốn thưởng thức những món ăn lạ trên đất nước mà không cần phải tới tận nơi.</p>	<p>thị tập trung nhiều người dân để giới thiệu, dùng thử đồ ăn và giới thiệu ứng dụng. - Thông qua các cuộc hội thảo, các lễ hội về ẩm thực.</p>
<p><b>GIÁ TRỊ</b> -Chất lượng : Đem lại những đặc sản ngon và chất lượng cao , đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng. -Đa dạng : Cung cấp nhiều loại đặc sản đa dạng như : bò một nắng , bánh tráng hòa đa, chả cá , nước mắm gành đỏ ... -Thuận tiện : khách hàng có thể dễ dàng đặt qua online nếu không tiện tới cửa hàng.</p>	<p><b>CƠ CẤU CHI PHÍ</b> - Chi phí duy trì kênh. - Chi phí mặt bằng cửa hàng. - Chi phí quảng cáo, các hoạt động để tiếp cận khách hàng. - Chi phí cho hệ thống hoạt động. - Các chi phí khác</p>	<p><b>ĐÒNG DOANH THU</b> - Doanh thu từ người tiêu dùng đam mê ẩm thực, khách du lịch: Lợi nhuận chủ yếu đến từ số lượng đơn hàng. - Doanh thu từ các đơn vị bán lẻ: Lợi nhuận phụ thuộc vào số lượng sản phẩm đặc sản, sản vật trong từng đơn hàng.</p>

### 3.1. Kế hoạch marketing

+ Sản phẩm: Là đặc sản được nhập từ các đơn vị trong tỉnh. Các sản phẩm đã được kiểm định chất lượng tại các đơn vị chế biến. Hàng tháng sẽ có kiểm tra chất lượng sản phẩm theo đúng tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, sẽ thu mua tất cả các đặc sản Phú Yên bao gồm : Nông nghiệp , thủy hải sản và các loại đặc sản khác.

+ Giá : Tất cả các loại đặc sản đều có giá cố định và được niêm yết trên bao bì sản phẩm.

+ Phân phối:

Phân phối trực tiếp tại cửa hàng bán sỉ lẻ trên toàn quốc và trên nền tảng Internet. không giới hạn thời gian đặt hàng, đơn hàng được xử lý xác nhận và sẽ giao hàng từ 8h-21h theo yêu cầu của khách hàng. Đóng gói bao bì cẩn thận, nhà vận chuyển phải đảm bảo giao hàng đúng quy định, đúng hàng, không làm vỡ méo hay rơi vỡ đơn hàng.

+ Xúc tiến:

Thông qua các kênh quảng cáo trên mạng xã hội, qua các hội thảo, lễ hội về ẩm thực.

### **3.2. Nguồn nhân lực:**

+ Nhân viên marketing: Chăm sóc khách hàng, truyền thông quảng bá sản phẩm mới tại cửa hàng, thu thập thông tin phản hồi từ khách hàng.

+ Nhân viên cung ứng: liên kết nhà cung ứng và lấy thông tin sản phẩm từ nhà cung ứng mỗi ngày, chuyển giao công nghệ, kiểm soát chất lượng sản phẩm. Liên kết nhà vận chuyển. Chịu trách nhiệm khâu cung cấp và phân phối sản phẩm.

+ Nhân viên bán hàng tại cửa hàng: Giới thiệu sản phẩm cho khách hàng đến thăm quan và mua sắm, đóng gói hàng hóa một cách cẩn thận.

+ Nhân viên bảo vệ: Đảm nhận vai trò đón khách, sắp xếp xe, bảo đảm an toàn cho tài sản của khách hàng và nhân viên.

+ Mỗi năm khi mở rộng thị trường sẽ tăng 1 nhân viên Marketing.

### **4. Tiềm năng triển khai thực tế**

- Đối thủ cạnh tranh: Hiện nay cũng đã xuất hiện nhiều cửa hàng kinh doanh các sản phẩm đặc sản Phú Yên, tuy nhiên họ vẫn chưa tối ưu tốt trên nền tảng bán hàng online.

- Lợi thế và khác biệt trong cạnh tranh:

+ Nhóm tác giả là những người trẻ với đam mê nghiên cứu sáng tạo, tìm tòi học hỏi. Cùng với cố vấn là những người có nhiều kinh nghiệm trong các lĩnh vực liên quan sẽ mang lại mức độ thành công cao cho dự án.

+ Dự án sẽ được đầu tư đầy đủ nghiêm túc tạo ra một số khác biệt so với các đối thủ hiện nay bằng cách đặt ra các quy chuẩn cho các nhà cung cấp trước khi nhập hàng vào cửa hàng như sau:

- Sẽ có các video về quy trình sản xuất đặc sản của các nhà cung cấp.
- Sẽ có các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm phù hợp với các quy định của nhà nước.
- Các sản phẩm sẽ được các chuyên gia trong lĩnh vực kiểm định về chất lượng trước khi được bán trong cửa hàng và trên nền tảng Internet.
- Nhà cung cấp sẽ ký cam kết về chất lượng sản phẩm.

+ Các thông tin về nguồn gốc của sản phẩm được cung cấp đầy đủ tạo ra sự an tâm về chất lượng sản phẩm.

+ Vì là dự án mang đến giá trị kinh tế nhằm phát triển du lịch có thể dễ nhận được nhiều sự ủng hộ của chính quyền địa phương.

- Các rủi ro và giải pháp khắc phục:

+ Rủi ro về chất lượng sản phẩm không đúng cam kết với khách hàng: điều này ảnh hưởng đến uy tín của thương hiệu, gây mất lòng tin đối với khách hàng là yếu tố gây hường lớn nhất.

+ Rủi ro từ việc giao và nhận hàng: giao hàng chậm trễ, hàng hóa bị rơi vỡ cũng là một khó khăn đối với việc bán hàng online và việc không nhận hàng (boom hàng) cũng là một tổn thất đối với các nhà cung cấp.

+ Rủi ro đến từ các đối thủ: vì đây là dự án không còn mới mẻ gì hết nên sẽ có nhiều đối thủ cạnh tranh, họ cũng có thể làm một cách tương tự như mô hình của dự án.

Giải pháp:

- Liên tục cải tiến mô hình kinh doanh không ngừng nâng cao chất lượng tính năng của dịch vụ làm cho việc làm theo giống trở nên khó khăn.
- Tạo ra mối quan hệ thân thiết với các đối tác để họ có thể trung thành và chỉ bán hàng trên hệ thống Internet.

- Luôn đặt mình vào vị trí của khách hàng, lắng nghe thật kỹ những mong muốn của khách hàng để đưa ra những hướng đi phù hợp nhằm đến việc đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng.

## 5. Kế hoạch tài chính

- Tổng vốn đầu tư ban đầu cho dự án khoảng: 1.000.000.000đ
- + Nhóm hiện tại đủ nguồn vốn ban đầu
- + Phát triển rộng các tỉnh thành trong tương lai (sau 2 năm) cần kêu gọi sự tham gia của các nhà đầu tư và sự hỗ trợ của nhà nước và nhà tài trợ.

**Bảng 2: BẢNG PHÂN BỐ CHI PHÍ**  
(dự kiến)

Đơn vị tính: 1.000 VNĐ

STT	NỘI DUNG	TIỀN	CHÚ Ý
<b>I</b>	<b>Chi phí đầu tư ban đầu</b>	<b>1.000.000</b>	
1	Chi phí mặt bằng	180.000	
2	Chi phí tạo website	9.000	
3	Chi phí đăng ký kinh doanh	5.000	
4	Chi phí mua sắm trang thiết bị	100.000	
5	Chi phí tạo mối quan hệ	50.000	
6	Chi phí trang trí cửa hàng , bảng hiệu	100.000	
7	Thiết bị khác	26.000	
<b>II</b>	<b>Chi phí cố định hàng năm</b>	<b>530.000</b>	
1	Chi phí mặt bằng	180.000	
2	Chi phí quảng cáo, marketing	14.000	
3	Chi phí nhân công năm 1 (6 nhân viên)	300.000	
4	Chi phí khác (điện, nước, internet...)	36.000	
<b>TỔNG CỘNG</b>		<b>1.000.000</b>	

**Năm 1:**

+ Doanh thu từ tháng 1 đến tháng 7 : 20 triệu/ ngày

$20.000.000 * 180 \text{ ngày} = 3.600.000.000đ$

+ Doanh thu từ tháng 8 đến tháng 12: 5 triệu/ ngày

$5.000.000 * 150 \text{ ngày} = 900.000.000 đ$

❖ **Tổng doanh thu: 4.500.000 đ/ năm**

+ Khấu hao đầu tư ban đầu cho 4 năm :  $470.000.000/4 = 117.500.000đ/năm$

+ Chi phí nhân công: 6 nhân viên  $4.166.000đ/nv * 12 \text{ tháng} = 300.000.000 đ/năm$

**Năm 2:**

+ Doanh thu từ tháng 1 đến tháng 7 : 25 triệu/ ngày

$25.000.000 * 180 \text{ ngày} = 4.500.000.000đ$

+ Doanh thu từ tháng 8 đến tháng 12: 7 triệu/ ngày

$7.000.000 * 150 \text{ ngày} = 1.050.000.000 đ$

❖ **Tổng doanh thu: 5.550.000 đ/ năm**

+ Khấu hao đầu tư ban đầu cho 4 năm :  $470.000.000/4 = 117.500.000đ/năm$

+ Chi phí nhân công: 6 nhân viên  $4.166.000đ/nv * 12 \text{ tháng} = 300.000.000 đ/năm$

**Năm 3:**

+ Doanh thu từ tháng 1 đến tháng 7 : 27 triệu/ ngày

$27.000.000 * 180 \text{ ngày} = 4.860.000.000đ$

+ Doanh thu từ tháng 8 đến tháng 12: 10 triệu/ ngày

$10.000.000 * 150 \text{ ngày} = 1.500.000.000 đ$

❖ **Tổng doanh thu: 6.360.000 đ/ năm**

+ Khấu hao đầu tư ban đầu cho 4 năm :  $470.000.000/4 = 117.500.000đ/năm$

+ Chi phí nhân công: 6 nhân viên  $4.166.000đ/nv * 12 \text{ tháng} = 300.000.000 đ/năm$

**Năm 4:**

+ Doanh thu từ tháng 1 đến tháng 7 : 30 triệu/ ngày

$30.000.000 * 180 \text{ ngày} = 5.400.000.000đ$

+ Doanh thu từ tháng 8 đến tháng 12: 12 triệu/ ngày

$12.000.000 \times 150 \text{ ngày} = 1.800.000.000 \text{ đ}$

❖ **Tổng doanh thu: 7.200.000 đ/ năm**

+ Khấu hao đầu tư ban đầu cho 4 năm :  $470.000.000/4 = 117.500.000 \text{ đ/năm}$

+ Chi phí nhân công: 6 nhân viên  $4.166.000 \text{ đ/nv} \times 12 \text{ tháng} = 300.000.000 \text{ đ/năm}$

**Năm 5:**

+ Doanh thu từ tháng 1 đến tháng 7 : 35 triệu/ ngày

$35.000.000 \times 180 \text{ ngày} = 6.300.000.000 \text{ đ}$

+ Doanh thu từ tháng 8 đến tháng 12: 15 triệu/ ngày

$15.000.000 \times 150 \text{ ngày} = 2.250.000.000 \text{ đ}$

❖ **Tổng doanh thu: 8.550.000 đ/ năm**

+ Khấu hao đầu tư ban đầu cho 4 năm :  $470.000.000/4 = 117.500.000 \text{ đ/năm}$

+ Chi phí nhân công: 6 nhân viên  $4.166.000 \text{ đ/nv} \times 12 \text{ tháng} = 300.000.000 \text{ đ/năm}$

**Bảng 1: BÁO CÁO TÀI CHÍNH (dự kiến)**

Đơn vị tính: 1.000 VNĐ

ST T	NỘI DUNG	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
I	<b>DOANH THU</b>	<b>4.500.000</b>	<b>5.550.000</b>	<b>6.360.00</b>	<b>7.200.00</b>	<b>8.550.00</b>
				<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1	Lợi nhuận bán hàng	852.500	789.000	958.000	1.130.50 0	1.924.00 0
II	<b>CHI PHÍ</b>	<b>3.647.500</b>	<b>4.760.500</b>	<b>5.401.50</b>	<b>6.069.50</b>	<b>6.626.00</b>
				<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1	Chi phí nhập hàng	3.000.000	4.000.000	4.500.00 0	5.000.00 0	5.500.00 0
1	Chi phí quảng cáo, marketing	14.000	28.000	56.000	100.000	150.000
2	Chi phí nhân	300.000	399.000	498.000	597.000	696.000

	công					
3	Chi phí khác (thuế, điện, nước, internet...)	36.000	36.000	50.000	75.000	100.000
4	Chi phí khấu hao tài sản đầu tư ban đầu	117.500	117.500	117.500	117.500	0
5	Chi phí thuê mặt bằng	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
<b>III</b>	<b>LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ</b>	<b>852.500</b>	<b>789.000</b>	<b>958.000</b>	<b>1.130.50 0</b>	<b>1.924.00 0</b>

## 6. Kết luận

Mở rộng mô hình chuỗi cửa hàng đặc sản Phú Yên ra thị trường cả nước đặt biệt là các khu vực thành thị. Tối đa hóa việc thanh toán online. Đem đến cho người tiêu dùng những sản phẩm ngon, mới lạ, an toàn và chất lượng. Tạo nên tiềm năng phát triển du lịch, phát triển giá trị, văn hóa ẩm thực Phú Yên. Thúc đẩy thói quen tiêu dùng và thanh toán online. Tạo ra cơ hội phát triển cho ngành vận chuyển và xuất khẩu.