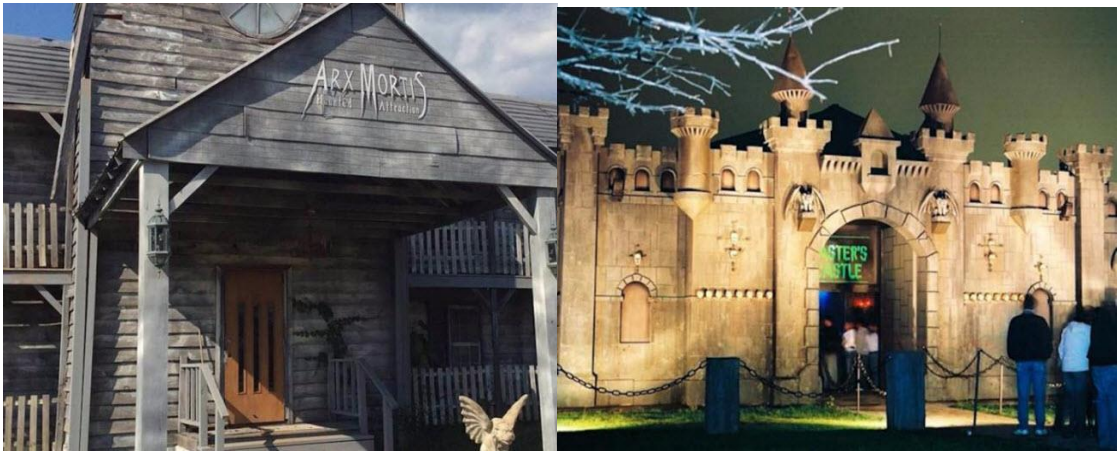


**CUỘC THI Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO**  
**MITC STARTUP NĂM 2023**

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

**Tên dự án:**

**MÔ HÌNH KINH DOANH**  
**DỊCH VỤ CẢM GIÁC MỚI LẠ**



**Lĩnh vực: Kinh doanh**

**Đơn vị dự thi: Khoa Cơ khí**

**NHÓM TÁC GIẢ**

**NGUYỄN LÂM THẮNG**

**ĐẶNG NGỌC LỄ**

**LÊ CHÍ CƯỜNG**

**NGUYỄN ĐÌNH QUỐC**

**NGUYỄN VĂN QUỐC**

Phú Yên, tháng 5/2023

**DANH MỤC**

**Hồ sơ dự án được đóng tập theo thứ tự:**

1. Danh mục tài liệu
2. Bản tóm tắt dự án
3. Bản thuyết minh dự án
4. Hồ sơ khác: Video, hình ảnh, sản phẩm (nếu có).

(Cá nhân, tổ chức dự thi tự chịu trách nhiệm về tính bảo mật, sở hữu trí tuệ)

**BẢNG TÓM TẮT DỰ ÁN**

**I. Tên nhóm/ cá nhân dự thi**

1. Họ và tên (cá nhân hoặc trưởng nhóm dự án): Nguyễn Lâm Thắng
2. Số điện thoại liên hệ: 03982946110
3. Địa chỉ Email: [10a7.nlthang@gmail.com](mailto:10a7.nlthang@gmail.com).
4. Danh sách thành viên trong nhóm

<b>Họ và tên</b>	<b>Năm thứ</b>	<b>Chuyên ngành</b>	<b>Kinh nghiệm, sở trường cho dự án</b>
Nguyễn Lâm Thắng	2	Cắt gọt kim loại	Đam mê kinh doanh
Đặng Ngọc Lễ	2	Cắt gọt kim loại	Đam mê kinh doanh
Nguyễn Đình Quốc	2	Cơ khí	Đam mê kinh doanh
Nguyễn Văn Quốc	2	Cơ khí	Đam mê kinh doanh
Lê Chí Cường	2	Cắt gọt kim loại	Đam mê kinh doanh

**II. Tóm tắt dự án**

**1. Ý tưởng chính của dự án:**

Mô hình dịch vụ trải nghiệm các căn nhà bí ẩn.



## 2. Mô tả sản phẩm, giá trị ý tưởng:

Mô hình dịch vụ cảm giác lạ là một mô hình mới lạ ở Việt Nam nhưng chưa được phát triển, Đây là một mô hình Khám phá những ngôi nhà bí ẩn tận dụng những ngôi nhà hoang, và những vật dụng làm tăng độ ghê rợn lên, để đem đến cho người trải nghiệm hình ảnh một cách chân thực, ma mị, mới lạ hơn so với những khu vui chơi giải trí ở nước ta hiện nay, và còn mang lại các hình ảnh ghê rợn làm cho người tham gia cảm thấy bất ngờ và hứng thú cho người tham gia.



### 3. Mục tiêu của dự án:

Nhằm tạo ra nhiều khu vui chơi giải trí cho thỏa niềm đam mê du lịch, khám phá của những bạn trẻ du khách thích mạo hiểm luôn tìm đến cảm giác lạ, và làm tăng thêm nguồn du khách cho địa phương và đất nước, ban đầu dự án chỉ tạo ra một vài địa điểm đến khi hoàn thiện, phát triển và có nguồn vốn đầu tư vào sẽ mở rộng thêm nhiều địa điểm sang các tỉnh thành trong cả nước.



#### 4. Xác định thị trường mục tiêu:

Các bạn trẻ, những người đam mê khám phá muốn phur lưu, mạo hiểm, và những cái mới lạ, hay những người thích chụp hình muốn tìm những tấm hình độc đáo và ghê rợn, hay các tour du lịch có cùng niềm đam mê khám phá mạo hiểm, cảm giác mới lạ.



**Top khu vui chơi ngôi nhà ma ở TPHCM**

Dùng những căn nhà trang trí thật kinh dị, tạo ra nhiều không gian bất ngờ tham quan nhiều cảm giác cung bậc khác nhau, không gian được chia làm nhiều phần sẽ có nơi cho người tham gia trải nghiệm hóa thân thành các nhân vật cho để chống lại các nhân vật kinh dị được các bạn nhân viên hóa trang để người chơi trải nghiệm mang lại cảm giác một cách chân thực và thực tế nhất và bên cạnh đó dịch vụ luôn có đội ngũ y tế để khi có trường hợp không may xảy ra xử lý kịp thời, luôn tạo ra nhiều chương trình ưu đãi để thu hút khách hàng.

#### 5. Xác định đối thủ cạnh tranh và điểm khác biệt của dự án:

Đối thủ cạnh tranh là các khu du lịch vui chơi giải trí lâu đã tạo được danh tiếng cho mình như: khu du lịch suối tiên, Vinpearl Nha Trang..., và tương lai sẽ có nhiều khu vui chơi giải trí sẽ xây dựng lên với mô hình giống, và mô hình này chưa thực sự được phát triển mạnh.

Điểm khác biệt của dự án: dự án này chưa phát triển mạnh ở Việt Nam, dự án này tận dụng những căn nhà để tạo nên khung cảnh ma mị, ghê sợ, người chơi còn được chính bản thân mình tham gia và trải nghiệm hóa thân thành các nhân vật để vui chơi và trong dịch vụ có các nhân vật kinh dị được các nhân viên đóng giả để mang lại nhiều cảm giác thú vị cho chương trình và người tham gia có thể dùng phụ kiện hay các đồ hóa trang để chụp hình.

#### 6. Dự báo tài chính:

Nguồn vốn: Cơ cấu chi phí của dự án: 1.559.200.000 VND (một tỷ năm trăm năm mươi chín triệu hai trăm nghìn đồng).

Nguồn vốn cá nhân: 59.200.000 (năm mươi chín triệu hai trăm nghìn đồng)

Nguồn vốn vay: 1.500.000.000 (một tỷ năm trăm triệu đồng)

Ý tưởng rất mong nhận được sự tài trợ, hỗ trợ và đầu tư từ chính sách của Nhà nước, các nhà đầu tư, công ty, doanh nghiệp.

## **BẢN THUYẾT MINH DỰ ÁN**

### **I. TỔNG QUAN DỰ ÁN**

#### **1. Dự án thuộc giai đoạn :**

Ở Việt Nam chúng ta có rất nhiều phong cảnh đẹp được thiên nhiên ưu ái nhưng hầu như đã được khai thác để làm du lịch nhưng bên cạnh đó các công trình du lịch do con người tạo ra hầu như chưa được phát triển mạnh và đầu tư vào các phong cảnh các thiên hầu như chúng ta chỉ được khám phá chỉ mang lại cho chúng ta vẻ đẹp về hình ảnh, nhưng công trình vui chơi giải trí con người tạo ra chúng ta còn được khám phá hóa thân thành các nhân vật vui chơi, giải trí.

Du lịch nước ta tuy được phát triển mạnh nhưng chưa thực sự mạnh về khu vui chơi giải trí cảm giác mạnh nên công vui trính mong muốn nước ta phát triển đầu tư vào lĩnh vực này, mong muốn khu vui chơi mạo hiểm này phát triển bậc nhất thế giới.

Phú Yên tuy được biết với “Xứ hoa vàng trên cỏ xanh” mặc dù khu du lịch khám phá cũng rất phát triển nhưng khu vui chơi giải trí lớn thì hầu như chưa phát triển, chúng ta cũng từng có khu vui chơi giải trí “thuận thảo” từng rất đáng tự hào và còn được đón nhận rất nhiều sự ủng hộ của mọi người nhưng dần vì lạc hậu nên khu vui chơi giải trí này cũng dần đóng cửa và lãng quên với mọi người, khu vui chơi giải trí “cảm giác lạ” mong muốn đem đến sự đổi thay chiếc áo mới cho phú yên về vui chơi giải trí không nơi nào có được tạo ra nét đặc trưng riêng biệt cho phú yên.

Hiện nay giới trẻ và mọi người đang tham gia vào nhiều chương trình và chò trôi trên không gian mạng ít tham gia vào các chương trình trò chơi thực tế, và hiện tại vẫn chưa có nhiều khu vui chơi giải trí thực tế giành cho giới trẻ phù hợp với niềm đam mê và thỏa mãn của mình.




Khu vui chơi giải trí hiện nay cũng rất cũ và chưa được nâng cấp và phát triển nhưng nó chỉ phù hợp với trẻ em không đáp ứng được nhu cầu các bạn trẻ thích khám phá, mạo hiểm, trải nghiệm cảm giác mạnh.



Mô hình dịch vụ trải nghiệm cảm giác mới lạ hình thành mục đích cũng vì những mong muốn trên, cũng muốn làm thỏa mãn đam mê của các bạn thích trải nghiệm cảm giác mới lạ, mạo hiểm, và cũng muốn tạo nên không gian vui chơi lành mạnh giành cho giải trí, và muốn quảng bá tăng nguồn du lịch cho địa phương và cả nước, và mô hình này còn mới lạ nhưng chắc chắn sẽ được sự đón nhận mạnh mẽ của mọi người.



## 2. Mô tả tổng quan

<p><b>ĐỐI TÁC CHÍNH</b></p> <p>Công ty giải trí trò chơi.          Công ty quảng cáo.          Công ty về đồ trang trí phụ kiện.</p> 	<p><b>HOẠT ĐỘNG CHÍNH</b></p> <p>Phục cho việc khám phá, giải trí, trải nghiệm, chụp ảnh.</p>  <p><b>NGUỒN LỰC CHÍNH</b></p> <p>Nhà đầu tư          Tư nhân          Vốn nhà nước</p>	<p><b>GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ</b></p> <p>Đem đến cho người chơi giải trí không gian giải trí cuốn hút, bắt ngò, thông qua các hình ảnh không gian bên trong, qua người tham gia còn được hóa thân vào các nhân vật vui chơi, và được chụp hình</p>	<p><b>QUAN HỆ KHÁCH HÀNG</b></p> <p>Luôn có đội ngũ chăm sóc và tư vấn khách hàng chất lượng          Có nhiều chương trình khuyến mãi cho khách hàng.</p> <p><b>CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG</b></p> <p>Facebook, youtube, instagram, tiktok, Website          Qua các phương tiện đại chúng.</p>	<p><b>PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG</b></p> <p>Các bạn trẻ, những người thích khám phá mạo hiểm cảm giác mới lạ.          Các tour du lịch thích mạo hiểm, cảm giác lạ.          Những người thích chụp ảnh mạo hiểm độc đáo.</p> 
---	--	--	---	--

<b>CƠ CẤU CHI PHÍ</b>	<b>DÒNG DOANH THU</b>
Chi phí mặt bằng. Chi phí điện nước. Chi phí quản cáo. Chi phí nhân công. Thuế. Chi phí về phụ kiện đồ trang trí. các chi phí phát sinh khác.	Doanh thu chi phí vào tham gia. Doanh thu từ cho thuê đồng phục, phụ kiện.

## **II. CHI TIẾT DỰ ÁN**

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

Sản phẩm: Một căn nhà hoang chứa đầy sự ma mị kỳ bí, người khác nhìn vào cảm thấy đáng sợ, kết hợp với những hình nhân kỳ dị, và nhân vật kinh dị được nhân viên đóng giả xuất hiện bất ngờ tạo cảm giác hồi hộp thú vị cho mọi người tham gia và vài bức ảnh ghê rợn đi chung với những âm thanh từ trước và phát ra tạo nên một không gian vô cùng đáng sợ và thú vị và mọi thứ được trang trí và trình bày một cách hoàn hảo, nghệ thuật.



Công dụng: Giúp khách hàng tận hưởng cảm giác chưa bao giờ có được, sự mới lạ, đáng sợ khiến khách hàng cảm thấy thú vị đáp ứng nhu cầu tìm kiếm sự mới lạ của khách hàng trẻ.

Cách vận hành cho nhân viên đón những khách hàng vào trong và đóng giả những nhân vật đáng sợ để hù dọa khách hàng, trang trí ánh sáng và âm thanh, hình ảnh phù hợp với khung ảnh ma mị giúp thực khách có một trải nghiệm chân thật nhất

Ưu điểm: Tạo dựng khung cảnh nhân vật ma mị để hù dọa khách hàng giúp khách hàng có được trải nghiệm thú vị không như những trò chơi giải trí thường ngày.

Chuẩn bị nguồn lực: Quản lý (chủ sẽ quản lý), Thu ngân kiêm bán vé, nhân viên vệ sinh 2 người, bảo vệ kiêm giữ xe 1 người, nhân viên phục vụ 6 người.

## **2. Tính độc đáo, sáng tạo:**

Hiện nay, những trò chơi kinh dị cũng đã có ở thị trường Việt Nam tuy nhiên ý tưởng sẽ có sự khác biệt so với nhiều dự án khác ở Việt Nam, đó là sân chơi tận dụng những ngôi nhà bỏ hoang tạo nên cảm giác chân thực hơn, cảnh vật và thiên nhiên gần gũi hơn sáng tạo những hình ảnh và hình nộm đặc sắc hơn so với những nơi khác đồng thời khi mới khai trương dự án sẽ thu hút khách hàng bằng việc khuyến mãi như đi bốn người được 40% giá vé, khách hàng nào chiến thắng trò chơi sẽ có thưởng, tặng quà lưu niệm khách hàng khi ra về. Nhân vật được tuyển vào được tuyển vào để làm được đào tạo bài bản, kĩ càng, và có đam mê với công việc mạo hiểm cảm giác mạnh. Đồng phục của nhân viên tiếp đón khách hàng sẽ được thiết kế đặc biệt độc đáo.

## **3. Cơ cấu chi phí và dòng doanh thu:**

### **-Cơ cấu chi.**

Chi phí mặt bằng: 200m<sup>2</sup> = 15.000.000 vnd 3 tháng.

Chi phí nhân viên: 10 người = 50.000.000vnd.

Chi phí trang trí khung cảnh và đồ hóa trang 1.500.000.000vnd.

Chi phí điện nước 3.000.000vnd tháng.

Chi phí về phần mềm quản lý 200.000vnd tháng.

Chi phí quảng cáo: 1.000.000vnd tháng.

Tổng chi 1.559.200.000vnd

### **-Cơ cấu thu**

Vé 70.000 một lượt.

Thuê đồ phục trang 30.000 một lượt.

Trong một năm đầu thì có thể hoàn vốn kể từ năm thứ 2 trở đi thì có thể thu về lợi nhuận sẽ bỏ được phần đồ trang trí thay vào đó là phần chi phí tu sửa 100.000.000 vnd năm.

Chi phí dự trữ ban đầu sẽ là của cá nhân và vốn vay từ ngân hàng.

### **- Đối tác chính**

Khởi đầu đối tác chính sẽ là ngân hàng để cung cấp nguồn chi phí cho việc hình thành và đưa dự án đi vào hoạt động.

Sau thời gian hoạt hiệu quả thì nhiều nhà đầu tư sẽ thấy sự tiềm năng của dự án muốn góp vốn mở rộng dự án sang nhiều tỉnh thành sau đó sẽ lập nên thương hiệu riêng cho khu vui chơi giải trí của mình.

Và muốn thương hiệu của mình được nhiều biết đến rộng rãi thì sẽ kết hợp với công ty truyền thông để quảng bá dịch vụ của mình.

Và sẽ hợp tác với công ty chuyên cung cấp về đồ phụ kiện hóa trang.



### **- Quan hệ khách hàng**

Khởi đầu để khai trương áp dụng nhiều chương trình giảm giá như: đi 4 người giảm giá 40%.

Vào các dịp cuối tuần sẽ được bốc thăm trúng thưởng là những phần quà lưu niệm của chương trình.

Tạo ra các chương trình khuyến mãi vào các ngày bình thường.

Tích lũy các voucher để đổi thưởng từ chương trình.....v.v

**Asia Park**  
CÔNG VIÊN CHÂU Á™

# NGÔI NHÀ MA

**HAPPY HALLOWEEN**  
30/10/2022

KHAI PHÁ BÍ ẨN "LƯỚI HẢI TỬ THẦN"  
TRẢI NGHIỆM ĐỘC ĐÁO  
LẦN ĐẦU TIÊN CÓ MẶT TẠI ĐÀ NẴNG

**ĐỊA ĐIỂM: KHU VUI CHƠI TRONG NHÀ FEC**  
**HOTLINE: 0911.305.568**

GIÁ VÉ	ÁP DỤNG
50.000 VND	NGÀY THƯỜNG
70.000 VND	CÁC NGÀY LỄ, TẾT

**BẢNG GIÁ VÉ**  
PRICE LIST

**THỜI GIAN HOẠT ĐỘNG: 15H00 - 22H00**

Luôn có đội ngũ chăm sóc và giải đáp thắc mắc của khách hàng và tiếp thu những ý kiến từ khách hàng để ngày càng hoàn thiện hơn.

Mục đích tạo nên các chương trình trên là muốn tìm nguồn hàng và khi có các chương trình trên thì mọi người sẽ rủ nhau vui chơi và mong muốn nhận được niềm tin và tạo sự ưu ái cho khách hàng, và tạo nguồn khách hàng lâu dài.

### **- Các kênh truyền thông**

Được giới thiệu qua các trang mạng như: tiktok, facebook, youtube, intagram, tiwer

Các website, fanpage được tạo riêng cho dịch vụ

Qua các phương tiện truyền hình thông tin đại chúng

Phát tờ rơi

Tạo nhiều chương trình khuyến mại để mọi người giới thiệu cho nhau

### **4. Kết quả tiềm năng của dự án**

Tính khả thi của dự án cao: Vì dự án này còn mới chưa được phát triển nhưng hiện nay con người luôn theo phong trào những cái mới lạ.

Dự án một phần thu hút nguồn du lịch làm tăng nguồn vốn và phát triển kinh tế cho đất nước.





## **5. Tự đánh giá tác động của dự án**

Dự án này còn mới nên ít sự cạnh tranh, ở nước ta hiện nay rất ít các dịch vụ trò chơi đa phần là tham quan ít được trải nghiệm nên ở điểm mới này sẽ được sự thu hút của mọi người

Lợi ích của xã hội khi triển khai dự án

Về kinh tế thu hút được du lịch sẽ làm cho kinh tế ở vùng với nhiều hoạt động phát triển theo.

Về xã hội làm cho bộ mặt của địa phương được nâng lên.



## **6. Chiến lược phát triển**

Phương châm của ý tưởng dịch vụ trải nghiệm cảm giác mới lạ “tạo ra sự khác biệt, mới lạ” sản phẩm mong muốn đem đến khu vui chơi giải trí lành mạnh, hài lòng nhu cầu mọi người đưa Việt Nam lên một tầm cao mới về du lịch giải trí.

Tạo nên một thương hiệu cho riêng mình trong lĩnh vực vui chơi giải trí, mang lại lại một đội ngũ nhân viên vui vẻ tận tâm hòa đồng với khách hàng.

**NỘI DUNG TRÌNH BÀY TRONG VIDEO CLIP (NẾU CÓ)**  
*(Tối đa 5 phút)*

1. Giới thiệu về nhóm và các thành viên trong nhóm;
2. Trình bày về sản phẩm dịch vụ của nhóm, tóm tắt về mục tiêu, giá trị, tầm nhìn của sản phẩm, dịch vụ. Phân khúc khách hàng chính của sản phẩm dịch vụ. Giá trị của sản phẩm đối với cộng đồng, xã hội.
3. Giới thiệu về tính sáng tạo, giá trị khác biệt, lợi thế cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ.
4. Đánh giá về tính khả thi của dự án, ứng dụng khoa học công nghệ và kỹ thuật
5. Đánh giá về kết quả dự kiến và nêu vắn tắt về kế hoạch phát triển sản phẩm dịch vụ của ý tưởng/dự án