

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

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

**MI CASA – HOMESTAY PHÒNG CÁCH HIỆN ĐẠI**  
**Lĩnh vực: Kinh doanh thương mại**

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

**NHÓM DỰ THI:**

- 1. Huỳnh Kim Luân**
- 2. Trương Thị Mỹ Linh**
- 3. Nguyễn Thanh Sang**
- 4. Nguyễn Văn Bình**

Phú Yên, Tháng 8 năm 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): Huỳnh Kim Luân
2. Số điện thoại liên hệ: 0976.999.729
3. Địa chỉ Email: kimluan.makotoni1422@gmail.com
4. Danh sách thành viên trong nhóm:

STT	Họ và tên	Năm thứ	Chuyên ngành	Kinh nghiệm, sở trường cho dự án
1	Huỳnh Kim Luân	1	Kinh doanh thương mại	Điều hành hoạt động kinh doanh
2	Nguyễn Văn Bình	1	Kinh doanh thương mại	
3	Trương Thị Mỹ Linh	1	Kinh doanh thương mại	
4	Nguyễn Thanh Sang	2	Tin học	Tham gia chế tạo robocon, lập trình web

### II. Tóm tắt dự án:

#### 1. Ý tưởng chính của dự án Homestay theo phong cách hiện đại:

- Homestay là một loại hình lưu trú mới du nhập vào Việt Nam những năm gần đây. Tuy nhiên chúng ta cũng không thể nào phủ nhận được sức hấp dẫn của nó đối với du khách, đặc biệt là khách nước ngoài.

- Homestay được xem như là một mô hình nhà ở nhằm cho khách du lịch thuê phòng trong thời gian ngắn hạn.

- Một trong những lý do khiến nó được ưa thích nhất đó là giá cả, nó khá tiết kiệm so với khách sạn. Đây cũng là tâm lý của rất nhiều du khách và nhu cầu thị trường trong thời điểm hiện nay.

➔ **Vì vậy homestay là một trong những dự án kinh doanh có tính khả thi cao.**

#### 2. Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án:

➤ Khu phòng gồm có:

- 2 nhà nhỏ (36 m<sup>2</sup>), 1 phòng ngủ (26 m<sup>2</sup>), 1 phòng tắm (10 m<sup>2</sup>), sức chứa 2-4 người.
- 2 nhà vừa (48 m<sup>2</sup>), 1 phòng ngủ (38 m<sup>2</sup>), 1 phòng tắm (10 m<sup>2</sup>), sức chứa 5-7 người.
- 2 nhà lớn (80 m<sup>2</sup>), 2 phòng ngủ (30 m<sup>2</sup>/phòng), 1 phòng tắm (20 m<sup>2</sup>), sức chứa 8-12 người.

➤ Ngoài ra sẽ có khu vực bếp chung, sân chung, các trang thiết bị dùng chung (máy giặt, tivi, máy tính...) được thiết kế hài hòa, trang nhã cho du khách cảm giác thoải mái như đang ở nhà.

➤ Bên cạnh đó, Homestay cung cấp các dịch vụ như giặt ủi, cho thuê xe máy, bữa ăn sáng, tổ chức tiệc sinh nhật, tiệc nướng,... để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.





### 3. Giới thiệu sơ lược:

- **Tên Homestay:** Mi Casa (Tây Ban Nha) – mái ấm của tôi
- **Hình thức kinh doanh:** mô hình nhà ở kết hợp với du lịch.
- **Tổng vốn đầu tư:** 2.137.186.000 VND
- **Diện tích đất:** 1.800 m<sup>2</sup>
- **Thời gian hoạt động:** 7h – 23h
- **Vị trí:** Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà
- **Bố trí:**
  - Homestay có khu vực bếp ngoài trời, sân vườn diện tích 800 m<sup>2</sup>.
  - 2 nhà nhỏ (36 m<sup>2</sup>), 1 phòng ngủ (26 m<sup>2</sup>), 1 phòng tắm (10 m<sup>2</sup>), sức chứa 2-4 người.
  - 2 nhà vừa (48 m<sup>2</sup>), 1 phòng ngủ (38 m<sup>2</sup>), 1 phòng tắm (10 m<sup>2</sup>), sức chứa 5-7 người.
  - 2 nhà lớn (80 m<sup>2</sup>), 2 phòng ngủ (30 m<sup>2</sup>/phòng), 1 phòng tắm (20 m<sup>2</sup>), sức chứa 8-16 người.
  - Bên ngoài có khu vực để xe (70 m<sup>2</sup>)
  - Khu vực (130 m<sup>2</sup>) dành cho các buổi tiệc ngoài trời.
  - Còn lại là diện tích cây xoài, bơ, tiêu cảnh, khu cafe 600 m<sup>2</sup>

### 4. Mục tiêu của dự án (trong 1 năm, 3 năm, 5 năm):

Trở thành Homestay được nhiều người biết đến mỗi khi chọn Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà là địa điểm du lịch với những ấn tượng tốt đẹp trong lòng du khách trong 2 năm tới.

## 5. Xác định thị trường mục tiêu:

- ✚ Chủ yếu là giới trẻ, những người yêu thích khám phá và trải nghiệm.

### III. Xác định đối thủ cạnh tranh và điểm khác biệt của Dự án:

#### 1. Đối thủ cạnh tranh:

- Nhiều phòng homestay xuất hiện cùng thời điểm.
- Các homestay đã được sự tin tưởng của khách hàng trước đó, ví dụ như Soulmate Homestay
- Các khách sạn có giá cả bình dân. Ví dụ như Canary Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà với mức giá là 445.000 VND/ đêm.

#### 2. Dự báo tài chính:

- **Tổng vốn đầu tư:** 2.137.186.000 VND

## BẢN THUYẾT MINH DỰ ÁN

### I. Tổng quan dự án:

#### 1. Dự án thuộc giai đoạn nào dưới đây:

##### a. Đánh giá thị trường: (Đầu tiên là đánh giá thị trường)

##### ✚ Thị trường homestay Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà :

- Các homestay tại Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà được trải đều trong trung tâm thành phố và các khu vực lân cận trung tâm.
- Tổng số các homestay đang hoạt động tại thị trường Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà lên đến con số 103 hộ.
- Dạng phòng được khách ưa chuộng nhất là dạng phòng entire room tiếp sau đó là private room.
- Tốc độ tăng trưởng của thị trường homestay tại Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà là 14% mỗi quý.
- Giá thuê phòng trung bình tại thị trường homestay Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà: là 56\$/đêm (tương đương với 1 triệu 3)
- Tỷ lệ lấp đầy (Occupancy Rate) của thị trường homestay Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà là 37%. Tỷ lệ này tăng lên đến 51% ở mùa cao điểm (từ tháng 11 - 3 và tháng 7), còn ở mùa thấp điểm (từ tháng 4 – 10 trừ tháng 7) sẽ rơi rớt còn 23%.

➤ Vào mùa cao điểm (tháng 2) thì doanh thu có thể tăng trưởng nhanh chóng là 774\$ (18 triệu 1), còn ở mùa thấp điểm (tháng 9) doanh thu rớt xuống còn 370\$ (8 triệu 6).

➤ Doanh thu trung bình thị trường homestay Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà là 560\$ (13 triệu).

**✚ Số lượng khách du lịch thị trường homestay tại Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà:**

Theo thống kê, tổng lượt khách nội địa là 4.437.000 lượt, trong đó có 3.610.000 lượt khách lưu trú. Khách quốc tế đạt 663.000 lượt, trong đó khách quốc tế lưu trú đạt 590.000 lượt.

➔ **Như vậy**, thị trường homestay tại Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà vẫn là một miếng mồi rất tươi ngon cho các chủ đầu tư.

**b. Đối thủ cạnh tranh: (Về đối thủ cạnh tranh)**

➤ Nhiều phòng homestay xuất hiện cùng thời điểm.

➤ Các homestay đã được sự tin tưởng của khách hàng trước đó, ví dụ như Soulmate Homestay – là một trong những sự lựa chọn được khách hàng hướng đến bởi:

➤ Các khách sạn có giá cả bình dân. Ví dụ như Canary Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà với mức giá là 445.000 VND/ đêm.

**2. Khách hàng:**

Chủ yếu là giới trẻ, những người ưa khám phá và trải nghiệm.

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

<b>ĐỐI TÁC CHÍNH</b>	<b>NGUỒN LỰC CHÍNH</b>	<b>HOẠT ĐỘNG CHÍNH</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các Website du lịch như Booking, Agoda, Trivago,...</li> <li>- Công ty thanh toán online.</li> <li>- Người cung cấp trải nghiệm.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vốn hợp lí với quy mô nhỏ.</li> <li>- Thời gian có doanh thu sau đầu tư nhanh, khoảng 4 đến 6 tháng.</li> <li>- Xung quanh không có homestay để cạnh tranh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hình thức kết hợp giữa Mô hình “Khu nghỉ dưỡng – Resort” với “Nhà trọ”, tạo ra một khu “Nhà trọ cao cấp” hoặc là một “Resort thu nhỏ” với giá cả hợp lí, tạo lợi thế cạnh tranh hơn so với số đông đang kinh doanh khách sạn tại Đà Lạt 2 – Cao</li> </ul>

		<p>Nguyễn Văn Hoà .</p> <p>- Nhận dịch vụ cho thuê xe.</p>
<p><b>QUAN HỆ KHÁCH HÀNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tư vấn khách hàng qua điện thoại.</li> <li>- Tư vấn khách hàng qua fanpage, Website.</li> <li>- Tham gia các hoạt động phát triển Du lịch tại địa phương.</li> <li>- Yêu cầu phản hồi, nắm bắt được xu hướng đặt phòng của khách hàng.</li> <li>- Group seeding (review đánh giá trên các group du lịch)</li> </ul>	<p><b>PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Khách du lịch nghỉ dưỡng</li> <li>- Khách vắng lai</li> <li>- Khách hàng có độ tuổi từ 18-30 (họ là những người thích sự mới lạ, ưu khám phá...)</li> </ul>	<p><b>CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đăng bán phòng trên các website du lịch như Booking, Agoda, Trivago,...</li> <li>- Tiếp thị qua mạng xã hội: quảng cáo trên Facebook, Instagram,..</li> <li>- Hợp tác với các doanh nghiệp địa phương.</li> <li>- Sử dụng tầm ảnh hưởng của người nổi tiếng trải nghiệm, giới thiệu homestay.</li> </ul>
<p><b>GIÁ TRỊ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tạo liên kết chặt chẽ giữa nhà dân, nhà nước và nhà doanh nghiệp du lịch.</li> <li>- Nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của cộng đồng cung ứng dịch vụ du lịch.</li> <li>- Sáng tạo các sản phẩm dịch vụ mới lạ, đặc thù.</li> <li>- Xây dựng chiến lược quảng bá hình ảnh du lịch homestay mang tính chuyên nghiệp.</li> <li>- Cho khách hàng có cái nhìn gần</li> </ul>	<p><b>CƠ CẤU CHI PHÍ</b></p> <p>🚩 <b>Tổng nguồn vốn:</b> 2.137.186.000VNĐ.</p>	<p><b>DÒNG DOANH THU</b></p> <p>🚩 <b>Tổng doanh thu theo năm dự kiến từ năm 1 đến năm 5</b></p>



<p>gửi và thực tế hơn về đời sống, văn hóa mà homestay mang lại.</p> <p>- Khác với hotel, việc khách hàng sinh hoạt như một thành viên trong gia đình ở homestay sẽ mang đến cho khách hàng cảm giác mới mẻ, thân thuộc.</p> <p>- Mức giá homestay hợp với túi tiền khách hàng.</p>		
---	--	--

## II. Chi tiết dự án:

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

❖ **Sản phẩm: (Giá phòng của Mi Casa chúng em sẽ thấp hơn so với giá trung bình thị trường 15%)**

- 2 Entire room: 2.000.000 VND/ đêm / phòng ( 8 – 12 người)
- 2 Private room: 750.000 VND/ đêm/ phòng (2-4 người)
- 2 Shared room: 950.000 VND/ đêm/ phòng (5 – 7 người)
- Thuê xe: 120.000 VND/ ngày/ chiếc
- Khu vực tổ chức tiệc ngoài trời: 300.000 VND/ lần (không giới hạn thời gian)





Là một trong những sự lựa chọn được khách hàng hướng đến bởi:

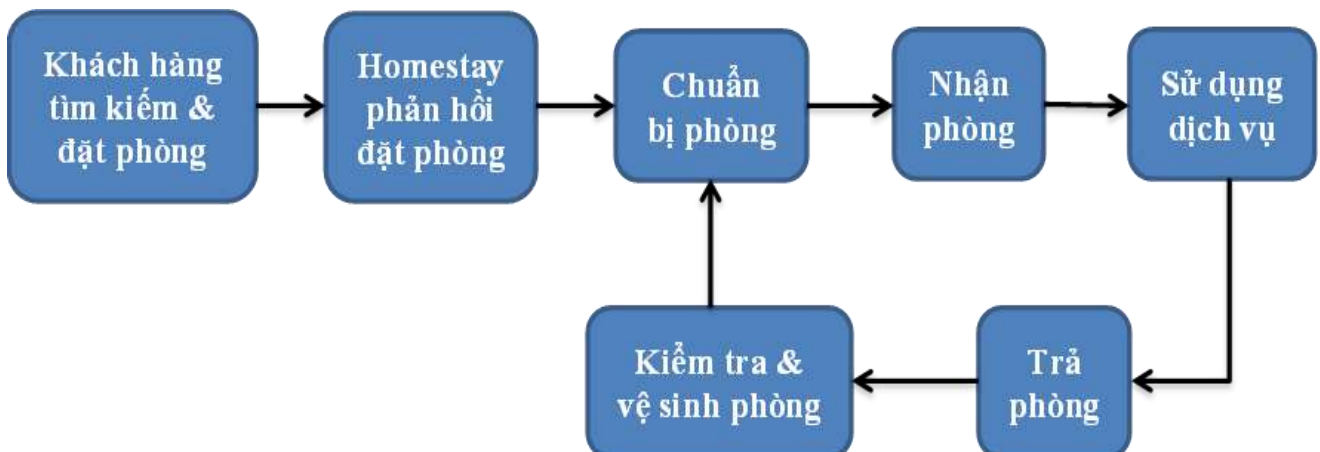
- Nó nằm khá gần các địa điểm du lịch nổi tiếng, thuận tiện cho việc đi lại của khách hàng.
- Có view đẹp.
- Kết hợp trải nghiệm văn hóa, truyền thống địa phương
- Cho phép tổ chức tiệc ngoài trời
- Không khí mát mẻ, hòa mình vào thiên nhiên
- Kết hợp du lịch phượt đến các điểm khám phá thiên nhiên, du lịch tâm linh...

## 2. Công dụng, cách vận hành

### Tính độc đáo, sáng tạo:

Hình thức kết hợp giữa Mô hình “Khu nghỉ dưỡng – Resort” với “Nhà trọ”, tạo ra một khu “Nhà trọ cao cấp” hoặc là một “Resort thu nhỏ” với giá cả hợp lí, tạo lợi thế cạnh tranh hơn so với số đông đang kinh doanh khách sạn tại Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà.

### Sơ đồ vận hành:



### **Cách vận hành:**

- ❖ Khách hàng tìm kiếm và đặt phòng homestay trên các nền tảng trực tuyến như Fanpage Facebook, Booking.com, Agoda, TripAdvisor,...
- ❖ Homestay nhận được thông tin đặt phòng của khách hàng và xác nhận thông tin.
- ❖ Homestay gửi thông tin xác nhận đặt phòng cho khách hàng, bao gồm:
  - Thông tin về homestay
  - Thông tin về phòng
  - Thông tin về giá phòng
  - Thông tin về thời gian lưu trú
  - Thông tin về các dịch vụ bổ sung
- ❖ Khách hàng phải thanh toán cọc trước 20% để giữ phòng cho homestay.
- ❖ Homestay sẽ chuẩn bị phòng cho khách hàng.
  - Liên hệ với khách hàng trước khi đến để xác nhận thời gian nhận phòng và cung cấp thông tin về việc lấy chìa khóa hoặc quy trình nhận phòng.
  - Kiểm tra và bố trí sẵn sàng phòng, đảm bảo rằng mọi tiện nghi và vệ sinh được chuẩn bị tốt.
- ❖ Khách hàng đến homestay và nhận phòng:
  - Homestay tiến hành thủ tục nhận phòng.
  - Cung cấp thông tin cần biết và hướng dẫn khách hàng sử dụng tiện nghi.
  - Homestay đảm bảo rằng các yêu cầu và nhu cầu của khách hàng được đáp ứng trong suốt thời gian lưu trú.
- ❖ Khách hàng sử dụng các dịch vụ của homestay như:
  - Wifi, truyền hình cáp, dịch vụ giặt ủi.
  - Thuê xe đạp, tham gia chèo thuyền, câu cá,...
  - Hỗ trợ bếp lò nướng BBQ ngoài trời cho khách hàng.
- ❖ Khách hàng trả phòng homestay:
  - Kiểm tra lại phòng trước khi khách hàng trả phòng để đảm bảo không có thiệt hại hoặc mất mát.
  - Thực hiện thủ tục trả phòng, tiến hành thanh toán đầy đủ sau khi đã trừ 20% cọc ban đầu.

- Thu lại chìa khóa và yêu cầu phản hồi từ khách hàng về trải nghiệm lưu trú.
- ❖ Homestay thu dọn phòng và chuẩn bị cho khách hàng tiếp theo.
  - Làm sạch phòng và tiến hành bảo trì nếu cần.
  - Làm sạch và chuẩn bị sẵn sàng cho khách hàng tiếp theo.

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

**3.1. Nhân sự: (Tiếp theo về hình thức nhân sự, vì là mô hình kinh doanh homestay, hình thức nhỏ hơn so với khách sạn nên nhân viên gồm 3 người)**

- 1 bảo vệ/ làm vườn: 6.000.000 VND
- 2 nhân viên lễ tân: 6.000.000 VND
- 1 tạp vụ: 4.500.000 VND

### 3.2. Nhà cung ứng

#### Nhà cung ứng thiết bị và nội thất

MI CASA Homestay chú trọng đến sự thoải mái và tiện nghi của khách hàng. Với mục tiêu đảm bảo một không gian nghỉ ngơi hoàn hảo, cam kết cung cấp nội thất chắc chắn đảm bảo đạt đủ kích thước, vệ sinh tối ưu và đảm bảo sạch sẽ.

Giường và đệm cho khách đơn yêu cầu kích thước 0,8m x 1,9m, trong khi đối với giường đôi, chúng tôi đảm bảo kích thước 1,5m x 1,9m. Tất cả các chăn đệm đều được bọc ga sạch sẽ để đảm bảo sự vệ sinh và sự thoải mái tối đa cho khách hàng. Mang đến cho khách hàng sự lựa chọn từ các dòng sản phẩm thiết kế tinh tế, gọn nhẹ và dễ sử dụng.

Để tạo không gian sống tiện nghi và thoải mái, MI CASA Homestay cũng cung cấp các tiện ích bổ sung trong phòng ngủ như tủ treo quần áo, giường, đèn ngủ và nhiều hơn nữa. Chất lượng và an toàn luôn được đặt lên hàng đầu để đảm bảo du khách có trải nghiệm thú vị, yên tâm và hy vọng mang đến cho khách hàng một trải nghiệm nghỉ dưỡng tuyệt vời và thoải mái khi lưu trú tại Homestay.

#### Nhà cung ứng nội thất

**Bảng 1. Nhà cung ứng nội thất**

TÊN SẢN PHẨM	KÍCH THƯỚC (dài – sâu – rộng) mm	ĐƠN VỊ	SỐ LƯỢNG	ĐƠN GIÁ
Giường	1.600 – 2.000 - 900	Chiếc	6	7.200.000
Nệm lò xo (dành cho			6	5.230.000

phòng tiêu chuẩn)				
Bộ bàn ghế phòng khách – sofa gỗ cao su tự nhiên		Bộ	1	12.300.000
Bộ bàn ăn		Bộ	1	6.300.000
Tủ quần áo	1.600 – 550 – 1.200	M2	6	5.450.000
Tủ kệ tivi gỗ		md	6	2.950.000
Set 2 bàn trà tròn gỗ	450 – 450 - 500	Chiếc	3	2.500.000
Tủ đầu giường	400 – 400 - 450	Chiếc	6	1.250.000
Bộ chăn gối hè cao cấp	Nhiều kích cỡ	Bộ	18	3.500.000
Rèm che giường ngủ		Bộ	12	103.000
Khăn tắm 65*130		Cái	150	45.000
Khăn mặt, khăn quần đầu 35*85cm màu trắng		Cái	150	20.000

**Nhà cung ứng thiết bị**

**Bảng 2. Nhà cung ứng thiết bị**

**ĐVT: đồng**

TÊN SẢN PHẨM	TÊN NHÀ CUNG CẤP	SỐ LƯỢNG	ĐƠN GIÁ
Hệ thống camera	Thịnh An Phát	1	9.700.000
Máy tính (Dell)	Startup computer	1	8.000.000
Máy lạnh LG - Inverter	Siêu thị máy lạnh	6	7.900.000
Máy in hóa đơn	Xprint XP	1	1.790.000
Smart Tivi Android		6	7.500.000
Sen tắm cây nóng lạnh	Kramer	6	8.645.000
Bếp từ	Sunhouse	1	5.290.000
Lò nướng bằng than	Thái Long	10	980.000
Tủ lạnh	Điện máy xanh	7	3.040.000
Chậu rửa chén		1	5.390.000
Quạt điều hòa	Kangaroo	1	3.990.000

<b>Router Wifi</b>		2	2.250.000
<b>Khóa thẻ từ</b>	Lion Lock Security	2	1.550.000
<b>Máy giặt sấy</b>	LG	1	15.990.000
<b>Xe máy</b>		2	16.500.000
<b>Bồn cầu 1 khối</b>	Kramer	7	5.985.000
<b>Chậu lavabo sứ trắng</b>	Thiết bị vệ sinh	7	1.150.000
<b>Gương nhà vệ sinh tròn treo</b>	Kramer	7	2.625.000

### **Nhà cung cấp dịch vụ vệ sinh Homestay**

Không gian của Homestay luôn luôn được đề cao khi gắn liền với sự sạch sẽ ngăn nắp. Cho nên công việc dọn dẹp và vệ sinh các căn phòng của Homestay là một trong những việc vô cùng cần thiết và quan trọng để đảm bảo vệ sinh và mỹ quan không gian. Sự sạch sẽ của Homestay nơi khách hàng nghỉ dưỡng tác động trực tiếp tới trải nghiệm của khách hàng, điều khiến họ có quyết định quay lại vào lần du lịch tới, hay có giới thiệu Homestay cho người quen hay không. Chi phí dọn dẹp nhà cửa dao động từ 20.000 đồng đến 30.000 đồng/m<sup>2</sup> tùy thuộc vào tình trạng ngôi nhà, diện tích và yêu cầu của người thuê.

Vệ sinh nhà đang ở, nhà đang sử dụng:

- Quét mạng nhện, hút bụi toàn bộ nhà giúp loại bỏ bụi bẩn và những vết bẩn nhỏ, đảm bảo không gian trong nhà luôn sạch sẽ và thoáng đãng.
- Vệ sinh nội thất bao gồm làm sạch bề mặt của các bộ phận nội thất như ghế sofa, bàn, tủ, và các bề mặt khác. Quá trình này sẽ giúp loại bỏ bụi bẩn và mảng bám, mang lại vẻ sạch sẽ và mới mẻ cho nội thất.
- Vệ sinh lau chùi nhà bếp bao gồm làm sạch bề mặt của tủ bếp, bồn rửa, bếp, và các khu vực khác để đảm bảo sự sạch sẽ và an toàn cho việc chuẩn bị và nấu ăn.
- Lau chùi và làm sạch toàn bộ cửa và khung kính trong phòng.
- Vệ sinh nhà vệ sinh bao gồm làm sạch bồn cầu, bồn rửa mặt, gương và các bề mặt khác để đảm bảo vệ sinh và tiện nghi cho khách hàng.
- Giặt đệm, ga giường, rèm cửa.

### **3.3. Kế hoạch tài chính:**

Tổng vốn đầu tư: 2.137.186.000 VND

Vốn tự có: 1.137.186.000 VND

Vốn vay: 1.000.000.000 VND. Vay tại Ngân hàng thời hạn 5 năm, lãi suất 11%/năm cố định trong suốt thời gian vay.

**a. Ước lượng tổng mức đầu tư và nguồn vốn đầu tư**

**Bảng 3. Ước lượng chi phí đầu tư**

**ĐVT: đồng**

STT	HẠNG MỤC	THÁNG	NĂM 1	NĂM 2	SAU NĂM 3
1	Chi phí mặt bằng	30.000.000	360.000.000	360.000.000	360.000.000
2	Chi phí xây dựng, sửa chữa		850.000.000	10.000.000	10.000.000
3	Lương nhân viên		288.000.000	360.000.000	460.000.000
4	Thiết bị, vật tư		557.186.000	10.000.000	10.000.000
5	Chi phí khác		80.000.000	50.000.000	50.000.000
6	Thuế môn bài		2.000.000	2.000.000	2.000.000
	Tổng chi phí		2.137.186.000	792.000.000	892.000.000

**b. Xác định nguồn vốn đầu tư**

Nguồn vốn đầu tư bao gồm nguồn vốn tự có, tự huy động, vốn vay ...

**Bảng 4. Nguồn vốn đầu tư**

**ĐVT: đồng**

Nguồn vay hoặc huy động	Hình thức vay	Lãi suất	Năm		
			1	2	Sau năm 3
1. Vốn tự có và huy động từ nguồn khác			1.137.186.000	1.137.186.000	1.137.186.000
2. Vay ngân hàng nhà nước		11%	1.000.000.000	1.000.000.000	1.000.000.000

Tổng nhu cầu của dự án: 2.137.186.000 đồng

Vốn tự có: 1.137.186.000 đồng

Vốn huy động từ nguồn khác: 1.000.000.000 đồng

**c. Dự trù kinh phí sản xuất và kinh doanh hàng năm**

Là cơ sở để tính giá thành sản phẩm, dịch vụ và hạch toán lãi lỗ của dự án. Thời gian hoàn vốn của dự án là 2 năm.

**Bảng 5. Bảng dự trù kinh phí sản xuất và kinh doanh hàng năm****ĐVT: đồng**

Các loại chi phí	Nội dung	Chi phí cho 5 năm đầu hoạt động của Homestay			
		Năm 1	Năm 2	Sau 3 năm	Ghi chú
<b>Chi phí cố định</b>	Cơ sở vật chất	557.186.000	10.000.000	10.000.000	Máy tính, hệ thống mạng, điện thoại, nội thất
	Thiết kế trang trí ban đầu	50.000.000	10.000.000	10.000.000	
	Thuế môn bài	2.000.000	2.000.000	2.000.000	
	Mặt bằng	360.000.000	360.000.000	360.000.000	Cho 5 năm đầu
<b>Chi phí biến đổi</b>	Lương nhân viên	288.000.000	360.000.000	460.000.000	Nhân viên quản lý, lễ tân, kế toán, bảo vệ
	Marketing	30.000.000	40.000.000	40.000.000	
<b>Tổng</b>		1.287.186.000	782.000.000	842.000.000	

**d. Dự trù kết quả và sản xuất kinh doanh hàng năm****Bảng 6. Doanh thu dự kiến trong 1 ngày kín phòng****ĐVT: đồng**

Số phòng	Giá phòng/đêm	Doanh thu 1 tháng (30 ngày)	Năm 1
1	2.000.000	60.000.000	720.000.000
2	2.000.000	60.000.000	720.000.000
3	750.000	22.500.000	270.000.000
4	750.000	22.500.000	270.000.000
5	950.000	28.500.000	342.000.000
6	950.000	28.500.000	342.000.000
<b>TỔNG</b>		222.000.000	2.664.000.000



**Bảng 7. Doanh thu dự kiến qua các năm****Đơn vị tính: 1.000 đồng**

Số phòng	Giá phòng/đêm	Doanh thu 1 tháng (66%/30 ngày)	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
1	2.000	40.000	480.000	552.000	600.000	600.000	600.000
2	2.000	40.000	480.000	552.000	600.000	600.000	600.000
3	750	15.000	180.000	207.000	225.000	225.000	225.000
4	750	15.000	180.000	207.000	225.000	225.000	225.000
5	950	19.000	228.000	262.200	285.000	285.000	285.000
6	950	19.000	228.000	262.200	285.000	285.000	285.000
<b>TỔNG</b>		148.000	1.776.000	2.042.400	2.220.000	2.220.000	2.220.000

**Bảng 8. Bảng dự trừ kết quả và sản xuất kinh doanh hàng năm****Đơn vị tính: 1.000 đồng**

CHI TIÊU	NĂM				
	1	2	3	4	5
Thuê mặt bằng	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
Chi phí xây dựng, sửa chữa	850.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Đầu tư máy móc thiết bị, vật tư	557.186	10.000	10.000	10.000	10.000
Chi phí tiền lương	288.000	360.000	460.000	460.000	460.000
Chi phí hoạt động	82.000	52.000	52.000	52.000	52.000
<b>Tổng chi phí</b>	<b>2.137.186</b>	<b>792.000</b>	<b>892.000</b>	<b>892.000</b>	<b>892.000</b>
<b>Tổng doanh thu</b>	<b>1.776.000</b>	<b>2.042.400</b>	<b>2.220.000</b>	<b>2.220.000</b>	<b>2.220.000</b>
Lãi phải trả	110.000	88.000	66.000	44.000	22.000
Thanh lý tài sản	0	0	0	0	0
<b>Lợi nhuận trước thuế</b>	<b>-471.186</b>	<b>1.162.400</b>	<b>1.262.000</b>	<b>1.284.000</b>	<b>1.306.000</b>

Thuế TNDN		232.480	252.400	256.800	261.200
Lợi nhuận sau thuế		929.920	1.009.600	1.027.200	1.044.800

Với số vốn bỏ ra ban đầu là 2.137.186.000 đồng, thời gian hoàn vốn PP là 1 năm 2 tháng.

#### e. Lập kế hoạch trả nợ vay

**Bảng 9. Lập kế hoạch trả nợ vay**

**Đơn vị tính: 1.000 đồng**

NĂM	0	1	2	3	4	5
Dư nợ đầu năm		1.000.000	800.000	600.000	400.000	200.000
Lãi phải trả		110.000	88.000	66.000	44.000	22.000
Trả gốc		200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Trả gốc và lãi		310.000	288.000	266.000	244.000	222.000
Dư nợ cuối năm	1.000.000	800.000	600.000	400.000	200.000	0

#### 3.4. Đối thủ cạnh tranh:

- Hiện nay, đã có một số homestay đang hoạt động tại Cao Nguyên Vân Hoà như: BBFarm, Ngọc Huyền Glamping, Long Vân Homestay và các homestay khác. Tuy nhiên, các homestay này chưa đạt được tiềm năng đầy đủ do hoạt động tự phát và thiếu mô hình kinh doanh chuyên nghiệp.

- Các Homestay này đang hoạt động mang tính tự phát nhưng chưa được đầu tư mô hình bài bản, chưa có sự kết hợp giữa địa phương, hộ dân với mô hình homestay tại cao nguyên Vân Hoà.

- Mô hình homestay hiện tại xây dựng trên đất rừng sản xuất và rừng đặt dựng, chưa được chuyển đổi sang đất kinh doanh dịch vụ theo quy định của uỷ ban nhân dân tỉnh. Điều này có thể tạo ra rủi ro pháp lý và hạn chế tiềm năng phát triển của các homestay này. Các dự án homestay này xây dựng trên đất rừng sản xuất, rừng đặt dựng chưa nhận được chủ trương chuyển sang đất kinh doanh dịch vụ của uỷ ban nhân dân tỉnh.

#### 3.5. Lợi thế và khác biệt trong cạnh tranh:

##### ❖ Sự đầu tư và phê duyệt chủ trương:

Dự án MI CASA Homestay sẽ được xin phép chủ trương từ uỷ ban nhân dân tỉnh và sở du lịch và thể thao, đảm bảo tuân thủ quy định pháp luật và có cơ sở hợp pháp để hoạt động. Điều này tạo ra lợi thế pháp lý và uy tín cho dự án so với các homestay tự phát khác.

Sự đầu tư đầy đủ và nghiêm túc của dự án giúp tạo ra sự khác biệt và chất lượng cao hơn so với các đối thủ hiện tại, đảm bảo cung cấp trải nghiệm du lịch tốt nhất cho khách hàng.

❖ **Kết nối với cộng đồng địa phương:**

MI CASA Homestay sẽ có đề án hoạt động nhằm kết nối các hộ dân có nhà sàn cùng tham gia vào hoạt động du lịch. Điều này tạo ra lợi ích cho người dân địa phương, đồng thời nâng cao bản sắc văn hoá dân tộc và phát triển kinh tế tại địa phương. Sự kết nối này tạo ra một khác biệt và mô hình kinh doanh bền vững, tạo sự hài lòng và ủng hộ từ cộng đồng địa phương.

❖ **Quảng bá và hỗ trợ từ chính quyền địa phương:**

Dự án MI CASA Homestay sẽ có các video giới thiệu về địa điểm, kết hợp du lịch, giúp quảng bá và thu hút khách du lịch. Nhờ tính cộng đồng của dự án, sẽ nhận được sự ủng hộ của chính quyền địa phương, góp phần phát triển hệ sinh thái du lịch ở Cao Nguyên. Sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương là lợi thế quan trọng để tạo ra sự tin tưởng và tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh.

❖ **Đội ngũ tài năng và kinh nghiệm:**

Nhóm tác giả của dự án MI CASA Homestay là những người trẻ đam mê kinh doanh, nghiên cứu sáng tạo và có tiềm năng học hỏi. Các thành viên nhóm đã tích lũy kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch, điều hành kinh doanh và có kiến thức chuyên môn. Sự hỗ trợ từ cố vấn có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch và kinh doanh cũng góp phần đảm bảo thành công và hiệu quả của dự án.

Những lợi thế và khác biệt này giúp dự án MI CASA Homestay tạo ra sự nổi bật và cạnh tranh trong lĩnh vực homestay tại Cao Nguyên Vân Hoà. Sự đầu tư và phê duyệt chủ trương, kết nối cộng đồng địa phương, sự ủng hộ từ chính quyền địa phương và đội ngũ tài năng và kinh nghiệm là những yếu tố quan trọng để thu hút khách hàng và phát triển thành công dự án homestay.

### **3.6. Các rủi ro và giải pháp khắc phục**

#### **❖ Rủi ro pháp lý:**

Rủi ro: Không tuân thủ quy định pháp luật về chuyển đổi đất, đăng ký kinh doanh dịch vụ và các quy định khác liên quan đến hoạt động homestay.

Giải pháp: Đảm bảo tuân thủ mọi quy định pháp luật và quyền lợi của cộng đồng địa phương. Tiến hành xin phép chủ trương từ uỷ ban nhân dân tỉnh và sở du lịch, thể thao. Thực hiện đầy đủ thủ tục đăng ký kinh doanh dịch vụ và hợp tác chặt chẽ với các cơ quan chức năng để đảm bảo tuân thủ các quy trình hành chính liên quan.

#### **❖ Rủi ro tài chính:**

Rủi ro: Doanh thu không đạt được dự kiến, chi phí vượt quá ngân sách dự định hoặc khó khăn trong tìm kiếm nguồn tài trợ.

Giải pháp: Lập kế hoạch tài chính chi tiết và quản lý chặt chẽ nguồn lực tài chính. Đánh giá và dự trù một cách chính xác doanh thu và chi phí. Tìm kiếm các nguồn tài trợ đa dạng như vốn tự có, vay vốn ngân hàng, hoặc hợp tác đầu tư. Thực hiện quản lý tài chính chặt chẽ và điều chỉnh kế hoạch tài chính nếu cần thiết.

#### **❖ Rủi ro cạnh tranh:**

Rủi ro: Cạnh tranh từ các homestay hiện có và các dự án mới có thể ảnh hưởng đến sự thu hút khách hàng và doanh thu của MI CASA Homestay.

Giải pháp: Tạo sự khác biệt và đặc trưng riêng cho MI CASA Homestay bằng cách tập trung vào trải nghiệm du lịch độc đáo, chất lượng dịch vụ tốt và mối quan hệ tốt với cộng đồng địa phương. Đầu tư vào quảng bá và tiếp thị mạnh mẽ để tăng khả năng thu hút khách hàng và xây dựng thương hiệu.

#### **❖ Rủi ro quản lý hoạt động:**

Rủi ro: Khó khăn trong quản lý hoạt động homestay, chất lượng dịch vụ không đáp ứng được mong đợi của khách hàng, vấn đề về an ninh và an toàn.

Giải pháp: Xây dựng một hệ thống quản lý hoạt động chuyên nghiệp, bao gồm tuyển dụng và đào tạo nhân viên có kỹ năng phục vụ khách hàng, quản lý chất lượng dịch vụ, kiểm soát an ninh và an toàn. Thực hiện kiểm tra định kỳ và quản lý rủi ro để đảm bảo hoạt động suôn sẻ và an toàn.

#### ❖ **Rủi ro thay đổi thị trường:**

Rủi ro: Thay đổi trong tâm lý và nhu cầu của khách hàng, thị trường du lịch suy giảm hoặc sự cạnh tranh tăng cao có thể ảnh hưởng đến doanh thu của MI CASA Homestay.

Giải pháp: Đánh giá và theo dõi thị trường du lịch, nghiên cứu các xu hướng mới và thay đổi trong nhu cầu khách hàng. Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ, tìm cách thích nghi với sự biến đổi của thị trường, và nâng cao khả năng tiếp cận và tương tác với khách hàng.

#### **4. Chiến lược phát triển (năng lực cạnh tranh)**

**Ma trận SWOT:** (Tiếp theo là ma trận SWOT – phân tích những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của mô hình kinh doanh homestay)

<b>Điểm mạnh</b>	<b>Điểm yếu</b>	<b>Cơ hội</b>	<b>Thách thức</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vốn hợp lí với quy mô nhỏ.</li> <li>- Hình thức kết hợp giữa Mô hình “Khu nghỉ dưỡng – Resort” với “Nhà trọ”, tạo ra một khu “Nhà trọ cao cấp” hoặc là một “Resort thu nhỏ” với giá cả hợp lí, tạo lợi thế cạnh tranh hơn so với số đông đang kinh doanh khách sạn tại Đà Lạt 2 – Cao Nguyên Vân Hoà .</li> <li>- Thời gian có doanh thu sau đầu tư nhanh, khoảng 4 đến 6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chưa phát huy được công tác marketing.</li> <li>- Mới mở cửa nên chưa được nhiều du khách biết đến.</li> <li>- Cần có thời gian để xây dựng chỗ đứng trong tâm trí khách hàng.</li> <li>- Kiến thức kinh doanh còn ít hơn những người đi trước.</li> <li>- Cạnh tranh yếu, không đủ sức có thể gây ra hụt vốn thua lỗ và dẫn đến giải thể.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhu cầu tìm đến các homestay của khách hàng ngày càng cao.</li> <li>- Quy mô thị trường ngày càng được mở rộng.</li> <li>- Homestay có nhiều ưu điểm so với các loại hình lưu trú khác.</li> <li>- Lượng khách hàng lớn, đối tượng đa dạng.</li> <li>- Số vốn ban đầu ít, linh hoạt.</li> <li>- Thu hồi vốn nhanh.</li> <li>- Nếu hoạt động có</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rủi ro vắng khách: Du khách nội địa sẽ ít hơn vào mùa thấp điểm.</li> <li>- Rủi ro tài sản: chủ nhà đòi lại nhà trước thời hạn hợp đồng.</li> <li>- Chi phí tăng đột biến hàng năm.</li> <li>- Hoạt động ngừng trệ nếu nguồn vốn dự trữ bị sử dụng hết.</li> <li>- Khách hàng khó tính, đòi hỏi về chất lượng và sự đa dạng phong phú của các sản phẩm và dịch</li> </ul>

tháng. - Xung quanh không có homestay để cạnh tranh. - Nhận dịch vụ cho thuê xe (giá rẻ hơn các khách sạn khác).		hiệu quả có thể sẽ được mọi người biết đến không chỉ khách nội địa, còn có thể là du khách nước ngoài.	vụ. - Chịu áp lực từ đối thủ cạnh tranh.
--	--	--	---

➔ Để khắc phục những điểm yếu cũng như giải quyết các rủi ro thì chúng tôi đã chọn cách đẩy mạnh chiến dịch marketing, tự trau dồi kiến thức về kinh doanh, và chuẩn bị những nguồn chi phí dự phòng.

### 🚦 Chiến lược Marketing tổng thể: (Về tổng thể)

- Tạo sự chú ý đối với khách hàng trẻ: Tập trung vào khách hàng trẻ và tạo sự chú ý thông qua các hoạt động quảng cáo sáng tạo và hấp dẫn.
- Quay video giới thiệu homestay: Tạo các video chất lượng cao giới thiệu về homestay, cảnh quan, phòng nghỉ và các hoạt động trải nghiệm độc đáo.
- Xây dựng website riêng và đăng tin quảng cáo: Xây dựng một website chuyên nghiệp và thu hút, đăng tin quảng cáo trên các trang web du lịch uy tín như Booking, Agoda, Trivago để tăng khả năng tiếp cận với khách hàng.
- Tiếp thị qua mạng xã hội: Sử dụng mạng xã hội như Facebook, Instagram để quảng bá homestay, đăng các bài viết hấp dẫn, ảnh đẹp và thông tin hữu ích để thu hút sự quan tâm của khách hàng.
- Hợp tác với các doanh nghiệp địa phương: Thiết lập mối quan hệ hợp tác với các doanh nghiệp địa phương như nhà hàng, cửa hàng, công ty du lịch để tăng khả năng tiếp cận khách hàng và tạo ra các gói dịch vụ kết hợp hấp dẫn.
- Sử dụng tầm ảnh hưởng của người nổi tiếng: Mời các KOL (Key Opinion Leaders), influencers, hot bloggers, hot YouTubers đến trải nghiệm homestay và giới thiệu cho cộng đồng của họ, tận dụng tầm ảnh hưởng của họ để quảng bá homestay.
- Chăm sóc khách hàng cũ: Xây dựng danh sách email để gửi thông báo về các ưu đãi và khuyến mãi đang diễn ra, tạo chương trình khuyến mãi đặc biệt dành riêng cho

khách hàng cũ, và đảm bảo trả lời mọi phản hồi và yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng và chuyên nghiệp.

#### **Chiến lược chiêu thị: (Về chiến lược chiêu thị)**

➤ Giảm giá trong tuần đầu: Để thu hút khách hàng trong giai đoạn đầu, có thể áp dụng chương trình giảm giá 15% cho tất cả các phòng trong tuần đầu mở cửa. Điều này sẽ tạo ra sự hấp dẫn và khích lệ khách hàng đến thử trải nghiệm homestay.

➤ Chương trình tặng quà trong các dịp lễ: Tận dụng các dịp lễ như 8/3, Valentine, hay các dịp đặc biệt khác, dự án có thể tổ chức chương trình tặng quà riêng cho khách hàng đặt phòng trong khoảng thời gian đó. Điều này sẽ tạo sự đặc biệt và làm khách hàng cảm thấy được chăm sóc đặc biệt.

➤ Điều chỉnh giá theo dịp lễ: Trong các dịp lễ hoặc thời điểm du lịch đông đúc, dự án có thể tăng giá mỗi phòng khoảng 5% so với giá ngày bình thường. Điều này giúp tối ưu hóa lợi nhuận và tăng thu nhập trong những thời điểm có nhiều khách du lịch.

➤ Tạo gói dịch vụ đặc biệt: Xây dựng các gói dịch vụ đặc biệt như gói trải nghiệm văn hóa dân tộc, gói tham quan địa phương, gói nghỉ dưỡng và thư giãn để tăng sự lựa chọn cho khách hàng và tạo sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh.

➤ Tăng cường quảng cáo trực tuyến: Sử dụng các công cụ quảng cáo trực tuyến như Google Ads, Facebook Ads để tăng khả năng tiếp cận và nhận diện thương hiệu của MI CASA Homestay đến một lượng khách hàng tiềm năng rộng hơn.

➤ Hợp tác với đại lý du lịch: Xây dựng mối quan hệ hợp tác với các đại lý du lịch địa phương hoặc quốc tế để tăng khả năng tiếp cận với thị trường du lịch và đáp ứng nhu cầu của các đoàn khách du lịch.

➤ Tăng cường quan tâm trên mạng xã hội: Tạo nội dung hấp dẫn và chia sẻ thông tin về homestay, cảnh quan, và các hoạt động trải nghiệm trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, YouTube để thu hút sự quan tâm của khách hàng.

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

- Quy mô tiềm năng của dự án: Đánh giá quy mô thị trường và tiềm năng khách hàng mục tiêu để xác định kích thước và phạm vi tiếp cận của dự án. Điều này sẽ giúp xác định khả năng tăng trưởng và phát triển của homestay trong tương lai.

- Tính khả thi của dự án: Xem xét các yếu tố về vị trí, cơ sở hạ tầng, quy hoạch, và khả năng phát triển để đánh giá tính khả thi của dự án. Điều này bao gồm việc xem xét khả năng hấp thụ của thị trường, khả năng thu hút khách hàng và khả năng tạo ra lợi nhuận.

- Tiềm năng lợi nhuận của dự án: Đánh giá tiềm năng thu nhập và lợi nhuận từ hoạt động homestay. Xem xét các yếu tố như giá cả, cạnh tranh, chi phí vận hành, và khả năng tăng doanh thu để xác định tiềm năng lợi nhuận của dự án.

- Tính sáng tạo của dự án: Đánh giá tính sáng tạo và độ độc đáo của dự án. Xem xét những yếu tố đặc biệt và khác biệt mà MI CASA Homestay mang lại so với các đối thủ cạnh tranh, và khả năng tạo ra trải nghiệm độc đáo cho khách hàng.

- Mức độ cạnh tranh trên thị trường: Đánh giá mức độ cạnh tranh trong ngành homestay trên thị trường. Xem xét số lượng và chất lượng của các đối thủ cạnh tranh, cấu trúc giá cả, và khả năng MI CASA Homestay cạnh tranh và thu hút khách hàng trong môi trường cạnh tranh này.

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

- Cao Nguyên Vân Hoà có vị trí địa lý độc đáo với khí hậu mát mẻ và phong cảnh thiên nhiên tuyệt đẹp, thu hút lượng lớn khách du lịch muốn tránh xa thành phố và tận hưởng không gian yên bình.

- Khu vực này chưa được khai thác triệt để trong lĩnh vực homestay, tạo ra cơ hội cho các dự án homestay mới phát triển và định hình mô hình kinh doanh độc đáo.

- Cao nguyên Vân Hoà có bản sắc văn hóa dân tộc độc đáo. Dự án MI CASA Homestay có thể khai thác và giới thiệu bản sắc văn hóa này, tạo ra trải nghiệm du lịch độc đáo cho khách hàng. Dự án có khả năng kết hợp với cộng đồng địa phương, đặc biệt là các hộ dân có nhà sàn truyền thống. Việc liên kết với cộng đồng địa phương giúp tạo ra sự gắn kết và phát triển kinh tế bền vững.

- Ngành du lịch đang phát triển mạnh mẽ, và nhu cầu của khách du lịch đối với trải nghiệm du lịch gần gũi, gắn kết với bản địa ngày càng tăng. Dự án MI CASA Homestay có thể đáp ứng nhu cầu này và hướng tới một phân khúc thị trường tiềm năng.