

**CUỘC THI “Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP
HỌC SINH, SINH VIÊN GIÁO DỤC NGHỀ NGHIỆP”
NĂM 2022**

333



**DỰ ÁN
DỊCH VỤ CUNG ỨNG THIẾT BỊ CƠ ĐIỆN
LẠNH**

Lĩnh vực: Dịch vụ kỹ thuật

Đơn vị dự thi: Trường Cao đẳng Lý Tự Trọng Tp.HCM

1. Phạm Tấn Phát
2. Nguyễn Minh Huy
3. Tạ Quốc Thịnh
4. Phạm Công Niên

Thành phố Hồ Chí Minh, 08/2022

MỤC LỤC

BẢNG TÓM TẮT DỰ ÁN	3
I. Tên nhóm/cá nhân dự thi.....	3
II. Tóm tắt dự án	3
1. Ý tưởng chính của dự án:.....	3
2. Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án:.....	4
3. Mục tiêu của dự án:.....	4
4. Xác định thị trường mục tiêu:	4
5. Xác định đối thủ cạnh tranh và điểm khác biệt của dự án:	5
6. Dự báo tài chính:.....	6
BẢNG THUYẾT MINH DỰ ÁN	8
1. Giai đoạn dự án.....	8
2. Mô tả sản phẩm:.....	10
3. Thuyết trình về mô hình kinh doanh:.....	11
3.1.Lợi ích của khách hàng	12
3.2. Khách hàng tiềm năng:.....	12
3.3. Các kênh phân phối đến khách hàng:	12
3.4. Các kênh marketing, tiếp cận đến khách hàng:.....	12
3.6. Chuẩn bị nguồn lực:	12
3.7. Những đối tác kinh doanh chủ yếu:	13
3.8. Cơ cấu chi phí:	13
3.9. Doanh thu dự kiến:.....	16
3.10. Hiệu quả dự án:	17
4. Tác động của dự án:	19
5. Chiến lược phát triển (năng lực cạnh tranh).	19
6. Định hướng tương lai.....	Error! Bookmark not defined.
KẾT LUẬN	Error! Bookmark not defined.
TÀI LIỆU THAM KHẢO	22

BẢNG TÓM TẮT DỰ ÁN

I. Tên nhóm/cá nhân dự thi

1. Họ và tên (cá nhân hoặc trưởng nhóm dự án): Phạm Tấn Phát
2. Số điện thoại: 034 641 2465
3. Địa chỉ Email: phamtanphat171199@gmail.com
4. Danh sách thành viên trong nhóm

Họ và tên	Năm thứ	Chuyên ngành	Kinh nghiệm, sở trường cho dự án
Phạm Tấn Phát	Năm 2	Kỹ Thuật Máy Lạnh và Điều Hòa Không Khí	Điều hòa không khí, chiến lược kinh doanh
Nguyễn Minh Huy	Năm 2	Kỹ Thuật Máy Lạnh và Điều Hòa Không Khí	Điều hòa không khí, phân phối kinh doanh
Tạ Quốc Thịnh	Năm 2	Công Nghệ Kỹ Thuật Nhiệt	Quản trị tài sản, thiết bị, marketing cho dự án
Phạm Công Niên	Năm 2	Công Nghệ Kỹ Thuật Nhiệt	Kỹ thuật, lắp đặt và sửa chữa thiết bị cơ điện lạnh

II. Tóm tắt dự án

1. Ý tưởng chính của dự án:

Nhu cầu sử dụng thiết bị cơ điện lạnh để phục vụ nhu cầu sinh hoạt trong xã hội ngày càng tăng: theo số liệu thống kê tổng sản phẩm hàng hóa tăng 5-10%/ hàng năm . [TL1].

Thu nhập đời sống của con người ngày càng tăng, lối sống thay đổi và sự ưa chuộng đổi mới công nghệ của người tiêu dùng, đặc biệt vòng đời của các thiết bị gồm các yếu tố: tuổi thọ, công nghệ, tính năng thúc đẩy việc nâng cấp thiết bị.

Nhu cầu lắp đặt, bảo trì, sửa chữa thay thế cung ứng thiết bị cơ điện lạnh ngày càng đa dạng : nhanh, kịp thời, chi phí hợp lý, tư vấn tận tình...

Dịch vụ sửa chữa điện lạnh tại nhà là các dịch vụ ra đời nhằm phục vụ nhu cầu vệ sinh, bảo trì định kỳ các thiết bị điện lạnh ở tận nhà khách hàng. Các thiết bị điện lạnh

này có thể bao gồm máy lạnh, tủ lạnh, máy nước nóng, lò vi sóng,... Nói khái quát hơn, chính là những thiết bị có khả năng thay đổi nhiệt độ môi trường xung quanh, hoặc những thiết bị liên quan đến nhu cầu làm nóng-lạnh.

Ngày nay, hầu như mỗi hộ gia đình đều trang bị ít nhất một thiết bị điện lạnh trong nhà. Sự thông dụng của các thiết bị điện lạnh cũng đã kéo theo sự phát triển không ngừng của ngành dịch vụ sửa chữa điện lạnh Hồ Chí Minh.

Ý tưởng của dự án là thực hiện ***Dịch vụ trong lãnh vực chuyên ngành Nhiệt lạnh khí***. Thông qua dự án nhóm muốn giúp cho các bạn sinh viên cùng ngành nghề có điều kiện thực tập, nâng cao tay nghề, tăng thêm thu nhập. Qua dịch vụ cung ứng thiết bị cơ điện lạnh, giúp khách hàng có thêm 1 kênh tin cậy về sửa chữa, bảo trì, trao đổi các thiết bị đã hết hạn, xuống cấp, thông qua đó cũng tham gia góp phần hạn chế tình trạng rác thải kim loại, xả bỏ ga ra ngoài không khí gây ô nhiễm nhờ đó *làm giảm hiệu ứng nhà kính góp phần nâng cao môi trường sống phục vụ cho đời sống xã hội*.

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

Hiện nay nhóm đã lên kế hoạch để thực hiện dự án từ đầu năm 2023 với 3 lãnh vực

- Sửa chữa, bảo trì các thiết bị cơ điện lạnh (máy lạnh, tủ lạnh).
- Cung ứng trao đổi các thiết bị đã xuống cấp bằng các thiết bị còn sử dụng, phù hợp nhu cầu.
- Thay thế ga R22 bằng ga **mới, thân thiện môi trường R467a** để hạn chế tình trạng nóng lên toàn cầu, ảnh hưởng đến **biến đổi khí hậu**.

3. Mục tiêu của dự án:

- Dịch vụ Cung ứng luôn tự tin khẳng định đem đến cho tất cả khách hàng được một dịch vụ sửa chữa tại nhà tốt nhất.
- Tập hợp được nhiều đội ngũ kỹ thuật viên với tay nghề cao, nhiều năm kinh nghiệm trong ngành điện lạnh có thể khắc phục nhanh chóng các sự cố hư hỏng một cách hiệu quả.
- Cung cấp các dịch vụ trao đổi thay thế ga cho các thiết bị điện lạnh .
- Tạo môi trường làm việc năng động cùng chuyên ngành để học hỏi nâng cao kỹ năng làm việc.

4. Xác định thị trường mục tiêu:

Sản phẩm hướng đến mọi khách hàng cá nhân và tổ chức, nhưng trước tiên có thể tập trung vào các đối tượng khách hàng khu vực Thành phố HCM. Các siêu thị, các khu vực đông dân cư... là các nơi có sử dụng máy lạnh và tập trung đông người, có nhu cầu sửa chữa, trao đổi.

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

Đây là một dịch vụ không phải mới, thị trường trải rộng khắp mọi nơi. Tuy nhiên hiện nay việc Cung ứng, sửa chữa và bảo trì thông qua các công ty điện máy, đại lý, đối tác liên kết. Mỗi loại hình dịch vụ đều có ưu thế riêng. **Đặc điểm khác biệt** của Dịch vụ Cung ứng do nhóm thực hiện :

5.1/ Không nhận phụ phí : Ngày nay, hầu hết khách hàng đều có tâm lý ngại sử dụng các dịch vụ sửa chữa điện lạnh tại nhà và thích học cách tự sửa thiết bị qua hướng dẫn trên mạng hơn. Nguyên nhân chính của hiện tượng này là do các dịch vụ sửa chữa điện lạnh thường luôn tính phí kiểm tra thiết bị, khiến người dùng phải trả tiền dù ngay cả khi thiết bị không có lỗi. Vì thế chúng tôi sẽ đến tận nhà khách hàng và kiểm tra lỗi thiết bị miễn phí. Quý khách sẽ không phải chi trả bất kỳ phụ phí nào nếu thiết bị không cần sửa chữa.

5.2/ Phục vụ khách hàng nhanh chóng: đội ngũ nhân viên lành nghề, năng động luôn trong tâm thế sẵn sàng phục vụ khách hàng. Chỉ cần quý khách có nhu cầu sửa điện lạnh tại Hồ Chí Minh, chúng tôi cam kết sẽ có mặt chỉ sau 2-3h phút kể từ khi được gọi.

Chế độ bảo hành dài hạn và chăm sóc hậu dịch vụ tận tâm: Chúng tôi quan niệm rằng: “Nghĩa vụ của một dịch vụ sửa chữa điện lạnh là đảm bảo sự hài lòng của khách hàng, kể cả sau dịch vụ. Vì lý do này, chúng tôi sẽ hỗ trợ bảo hành mọi loại thiết bị điện lạnh của quý khách tới 12 tháng sau khi sử dụng dịch vụ. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng sẽ chủ động thu thập ý kiến khách hàng sau mỗi lần phục vụ để không ngừng nâng cấp bản thân.

5.3/ Đội ngũ nhân viên năng động, thân thiện

Là cầu nối trực tiếp giữa chúng tôi và khách hàng, những người thợ kỹ thuật của chúng tôi đều được đào tạo để không chỉ có tay nghề sửa chữa cao, mà còn cả thái độ thân thiện khi phục vụ khách.

5.4 / Sản phẩm bị lỗi: được khắc phục nhanh chóng. Bên cạnh đó

Nhóm có thể Cung cấp tạm thời linh kiện, thiết bị cho KH trong thời gian chờ sửa chữa.

Kỹ thuật viên luôn có mặt kịp thời không quá 2 giờ khi KH yêu cầu dịch vụ
 Đồng thời Khuyến khích KH thay gas R22 bằng gas R467A để bảo vệ môi trường.

5.5/ Cung ứng, Thu mua trao đổi

Đội ngũ kỹ thuật viên khảo sát, đánh giá, sau đó tư vấn cho khách hàng về việc thu mua và cung ứng thiết bị Mới, Cũ sao cho phù hợp

Với cách thức hoạt động của nhóm sẽ mang đến cho khách hàng:

Sản phẩm chất lượng

Thân thiện với môi trường

Thỏa mãn nhu cầu khách hàng

6. Dự báo tài chính:

BẢNG 9 : BẢNG KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2023-2025 DỰ KIẾN

		2023	2024	2025
I	TỔNG DOANH THU	5,290,000,000	7,352,500,000	9,690,000,000
II	TỔNG CHI PHÍ	4,605,884,029	5,529,660,834	6,718,158,833
1	Biến phí	875,000,000	1,055,000,000	1,269,000,000
-	Mua NVL sản phẩm	850,000,000	1,020,000,000	1,224,000,000
-	Chi phí hoạt động	25,000,000	35,000,000	45,000,000
2	Định phí	3,730,884,029	4,474,660,834	5,449,158,833
-	CP tiền lương	2,880,000,000	3,456,000,000	4,147,200,000
-	CP Marketing	500,000,000	600,000,000	780,000,000
-	CP khấu hao	141,835,429	170,202,514	204,243,017
-	CP lãi vay	0	0	0
-	CP thuê mặt bằng	185,048,600	222,058,320	288,675,816
-	CP điện, nước	12,000,000	13,200,000	14,520,000
-	Chi phí điện thoại, internet	12,000,000	13,200,000	14,520,000

III.	Lợi nhuận trước thuế	684,115,971	1,822,839,166	2,971,841,167
-	Thuế TNDN (20%)	136,823,194	364,567,833	594,368,233
-	Đóng BHXH, BHYT, BHTN (21,5%)	147,084,934	391,910,421	638,945,851
IV.	Lợi nhuận sau thuế	400,207,843	1,066,360,912	1,738,527,083

Hiện nay, nhóm đang thực hiện các mục tiêu trong các tháng cuối năm 2022 để tìm đối tác các nhân viên kỹ thuật, kho bãi, văn phòng, các quy trình lắp đặt, bảo trì thiết bị. Liên kết tạo các trang quảng bá hình ảnh dịch vụ để chuẩn bị thực hiện.

BẢNG THUYẾT MINH DỰ ÁN

1. Giai đoạn dự án

1- Nhu cầu sử dụng thiết bị cơ điện lạnh để phục vụ nhu cầu sinh hoạt trong xã hội ngày càng tăng.

- Theo tài liệu của nhóm thu thập được thì tổng sản phẩm hàng hóa tăng từ 5-10% /năm.

Điều này cho thấy dự án của nhóm có tiềm năng rất lớn và cơ hội phát triển là cực kì cao.

2- Thu nhập tăng, lối sống thay đổi và sự ưa chuộng đổi mới công nghệ của người tiêu dùng, đặc biệt vòng đời của các thiết bị gồm các yếu tố: tuổi thọ, công nghệ, tính năng thúc đẩy việc nâng cấp thiết bị.

Với 1 thiết bị sử dụng trung bình trong khoảng từ 3- 5 năm sẽ bắt đầu có những dấu hiệu như hư hỏng, xuống cấp cần được bảo trì và sửa chữa, các tính năng bị lỗi thời, hạn chế cần được thay thế và đổi mới, đặc biệt là tiết kiệm năng lượng tiêu thụ không còn hiệu quả.

3- Nhu cầu lắp đặt, bảo trì, sửa chữa thay thế cung ứng thiết bị cơ điện lạnh ngày càng đa dạng, với những dịch vụ trễ nãi trong việc lắp đặt, bảo trì, sửa chữa mà chi phí bất hợp lý, dẫn đến sự khó chịu cho khách hàng cũng như việc không hài lòng về dịch vụ và phục vụ.

Nhóm đã lên những ý tưởng đổi mới để phục vụ cho khách hàng một cách nhanh nhất, khắc phục sản phẩm bị lỗi 1 cách kịp thời mà chi phí hợp lý, chế độ bảo hành phù hợp.

4- Đặc biệt ưu tiên việc bảo vệ môi trường: một số môi chất lạnh (trong đó có R22) khi các môi chất lạnh này phát thải ra ngoài môi trường là một trong các chất gây nên hiệu ứng nhà kính, phá hủy tầng ô zôn và đã bị loại bỏ khỏi các nước EU, Nhật Bản. Các nước công nghiệp phát triển khác đang dần loại bỏ môi chất này.

→ Từ những vấn đề nêu trên đã giúp nhóm hình thành nên ý tưởng về dịch vụ bảo trì, sửa chữa, thay thế gas lạnh thân thiện với môi trường và cung ứng thiết bị cơ điện lạnh dựa theo các tiêu chí lựa chọn của người tiêu dùng

1- Sản phẩm bị lỗi.

- Sửa chữa, bảo trì.
- Cung cấp tạm thời linh kiện hoặc cả thiết bị khi cần thiết trong thời gian chờ sửa chữa sản phẩm đã lỗi.

2- Sản phẩm cũ, hết thời hạn

- Được đội ngũ kỹ thuật viên khảo sát, đánh giá, sau đó tư vấn cho khách hàng về việc thu mua và cung ứng thiết bị **Mới, Cũ** sao cho phù hợp với từng nhu cầu thị hiếu khách hàng.

3- Thay thế gas R22 → R467A

- Những hệ thống lạnh dân dụng đang sử dụng gas R22. Khi các hệ thống lạnh đó bị hư hỏng cần được nạp lại lượng gas mới thì sẽ được đội kỹ thuật viên tư vấn khuyến khích thay đổi gas R22 bằng gas R467A.
- Vì gas R467A là một loại gas lạnh mới sản xuất tại Công ty SRF Limited phân phối và độc quyền tại CT TNHH Đặng Hải Anh, đây là một loại gas lạnh không gây suy giảm tầng Ozone, chỉ số gây hiệu ứng nhà kính thấp hơn R22 và cả R410A, tiết kiệm điện năng tiêu thụ và có thể thay thế các hệ thống đang sử dụng gas R22 mà không cần thay đổi dầu lạnh hoặc thiết bị.

→ Với cách thức hoạt động của nhóm sẽ mang đến cho khách hàng:

- ✓ **Sản phẩm chất lượng**
- ✓ **Thân thiện với môi trường**
- ✓ **Thỏa mãn nhu cầu khách hàng**

Đặc biệt “Tiết kiệm năng lượng: bảo vệ môi trường”

- Nhóm sẽ triển khai đưa thông tin dịch vụ qua nhiều hình thức quảng cáo khác nhau như:
- Cung ứng, sửa chữa và bảo trì thông qua các công ty điện máy, đại lý, đối tác liên kết để khách hàng hiểu rõ hơn về dịch vụ. Nhờ đó nhóm sẽ thêm banner quảng cáo của mình vào trang web của đối tác liên kết.
- Đưa poster quảng cáo về dịch vụ của nhóm ở các nơi tập trung đông người trong thành phố Hồ Chí Minh
- Đồng thời triển khai qua các kênh marketing, quảng cáo online có thể cung cấp dịch vụ cho khách hàng có nhu cầu.

1- Ước lượng nhu cầu sửa chữa, bảo trì trung bình hàng năm (lấy 1.25% của số lượng thiết bị nhiệt (máy lạnh, tủ lạnh,...) tiêu thụ trung bình hàng năm).

2- Ước lượng nhu cầu đổi mới thiết bị (lấy 15% của ước lượng nhu cầu sửa chữa, bảo trì trung bình hàng năm).

3- Ước lượng nhu cầu thay thế gas R467A (số máy) (lấy 7% của ước lượng nhu cầu sửa chữa, bảo trì trung bình hàng năm)

Năm	Số lượng thiết bị nhiệt (máy lạnh, tủ lạnh,...) tiêu thụ trung bình hàng năm	Ước lượng nhu cầu sửa chữa, bảo trì trung bình hàng năm	Ước lượng nhu cầu đổi mới thiết bị	Ước lượng nhu cầu thay thế Gas R467A (số máy)
Năm 2023	2,000,000	20,000	3,000	1,400
Năm 2024	2,300,000	25,000	3,750	1,750
Năm 2025	2,600,000	30,000	4,500	2,100

- Qua những mục đã trình bày trên thì nhóm đã đúc kết và hình thành nên “chiến lược phát triển dịch vụ” trong tương lai.
- Hiện nay tại thị trường Việt Nam những dịch vụ tương tự sẽ là đối thủ mạnh đối với dự án của nhóm. Do đó nhóm đặt ra chiến lược phát triển cụ thể như sau:

1- **Trong năm đầu tiên**, nhóm sẽ hợp tác với các công ty điện máy, siêu thị điện máy trong thành phố Hồ Chí Minh để **triển khai dịch vụ**. Đồng thời nhóm sẽ triển khai hợp tác với công ty TNHH Đặng Hải Anh hợp tác về phần **thay thế gas R22 bằng gas R467A**.

2- **Từ năm thứ 2 trở đi**, nhóm sẽ đẩy mạnh dịch vụ thông qua nhiều hình thức quảng cáo khác nhau để mang thông tin dịch vụ của nhóm đến (các tỉnh vùng lân cận). Đồng thời tiến hành hợp tác dịch vụ với các công ty điện máy, công ty xây dựng ở (các khu vực lân cận TPHCM) và tiến hành triển khai thay thế gas R22 bằng gas R467A trên các hệ thống thương nghiệp, công nghiệp. Cùng với đó, nhóm sẽ triển khai thiết kế trang web riêng để khách hàng dễ dàng tiếp cận dịch vụ và nắm bắt thông tin 1 cách nhanh chóng.

2. Mô tả sản phẩm: Dịch vụ cung ứng thiết bị cơ điện lạnh nhằm phục vụ cho nhu cầu sửa chữa thay thế, trao đổi của các cá nhân, tổ chức. Bên cạnh đó cũng khuyến khích người tiêu dùng có khuynh hướng thay thế các môi chất gây hiệu ứng nhà kính bằng môi chất thân thiện với môi trường.

Dự án thực hiện 3 lĩnh vực:

- 1- Sửa chữa, thay thế
- 2- Trao đổi, cung ứng thiết bị mới
- 3- Thay thế ga r467a

Số lượng nhân viên kỹ thuật là 30 người , gồm 26 kỹ thuật viên và 4 quản lý phụ trách kỹ thuật chung.

Bảng tính toán công việc và khối lượng thực hiện của các nhóm kỹ thuật dự kiến như sau:

Năm 2023	1 năm	1 tháng	1 ngày (26 kỹ thuật/13 nhóm)	1 nhóm (2 kỹ thuật)
Ước lượng nhu cầu sửa chữa, bảo trì trung bình hàng năm (công việc)	20.000	1666.7	55.6	5.6
Ước lượng nhu cầu thay thế gas R467A	3.000	116.7	3.9	0.4
Ước lượng nhu cầu đổi mới thiết bị (công việc)	1.400	250	8.3	2.8

ước lượng số công việc trung bình trong **năm 2023** như sau:

- Công việc sửa chữa, thay gas trong 1 ngày của 10 nhóm là 6 công việc.
- Công việc cung ứng trao đổi thiết bị của 3 nhóm còn lại trong 1 ngày là 3 công việc.

Và ở **bảng 3**: là ước lượng doanh thu nhận được từ số lượng 3 công việc nêu trên và dựa theo đơn giá trong **năm 2023** là **5 tỷ 290 triệu**

3. Thuyết trình về mô hình kinh doanh:

Dưới góc độ chuyên ngành nhiệt lạnh, và thực tế cho thấy tại Việt Nam nhu cầu sử dụng máy lạnh của mọi người ngày càng tăng, hàng ngày chúng ta đều làm việc và sinh hoạt trong gian có sử dụng máy lạnh; do đó việc bảo trì và tiêu thụ máy lạnh ngày một lớn, đồng thời vấn đề an toàn môi trường hiện nay rất gay gắt khi giá gas của R22 ngày càng bị đánh thuế cao. Thực tế cũng đã chứng minh ngày nay các dịch vụ bảo trì máy lạnh ở TPHCM ngày càng tăng cao và đồng thời các công ty lớn cũng đang đau đầu về vấn đề thay thế gas R22 như thế nào. Ví dụ, như Điện Máy Xanh đã và đang thực hiện việc mua bán, bảo trì máy lạnh, công ty TNHH Hải Anh cũng đang là những người tiên phong trong việc nhập khẩu loại gas mới mang tên R467A. Với ước lượng số lượng sản phẩm máy lạnh dân dụng bán ra tại thị trường Việt Nam khoảng 2 triệu sản phẩm/năm [TL1], trong đó nhu

cầu sửa chữa bảo trì trung bình chiếm khoảng 1.25%, nhu cầu đổi mới thiết bị là 15%, và số lượng nhu cầu thay thế gas R467A là 7%. Từ đó có thể thấy nhu cầu thị trường là vô cùng lớn khi các vấn đề bảo trì máy móc thiết bị ngày càng tăng, đồng thời tiền thuế khi nhập khẩu và mua bán gas R22 ngày một tăng cao

3.1.Lợi ích của khách hàng khi sử dụng dịch vụ cung ứng thiết bị cơ điện lạnh

- Nâng cao chất lượng máy lạnh, tăng tuổi thọ máy, từ đó nâng cao chất lượng cuộc sống.
- Nhanh và tiết kiệm, đáp ứng nhu cầu sửa chữa kịp thời, giảm bớt vật liệu phế thải
- Chất lượng sản phẩm tốt, phục vụ chu đáo, nhiệt tình, tận tâm, chế độ bảo hành hợp lý
- Tiết kiệm chi phí khi thay gas mới, an toàn, dễ sử dụng và không gây ô nhiễm môi trường.

3.2. Khách hàng tiềm năng:

Sản phẩm hướng đến mọi khách hàng cá nhân, các cơ sở hành chính sự nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh,... nhưng trước tiên có thể tập trung vào các đối tượng khách hàng tiềm năng là công ty, xí nghiệp, khách sạn, trường học, siêu thị, cao ốc, nhà, tư nhân, v.v... là các nơi có nhu cầu sử dụng máy lạnh cao và hay cần bảo trì hệ thống.

3.3. Các kênh phân phối đến khách hàng:

Thông qua các công ty điện máy hoặc qua các đại lý và đối tác liên kết. Đồng thời triển khai tổ chức các sự kiện khuyến mãi, ưu đãi cho khách hàng sử dụng dịch vụ.

3.4. Các kênh marketing, tiếp cận đến khách hàng:

Sẽ cung đưa poster quảng cáo về dịch vụ của nhóm cho mọi đối tượng khách hàng và hướng dẫn, tư vấn khách hàng cách các dịch vụ của công ty, quảng cáo trực tiếp và online trên các mạng xã hội đến mọi đối tượng khách hàng có nhu cầu.

3.5. Tổ chức sản xuất, kinh doanh:

Bắt đầu triển khai vào năm 2023. Sau thời gian kiểm nghiệm và hoàn thiện sẽ bắt đầu thành lập pháp nhân và giới thiệu cho các đối tác là các công ty liên kết, có liên quan để sử dụng sản phẩm và quảng cáo sản phẩm rộng rãi tới người dùng qua các kênh quảng cáo khác nhau.

3.6. Chuẩn bị nguồn lực:

Kêu gọi đầu tư từ các mối quan hệ cá nhân hoặc qua tổ chức để có nguồn vốn nhập hàng, thuê mặt bằng và tạo điều kiện tuyển dụng cũng như đào tạo công nhân có tay nghề để thực hiện quá trình lắp đặt và bảo trì sản phẩm sau khi thực hiện dịch vụ..

3.7. Những đối tác kinh doanh chủ yếu:

- ❖ Đầu vào: thông qua Công ty Đăng Hải Anh, chuyên nhập khẩu R467A , đảm bảo cung cấp với giá hợp lý nhưng vẫn đảm bảo chất lượng nhằm giảm giá thành sản phẩm.
- ❖ Đầu ra: Sản phẩm hướng đến mọi khách hàng cá nhân và tổ chức, nhưng trước tiên có thể tập trung vào các đối tượng khách hàng chuyên biệt và tiềm năng như công ty, siêu thị, khách sạn, trường học, ...

3.8. Cơ cấu chi phí:

BẢNG 1: BẢNG TÍNH CHI PHÍ ĐẦU TƯ BAN ĐẦU NĂM 2023

Đvt: đồng

STT	HẠNG MỤC ĐẦU TƯ	SL	ĐVT	GIÁ ĐVT ⁰¹	THÀNH TIỀN
1	Thiết bị làm việc				42,336,000
	Bàn làm việc	4	cái	374,000	1,496,000
	Ghế văn phòng	4	cái	420,000	1,680,000
	Máy vi tính để bàn	4	bộ	9,790,000	39,160,000
2	Biện pháp bán hàng/ thiết bị an ninh				71,390,000
	Máy in hóa đơn Xprinter XP-56IIH	1	máy	600,000	600,000
	Máy vi tính để bàn dùng để thống kê/kế toán	1	bộ	8,790,000	8,790,000
	Trang WEB (phí thiết kế, tên miền ...của phần mềm quản lý Sapo)	12	tháng	3,000,000	36,000,000
	Hệ thống camera	2		1,000,000	2,000,000
	Hệ thống báo động báo cháy...	2		2,000,000	4,000,000
	Biển bạt quảng cáo và các thiết bị khác				20,000,000
3	Các chi phí khác				44,500,000
	Chi phí trang trí nội thất, xây dựng mặt bằng 4x10m	40	m2	1,000,000	40,000,000

	Chi phí đặt cọc 2 tháng thuê mặt bằng	2	tháng	1,000,000	2,000,000
	Lắp đặt điện thoại, internet				2,500,000
			TỔNG CỘNG:		158,226,000

BẢNG 2: BẢNG GIÁ NGUYÊN VẬT LIỆU ĐẦU VÀO CHO 1 SẢN PHẨM

STT	HẠNG MỤC	SỐ LƯỢNG	ĐƠN GIÁ 2023-2024 (VNĐ)	ĐƠN GIÁ 2024-2025 (VNĐ)
1	Bộ dụng cụ vật tư sửa chữa bảo trì.	10	5,000,000	50,000,000
2	Lô Thiết máy lạnh, tủ lạnh cũ và mới	1	350,000,000	350,000,000
3	Ga R467A để thay thế	1	20,000,000	20,000,000
Tổng				420,000,000

BẢNG 3: BẢNG LƯƠNG NHÂN VIÊN DỰ KIẾN TỪ NĂM 2023-2025

Lương năm sau tăng so với năm trước là 10%

NHÂN VIÊN	Số lượng	NĂM 2023	NĂM 2024	NĂM 2025
Nhân viên bán hàng/thu ngân/ marketing	4	384,000,000	422,400,000	464,640,000
Phụ trách lắp đặt và bảo trì	26	2,496,000,000	2,745,600,000	3,020,160,000
TỔNG	30	2,880,000,000	3,168,000,000	3,484,800,000

BẢNG 4: BẢNG CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG NĂM 2023-2025*Chi phí bao bì tăng 10% so với năm trước*

STT	Hạng mục	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025
1	Chi phí bao bì	10,500,000	16,100,000	36,400,000
2	Văn phòng phẩm	2,400,000	2,640,000	2,904,000
3	Chi phí khác	1,290,000	1,874,000	3,930,400
TỔNG CỘNG		14,190,000	20,614,000	43,234,400

BẢNG 5: KẾ HOẠCH KHẤU HAO NĂM 2023-2025

Phương pháp: Khấu hao theo đường thẳng

STT	Hạng Mục	Thời gian KH (năm)	2023	2024
1	Giá trị tài sản đầu kỳ		158,226,000	133,835,429
	Chi phí thiết bị	8	42,336,000	37,044,000
	Chi phí biện pháp bán hàng	7	71,390,000	61,191,429
	Chi phí thiết bị khác	5	44,500,000	35,600,000
2	Khấu hao trong kỳ		24,390,571	20,492,133
	Chi phí thiết bị	8	5,292,000	4,630,500
	Chi phí biện pháp bán hàng	7	10,198,571	8,741,633
	Chi phí thiết bị khác	5	8,900,000	7,120,000
3	Giá trị tài sản cuối kỳ		133,835,429	74,030,929
	Chi phí thiết bị	8	37,044,000	32,413,500
	Chi phí biện pháp bán hàng	7	61,191,429	52,449,796
	Chi phí thiết bị khác	5	35,600,000	28,480,000

3.9. Doanh thu dự kiến:

Năm	Sản phẩm Dịch vụ			
	Đơn giá sửa chữa, bảo trì (VNĐ)	Đơn giá thu đổi thiết bị (VNĐ)	Đơn giá thay thế Ga mới (VNĐ)	Doanh thu năm (VNĐ)
Năm 2023	130,000	400,000	350,000	5,362,500,000
Năm 2024	150,000	450,000	380,000	7,017,875,000
Năm 2025	180,000	500,000	400,000	9,197,500,000

BẢNG 6: TÍNH TOÁN NHU CẦU DỰ KIẾN

Năm	Số lượng thiết bị nhiệt (máy lạnh, tủ lạnh,...) tiêu thụ trung bình hàng năm	Ước lượng nhu cầu sửa chữa, bảo trì trung bình hàng năm (1,25%)	Ước lượng nhu cầu đổi mới thiết bị (15%)	Ước lượng nhu cầu thay thế Ga R467A (số máy) (7%)
Năm 2023	2,000,000	20,000	3,750	1,750
Năm 2024	2,300,000	28,750	4,313	2,013
Năm 2025	2,600,000	32,500	4,875	2,275

BẢNG 7: BẢNG TÍNH TOÁN DOANH THU DỰ KIẾN

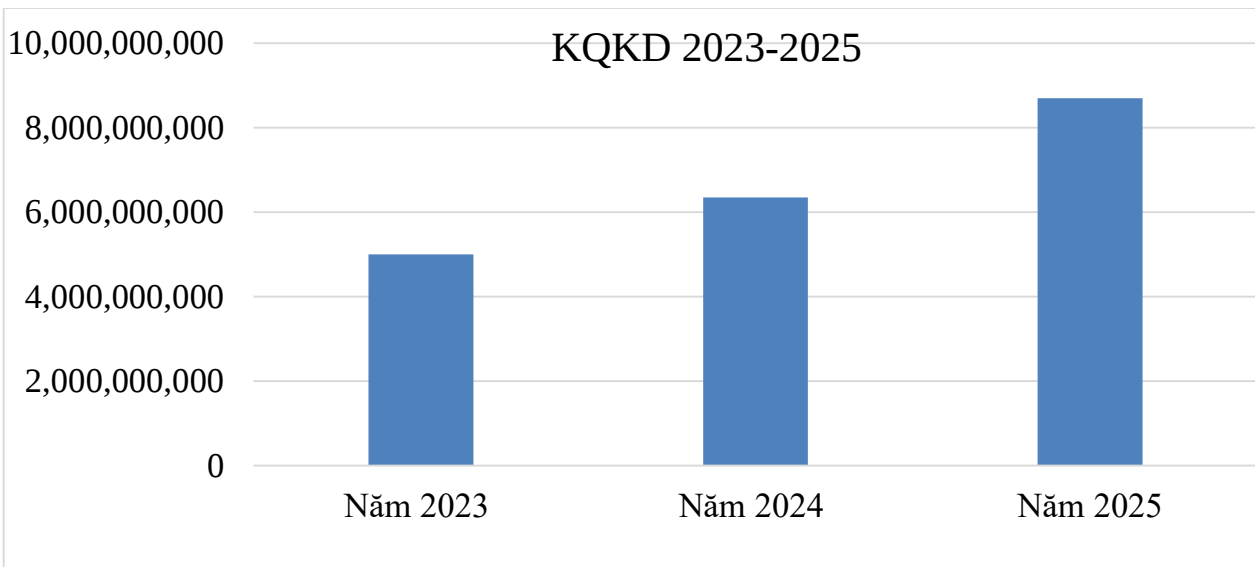
3.10. Hiệu quả dự án:

BẢNG 9 : BẢNG KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2023-2025 DỰ KIẾN

		2023	2024	2025
I	TỔNG DOANH THU	5,290,000,000	7,352,500,000	9,690,000,000
II	TỔNG CHI PHÍ	4,605,884,029	5,529,660,834	6,718,158,833
1	Biến phí	875,000,000	1,055,000,000	1,269,000,000
-	Mua NVL sản phẩm	850,000,000	1,020,000,000	1,224,000,000
-	Chi phí hoạt động	25,000,000	35,000,000	45,000,000
2	Định phí	3,730,884,029	4,474,660,834	5,449,158,833
-	CP tiền lương	2,880,000,000	3,456,000,000	4,147,200,000
-	CP Marketing	500,000,000	600,000,000	780,000,000
-	CP khấu hao	141,835,429	170,202,514	204,243,017
-	CP lãi vay	0	0	0
-	CP thuê mặt bằng	185,048,600	222,058,320	288,675,816
-	CP điện, nước	12,000,000	13,200,000	14,520,000
-	Chi phí điện thoại, internet	12,000,000	13,200,000	14,520,000
III.	Lợi nhuận trước thuế	684,115,971	1,822,839,166	2,971,841,167
-	Thuế TNDN (20%)	136,823,194	364,567,833	594,368,233
-	Đóng BHXH, BHYT, BHTN (21,5%)	147,084,934	391,910,421	638,945,851
IV.	Lợi nhuận sau thuế	400,207,843	1,066,360,912	1,738,527,083

BẢNG 8: BẢNG LƯU CHUYỂN TIỀN MẶT NĂM 2023-2025

NĂM	2023	2024	2025
Tiền mặt có đầu năm	158,226,000	1,518,033,372	622,571,814
Doanh thu bán hàng bằng tiền mặt	5,362,500,000	7,017,875,000	9,197,500,000
Tổng thu bằng tiền mặt	5,362,500,000	7,017,875,000	9,197,500,000
Đầu tư ban đầu	158,226,000		
Chi phí lương	2,880,000,000	3,168,000,000	3,484,800,000
Chi phí quảng cáo/cp khác	147,000,000	161,700,000	177,870,000
Chi phí lãi vay	0	0	0
chi phí điện thoại/internet	12,000,000	13,200,000	14,520,000
Tiền điện/nước	12,000,000	13,200,000	14,520,000
Chi phí hoạt động văn phòng/mặt bằng	96,000,000	105,600,000	116,160,000
Chi phí cấp giấy phép công ty TNHH	4,860,000	5,346,000	5,880,600
Thuế và BH	114,380,628	125,818,691	138,400,560
Chi phí mua hàng	420,000,000	462,000,000	508,200,000
Tổng chi bằng tiền mặt	3,844,466,628	4,054,864,691	4,460,351,160



Hiện nay, nhóm chúng tôi đang thực hiện các quy trình chuẩn bị như thuê mặt bằng và mua một số trang thiết bị cho nhu cầu dịch vụ. Tuy nhiên để phát triển quy mô dịch vụ và tăng doanh thu cho những năm tiếp theo, chúng tôi sẽ mở rộng dự án dịch vụ lên các vùng lân cận TPHCM trong những năm tiếp theo.

4. Tác động của dự án:

- ❖ Nếu dự án được đầu tư mở rộng quy mô, có thể tiềm năng lợi nhuận của dự án rất cao. Vì nhu cầu sử dụng rất lớn, dựa trên số lượng sản phẩm máy lạnh tiêu thụ hàng năm mà trong đó nhu cầu bảo trì, trao đổi và dùng loại gas mới thay thế cho R22 rất cao.
- ❖ Góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống cho mọi người và tiết kiệm chi phí, tiện lợi cho người tiêu dùng.

5. Chiến lược phát triển (năng lực cạnh tranh).

- ❖ Trong năm đầu tiên, nhóm sẽ hợp tác với các công ty điện máy, siêu thị điện máy trong thành phố Hồ Chí Minh để triển khai dịch vụ. Đồng thời nhóm sẽ triển khai hợp tác với công ty TNHH Đặng Hải Anh hợp tác về phần thay thế gas R22 bằng R467A.
- ❖ Từ năm thứ 2 trở đi, nhóm sẽ đẩy mạnh dịch vụ thông qua nhiều hình thức quảng cáo khác nhau (các tỉnh lân cận). Đồng thời tiến hành hợp tác dịch vụ với các công ty điện máy, công ty xây dựng (các tỉnh lân cận), triển khai thay thế gas R22 bằng gas R467A trên các hệ thống lớn. Thiết kế trang web riêng.

BẢNG 7: PHÂN TÍCH SWOT

Điểm mạnh (S) Có chuyên môn trong lĩnh vực.	Nhìn nhận về cơ hội (O) Có thể phát triển nhanh vì nhu cầu thực tế là vô cùng lớn dựa trên nhu cầu tiêu thụ máy lạnh và nhu cầu nâng cao chất lượng không khí trong các không gian làm lạnh của người dân.
Điểm cần khắc phục (W) Tính cạnh tranh cao Cần có ưu thế đặc biệt	Thách thức cần vượt qua (T) Là công ty mới cần có được sự tin tưởng của khách hàng

6. Định hướng tương lai

Định hướng tương lai (kế hoạch 5 năm) của nhóm, sau khi dành thời gian 3 năm đầu tiên cho quảng cáo, bán hàng, lắp đặt, xây dựng chính sách hậu mãi sau bán hàng từ các phản hồi của thị trường và khách hàng. Cũng như hợp tác phát triển và mở rộng mô hình kinh doanh trong nước để đưa sự tiện ích đến khách hàng một cách tốt nhất, hạ được giá thành sử dụng dịch vụ nâng cao tính cạnh tranh, chủ động về mẫu mã và tính đa dạng dịch vụ. Nhóm dự án sẽ tập trung phát triển thêm các sản phẩm và dịch vụ mới liên quan đến trong các lĩnh vực sau :

- Thay thế gas R467A cho các hệ thống lạnh lớn, an toàn và tiện ích hơn .
- Phát triển thêm các dịch vụ cho thuê máy lạnh ở các sự kiện lớn trên toàn quốc...

KẾT LUẬN

Do tình hình nhu cầu sử dụng máy lạnh ngày càng cao trong cộng đồng dân cư và các khu vực khác như khu công nghiệp, nhà hàng, khách sạn, trường học... đã tạo tiền đề và hướng mở rộng cho mô hình kinh doanh, cũng như nhận thức của người dân về lợi ích dịch vụ của dự án. Trong thời gian đầu kinh doanh, việc quảng bá và tiếp cận khách hàng có thể chưa đạt được như mong muốn, có thể là do:

- Rủi ro thứ nhất: Dự báo nhu cầu mua hàng từ khách hàng chưa chính xác, chưa đáp ứng được nhu cầu thiết yếu của khách hàng mục tiêu.
- Rủi ro thứ hai: Trong thời gian đầu kinh doanh, việc quảng bá sản phẩm có thể chưa đạt được như mong muốn, do nhóm là những thành viên chuyên về kỹ thuật.

Từ rủi ro trên, dự án sẽ thực hiện các biện pháp khắc phục rủi ro như sau:

- Thứ nhất, cần cập nhật, phân tích các thông tin phản hồi liên quan đến chất lượng dịch vụ và nhu cầu của khách hàng mục tiêu nhằm đem đến cho khách hàng sự trải nghiệm và mức độ hài lòng cao nhất có thể phục vụ.
- Thứ hai, cần thêm thành viên chuyên về marketing dịch vụ hoặc thuê chuyên gia về vấn đề này để giải thích cho khách hàng lợi ích của dịch vụ.
- Tiếp tục quảng cáo dịch vụ trên các nền tảng công nghệ thông tin, và đồng thời nghiên cứu với các đối tác liên kết để hạ giá thành sản phẩm.

Tóm lại, về lâu dài đây là một dự án sẽ đem lại rất nhiều lợi ích tài chính cho nhóm, đồng thời giúp cho người sử dụng máy lạnh có trải nghiệm dịch vụ tốt nhất, góp phần đem lại lợi ích cho cộng đồng xã hội nói chung. Chính vì vậy, dự án này nên được đầu tư mở rộng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1 <https://nhipsongdoanhnghiep.cuocsongantoan.vn/thuong-truong/viet-nam-la-thi-truong-beo-bo-cua-cac-hang-ban-dieu-hoa-nhiet-do-3511729.html>.
- 2 Kinh doanh trong thời đại 4.0- Nhà xuất bản Kinh tế Quốc dân- Nguyễn Trọng Thuấn dịch.
- 3 Lợi nhuận tốt-Nhà xuất bản Hồng Đức- Nguyễn Phương Lan dịch