



LẬP DỰ ÁN KINH DOANH SHOP THỜI TRANG SINH VIÊN

VĂN THỊ HỒNG NHƯ^{1*}, NGUYỄN MINH LÂU²

Tóm tắt

Mục tiêu của bài viết này là nghiên cứu nhu cầu của khách hàng về hình thức mua quần áo qua Internet, phân tích phương án tài chính của dự án và các yếu tố ảnh hưởng đến việc lập dự án và từ đó lập kế hoạch cho dự án kinh doanh shop thời trang sinh viên tại trường. Bài viết phân tích thị trường, lập kế hoạch kinh doanh và kế hoạch tài chính cho dự án.

Từ khóa: Dự án kinh doanh, ý tưởng khởi nghiệp, sinh viên, trường Đại học Cửu Long

Abstract

The objective of this study is to study the needs of customers about the form of buying clothes via the Internet, analyze the financial plan of the project and the factors affecting the project planning, and then make a plan for the project. Student fashion shop business project at school. The topic has analyzed the market, made a business plan and a financial plan for the project.

Keywords: project planning; Start-up ideas, students; Cuu Long University.

1. Giới thiệu

Theo nhịp sống hiện đại phần lớn giới trẻ tìm đến thời trang với mong muốn thời trang làm cho họ đẹp hơn, có được sự thu hút từ mọi ánh nhìn và tự tin hơn trong giao tiếp cũng như thể hiện sự tôn trọng đối với người khác. Hiểu được những nhu cầu thiết yếu trên không chỉ đối với giới trẻ mà chính các bạn sinh viên tại trường Đại học Cửu Long là những người trẻ đang trong quá trình hoàn thiện bản thân nên việc xây dựng ngoại hình là điều mà các bạn quan tâm nhất. Bản thân tác giả đã và đang sinh

sống tại Vĩnh Long rất nhiều năm qua nhưng dường như việc đi tìm một shop thời trang để chọn lựa các trang phục phù hợp với sinh viên cụ thể là về phong cách, về xu hướng, về môi trường và cũng như về giá cả,...thì chưa có nhiều shop đáp ứng được nhu cầu trên. Để giải pháp cho vấn đề trên cũng như nhu cầu thiết yếu của các bạn sinh viên trường Đại học Cửu Long nói riêng và giới trẻ nói chung. Tác giả đã khởi xướng mô hình kinh doanh shop thời trang sinh viên tại trường Đại học Cửu Long với hình thức bán hàng trực tiếp và bán hàng gián tiếp (Online). Mô hình dự án này góp phần vào vốn kiến thức lý luận, thực tiễn việc lập dự án kinh doanh cho sinh viên trường Đại học Cửu Long.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu nhu cầu của khách hàng về hình thức mua quần áo qua Internet, phân tích

¹ Sinh viên khóa 19 ngành Quản trị kinh doanh - khóa 19, Trường Đại học Cửu Long

² Giảng viên Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Cửu Long

* Người chịu trách nhiệm về bài viết: Văn Thị Hồng Như (Email: hongnhu248@gmail.com)

phương án tài chính của dự án và các yếu tố ảnh hưởng đến việc lập dự án, từ đó lập dự án kinh doanh shop thời trang dành cho sinh viên tại trường Đại học Cửu Long.

3. Phương pháp nghiên cứu

Sử dụng phương pháp thống kê mô tả với các chỉ tiêu như tỉ lệ, tần suất, trung bình... để trình bày một cách tổng quát về nhu cầu của khách hàng với hình thức kinh doanh shop thời trang sinh viên tại trường Đại học Cửu Long. Từ kết quả phân tích kết hợp với phương pháp tham vấn ý kiến chuyên gia tác giả lên kế hoạch cho dự án kinh doanh shop thời trang sinh viên.

4. Lập dự án

Căn cứ vào tình hình thực tế và nhu cầu của khách hàng tác giả thực hiện dự án, với mô hình ban đầu rất nhỏ, để tìm ra thị hiếu của khách hàng và tình hình chung của khu vực để từ đó tác giả phát triển lên mô hình lớn và kinh doanh theo qui mô lớn.

Qui mô dự án

- Tên dự án: Shop thời trang sinh viên
- Vốn đầu tư ban đầu: 100.000.000 đồng
- Địa chỉ: Trường Đại học Cửu Long, Quốc lộ 1A, xã Phú Quới, huyện Long Hồ, tỉnh Vĩnh Long
- Diện tích mặt bằng: dài 15m, rộng 7m
- Chức năng: Kinh doanh các sản phẩm quần áo thời trang dành cho sinh viên
- Mục tiêu hoạt động:
 - + Đáp ứng nhu cầu về các sản phẩm thời trang sinh viên tại trường Đại học Cửu Long và giới trẻ hiện nay.
 - + Là nơi thu hút khách hàng lớn mạnh trên địa bàn Vĩnh Long và trong khu vực
 - + Trở thành địa điểm cung ứng thời trang uy tín, chất lượng
 - + Phát triển thành hệ thống kinh doanh

chuỗi thời trang sinh viên

+ Mang đến lợi nhuận cho những người tham gia kinh doanh

Phương thức tiến hành

Mô hình tác giả thực hiện bán hàng trực tiếp tại cửa hàng từ 8h00 đến 20h00 và đồng thời bán hàng qua mạng livestream trực tiếp trên các trang mạng xã hội (như Facebook, Youtube,...) vào khung giờ 11h30 - 13h00 và 17h00 - 20h00.

Về nguồn hàng qua phân tích các ưu nhược điểm của một số nguồn hàng hiện nay trên thị trường thành phố Hồ Chí Minh, cũng như căn cứ vào tình hình thực tế (các shop có quy mô vừa và nhỏ trên thị trường này có nguồn hàng chủ yếu là từ các chợ đầu mối) tác giả quyết định lựa chọn hai nguồn hàng chính của shop là Chợ An Đông và Chợ Tân Bình.

Các sản phẩm dự kiến, nhìn chung vào tình hình thực tế hiện nay cũng như nhu cầu về xu hướng thời trang của giới trẻ, tác giả đề xuất cho dự án các sản phẩm như bảng 1 như sau:

Bảng 1: Danh mục các sản phẩm của dự án

STT	Tên sản phẩm
1	Áo thun phong Nam
2	Áo thun phong Nữ
3	Áo sơ mi nữ
4	Áo kiểu nữ
5	Chân váy
6	Quần short Nữ
7	Quần jean
8	Quần tây công sở nữ
9	Đầm công sở
10	Đầm dạo phố
11	Đồ bộ Pijama

(Nguồn: Tác giả nghiên cứu)



Nhằm đáp ứng nhu cầu thị hiếu của khách hàng mục tiêu của dự án là các sinh viên các hệ đang học tập và làm việc tại trường, sản phẩm của cửa hàng luôn được cập nhật và thay đổi phù hợp với phong cách thời trang cũng như độ tuổi. Vì tính chất của sản phẩm luôn thay đổi nên dự kiến sẽ lấy hàng mỗi tháng 1 lần để đảm bảo chất lượng.

5. Kế hoạch bán hàng

Có 2 hình thức bán hàng đó là: Phân phối trực tiếp đến tay người tiêu dùng thông qua việc bán hàng trực tiếp tại cửa hàng và giao hàng tận nơi cho khách hàng thông qua các đơn vị vận chuyển khi khách hàng ở xa. Với dự án của shop là bán hàng trực tiếp tại cửa hàng kết hợp bán livestream qua mạng Internet, cho nên tác giả vận dụng 2 hình thức phân phối trên.

Tác giả thực hiện bán hàng trực tiếp tại cửa hàng từ 8h00 đến 20h00 và đồng thời bán hàng qua mạng livestream trực tiếp trên các trang mạng xã hội (như Facebook, youtube,...) vào khung giờ 11h30 - 13h00 và 17h00 - 20h00.

6. Kế hoạch nhân sự

Dự toán ban đầu cửa hàng có 4 thành viên, trong đó 1 quản lý cửa hàng và 3 nhân viên bán hàng làm việc part time theo ca gồm 3 ca làm việc mỗi ca 4 tiếng. Cơ cấu tổ chức nhân sự của cửa hàng được thực hiện khá đơn giản, bởi vì cửa hàng chỉ thực hiện hoạt động kinh doanh với qui mô nhỏ nên chọn mô hình như trên góp phần giảm thiểu chi phí.

7. Lập kế hoạch tài chính

- Lập kế hoạch doanh thu

Bảng 2: Doanh thu dự kiến tháng 1

Dự kiến trong tháng đầu tiên cửa hàng tiêu thụ tổng sản lượng là 285 sản phẩm, dựa
 ĐVT: VND

Tên sản phẩm	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
Áo thun phong Nam	40	80.000	3.200.000
Áo thun phong Nữ	40	80.000	3.200.000
Áo sơ mi nữ	30	150.000	4.500.000
Áo kiểu nữ	50	110.000	5.500.000
Chân váy	20	120.000	2.400.000
Quần short Nữ	20	80.000	1.600.000
Quần jean	30	150.000	4.500.000
Quần tây công sở nữ	20	140.000	2.800.000
Đầm công sở	10	350.000	3.500.000
Đầm dạo phố	10	210.000	2.100.000
Đồ bộ Pijama	15	120.000	1.800.000
Tổng Cộng	285		35.100.000

(Nguồn: Tác giả tính toán)

trên quá trình nghiên cứu và tìm hiểu về nhu cầu cũng như thị hiếu của khách hàng. Với các sản phẩm và mẫu mã đa dạng cùng với sự kết hợp 2 hình thức thực hiện hoạt động kinh doanh, cho nên tổng doanh thu tháng 1 là 35.100.000 đồng hoàn toàn hợp lý.

Doanh thu từ tháng 1 đến tháng 6 liên tục tăng trưởng, trong đó ước tính từ tháng 4 - tháng 6 lượng khách hàng dần ổn định nên tác động trực tiếp đến doanh thu, vì thế lượng sản phẩm tiêu thụ cũng tăng đều mỗi tháng lên 20% sản phẩm so với tháng 3. Nhưng đến tháng 7, tháng 8 có chiều hướng giảm lại 5% so với tháng 6, vì thời gian này các bạn sinh viên tại trường rơi vào dịp nghỉ hè, ước tính

có đến một nửa lượng sinh viên của trường được nghỉ học và về quê, cho nên ảnh hưởng đến khách hàng mục tiêu tại chỗ của cửa hàng. Cuối tháng 8, bước sang đầu tháng 9 là thời điểm vào mùa tựu trường, đây là lúc các bạn sinh viên mới sẽ nhập học và các bạn sinh viên cũ sẽ quay trở lại trường tiếp tục học, vì vậy lượng khách hàng tại chỗ sẽ chuyển biến theo chiều hướng tích cực tác động mạnh mẽ đến doanh thu của cửa hàng cũng như sản phẩm tiêu thụ sẽ tăng lên 30% so với tháng 8 và tăng đều đến 3 tháng cuối năm đây cũng là thời điểm rất thu hút khách hàng, hầu hết mọi người đều có nhu cầu mua sắm quần áo mới để đón tết.

Doanh thu các tháng được tính như sau:

Bảng 3: Doanh thu qua các tháng

ĐVT: VND

Tháng 1	35.100.000	Tháng 7	56.000.000
Tháng 2	39.300.000	Tháng 8	56.000.000
Tháng 3	48.800.000	Tháng 9	72.960.000
Tháng 4	59.700.000	Tháng 10	72.960.000
Tháng 5	59.700.000	Tháng 11	72.960.000
Tháng 6	59.700.000	Tháng 12	72.960.000

(Nguồn: Tác giả tính toán)

Bảng 4: Doanh thu dự kiến trong 4 năm đầu

ĐVT: VND

Tên hạng mục	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4
Doanh thu	706.140.000	847.368.000	1.016.841.600	1.220.209.920

(Nguồn: Tác giả tính toán)

Doanh thu dự kiến từ năm 2,3 và năm 4 với số lượng sản phẩm đa dạng và có được vị thế trong lòng khách hàng nên từ đó doanh thu tăng lên 20% so với năm nhất.

- Lập kế hoạch chi phí

**Bảng 5: Giá vốn hàng bán**

ĐVT: VND

Tên sản phẩm	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
Áo thun phong Nam	40	40.000	1.600.000
Áo thun phong Nữ	40	40.000	1.600.000
Áo sơ mi nữ	30	110.000	3.300.000
Áo kiểu nữ	50	70.000	3.500.000
Chân váy	20	80.000	1.600.000
Quần short Nữ	20	40.000	800.000
Quần jean	30	110.000	3.300.000
Quần tây công sở nữ	20	100.000	2.000.000
Đầm công sở	10	310.000	3.100.000
Đầm dạo phố	10	170.000	1.700.000
Đồ bộ Pijama	15	80.000	1.200.000
Tổng Cộng	285		23.700.000

(Nguồn: Tác giả tính toán)

Bảng 6: Giá vốn hàng bán dự kiến dự kiến trong 4 năm đầu

ĐVT: VND

Tên hạng mục	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4
Sản phẩm	483.700.000	580.440.000	696.528.000	835.833.600

(Nguồn: Tác giả tính toán)

Giá vốn hàng bán dự kiến từ năm 2,3 và năm 4 tăng lên 20% so với năm nhất

Bảng 7: Tổng chi phí hoạt động trong 4 năm đầu

ĐVT: VND

Tên hạng mục	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4
Điện	720.000	720.000	720.000	720.000
Nước	360.000	360.000	360.000	360.000
Phòng	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Internet	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Chi phí vận chuyển	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000

Chi phí Marketing	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Chi phí điện thoại	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Chi phí khác	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Thuế môn bài	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Hàng hóa	483.700.000	580.440.000	696.528.000	835.833.600
Lương quản lý	48.000.000	50.400.000	52.800.000	55.200.000
Lương nhân viên bán hàng	64.800.000	68.400.000	72.000.000	86.400.000
Chi phí đầu tư cố định	26.285.000	0	0	0
Tổng cộng	645.265.000	721.720.000	843.808.000	989.113.600

(Nguồn: Tác giả tính toán)

Trong 4 năm đầu mọi chi phí cơ sở vật chất đều ở mức ổn định. Từ khoảng hàng hóa cho đến lương nhân viên bán hàng có sự biến động, vì cửa hàng ngày càng phát triển nên chi phí hàng hóa cũng được tăng lên để thúc đẩy doanh thu và lợi nhuận một cách tốt nhất, đồng thời chi phí lương tăng theo nhằm động viên và mang đến chế độ đãi ngộ tốt để nguồn

nhân lực của cửa hàng làm việc hiệu quả mang đến lợi ích cho cửa hàng.

- Lợi nhuận dự kiến

Theo như tác giả đã tính toán về doanh thu và chi phí trong 4 năm đầu thì lợi nhuận dự kiến sẽ được thể hiện qua bảng 8 như sau:

Bảng 8: Bảng báo cáo thu nhập

ĐVT: VND

Năm	1	2	3	4
Tổng doanh thu	706.140.000	847.368.000	1.016.841.600	1.220.209.920
Tổng chi phí	645.265.000	721.720.000	843.808.000	989.113.600
Khấu hao	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000
EBIT	35.875.000	100.648.000	148.033.600	206.096.320
Lãi vay	6.000.000	4.500.000	3.000.000	1.500.000
EBT	29.875.000	96.148.000	145.033.600	204.596.320
Thuế TNDN (25%)	7.468.750	24.037.000	36.258.400	51.149.080
Thu nhập ròng	22.406.250	72.111.000	108.775.200	153.447.240

(Nguồn: Tác giả tính toán)

**Bảng 9: Bảng báo cáo ngân lưu**

ĐVT: VND

Năm	0	1	2	3	4
1. Ngân lưu vào	0	706.140.000	847.368.000	1.016.841.600	1.220.209.920
Doanh thu	0	706.140.000	847.368.000	1.016.841.600	1.220.209.920
2. Ngân lưu ra	100.000.000	652.733.750	745.757.000	880.066.400	1.040.262.680
- Tổng chi phí	0	645.265.000	721.720.000	843.808.000	989.113.600
- Thuế TNDN	0	7.468.750	24.037.000	36.258.400	51.149.080
3. Ngân lưu ròng	-100.000.000	53.406.250	101.611.000	136.775.200	179.947.240

(Nguồn: Tác giả tính toán)

Qua bảng 9 báo cáo ngân lưu cho thấy ngân lưu ròng luôn tăng trưởng qua các năm cũng từ kết quả này tác giả tính toán được NPV dương 258.194.787,8 đồng và IRR là 12%, thời gian hòa vốn là 1 năm 7 tháng 6 ngày. Cả ba chỉ tiêu cho thấy đây là dự án có thể thực hiện đầu tư được.

8. Kết luận

“Lập dự án kinh doanh shop thời trang sinh viên” là nghiên cứu nhu cầu của khách hàng về hình thức mua quần áo qua Internet, phân tích thị trường, lập kế hoạch kinh doanh và kế hoạch tài chính cho dự án, phân tích phương án tài chính của dự án và các yếu tố ảnh hưởng đến việc lập dự án kinh doanh shop thời trang sinh viên tại trường Đại học Cửu Long. Kết quả đánh giá được hiệu quả tài chính của dự án là khả thi và tạo được việc làm cho sinh viên của trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Mai Văn Bưu & cùng cộng sự, *Giáo trình lý thuyết quản trị kinh doanh*, Đại học Kinh tế quốc dân, năm 1994;
- [2] Lê Phong Châu & cùng cộng sự, *Phân*

tích tài chính dự án, Đại học Kinh tế quốc dân, năm 2016;

- [3] Ngô Thị Bích Chi, *Nghiên cứu hành vi mua sắm quần áo của sinh viên khóa 8 khoa Kinh Tế - Quản Trị Kinh Doanh Trường Đại Học An Giang*, Đại học An Giang, Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, năm 2010;
- [4] Đặng Tây Đô, *Dự án xây dựng Nhà máy xử lý rác thải Gò Công*, Đại học Cần Thơ, Khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh, năm 2007;
- [5] Trần Đoàn Lâm & cùng cộng sự, *Hướng dẫn lập kế hoạch kinh doanh*, Nhà xuất bản Lao động, Hà Nội, năm 2010;
- [6] Lê Nguyên Lộc, *Nghiên cứu hành vi mua sắm trực tuyến trên smartphone của người tiêu dùng tại Tp. Hồ Chí Minh*, Đại học Kinh Tế Tp. Hồ Chí Minh, Khoa Kinh doanh thương mại, năm 2016;
- [7] Đào Hữu Mạnh, *Nghiên cứu hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng đối với sản phẩm quà tặng*, Đại học Huế, Khoa Quản trị kinh doanh, năm 2016;

[8] Bùi Huy Quang, *Lập dự án tiền khả thi mở cửa hàng bán đồ chơi thông minh cho trẻ em*, Đại học dân lập Hải Phòng, Quản trị doanh nghiệp, năm 2011;

[9] Phạm Thị Thủy & cùng cộng sự, *Dự án kinh doanh cửa hàng kem tự chọn_ ICE-CREAM*, Đại học Nông nghiệp Hà Nội, năm 2018;

[10] Ngô Thị Thanh Tiên & cùng cộng sự,

“Tổng quan về lý thuyết ý định khởi nghiệp của sinh viên”, Đại học Mở Tp Hồ Chí Minh, Tạp chí khoa học, năm 2016;

[11] Lê Ngọc Đoàn Trang, *Giáo trình Marketing căn bản*, Nhà xuất bản Cần Thơ, năm 2016.

Ngày nhận bài: 29/08/2021

Ngày gửi phản biện: 29/08/2021

Ngày duyệt đăng: 15/09/2021