**Đại học Quốc gia Hà Nội**

**Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân Văn**

🙡🕮🙣

Tiểu luận cuối kỳ

**Lý Thuyết Quyết Định**

Đề bài: Đặt tình huống, lập một công ty (công ty phát triển theo một số gia đoạn) phân tích để đưa ra các chiến lược của công ty.

**Mục lục**

**Trang**

Mở đầu 3

Phần I. Giai đoạn khởi nghiệp 4

1. Phân tích SWOT 4
2. Đưa ra chiến lược dựa trên các cách tiếp cận quyết định 6
3. Ra quyết định 8

Phần II. Giai đoạn phát triển 8

1. Phân tích SWOT 8
2. Đưa ra chiến lược dựa trên các cách tiếp cận 10
3. Ra quyết định 12

**Mở đầu**

Cuộc đời là một quá trình chia ra nhiều chặng đường. Ở mỗi chặng đường, chúng ta sẽ phải đưa ra quyết định lựa chọn cái này hay cái khác. Như một chuyên gia đào tạo kỹ năng mềm từng nói: cuộc đời là một chuỗi quyết định phải đưa ra. Có những quyết định làm cho con người ta trở nên giàu có và thành công hơn. Nhưng cũng có những quyết định làm cho người ta tán gia bại sản, thất bại nghiêm trọng. Thế nhưng, nếu cứ lo sợ không dám đưa ra quyết định, sợ những điều xấu xảy ra với mình mà không dám đưa ra quyết định thì bạn sẽ mãi không bao giờ tiến bộ.Vậy có cách nào để đưa ra quyết định mà tỉ lệ thành công cao không? Có thể đưa ra quyết định đúng đắn theo sơ đồ dưới đây:

(SOₗ) (SO₂) ...(SOₙ)

S W

O T

Được

Mất

(STₗ) (ST₂) ...(STₙ) vào ra

Đối tượng

(WOₗ) (WO₂) ...(WOₙ)

(WTₗ) (WT₂) ...(WTₙ)

Trong đề tài tiểu luận, tôi xin dựa trên sơ đồ trên để đưa ra quyết định thành lập và phát triển nhà hàng chuyên các món ăn Nhật Bản tại Thanh Hóa

Phần I. Giai đoạn khởi nghiệp

Mô hình phân tích SWOT là một công cụ hữu dụng được sử dụng nhằm hiểu rõ Điểm mạnh ( Strengths), Điểm yếu ( Weaknesses), Cơ hội ( Opportunities) và Nguy cơ ( Threats) trong một dự án hoặc tổ chức kinh doanh. Thông qua phân tích SWOT, doanh nghiệp sẽ nhìn rõ mục tiêu của mình cũng như các yếu tố trong và ngoài tổ chức có thể ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực tới mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra. Trong quá trình xây dựng kế hoạch chiến lược, phân tích SWOT đóng vai trò là một công cụ căn bản nhất, hiệu quả cao giúp bạn có cái nhìn tổng thể không chỉ về chính doanh nghiệp mà còn những yếu tố luôn ảnh hưởng và quyết định tới sự thành công của doanh nghiệp bạn

Chính vì thế, sau đây tôi xin phân tích SWOT của mình để từ đó đi đến quyết định thành lập Nhà hàng chuyên các món ăn Nhật Bản tại Thanh Hóa

1. **Phân tích SWOT**
2. ***Điểm mạnh (Strengts)***

* Được học và đào tạo chế biến nấu ăn tại Nhật Bản và có bằng tốt nghiệp Học Viện Hattori Nhật Bản – là trường đào tạo chuyên gia dinh dưỡng, nấu ăn đầu tiên tại ở Nhật.
* Tôi có một nhóm bạn thân cùng đam mê kinh doanh và đam mê ẩm thực Nhật bản, chính vì vậy, đội ngũ nhân viên sẽ rất nhiệt tình và tận tâm với công việc.
* Tốt nghiệp chuyên ngành quản lý, tôi có đủ khả năng và kinh nghiệp để quản lý Nhà hàng của mình.
* Là thế hệ 9x, chúng tôi đủ trẻ, năng động, thành thạo công nghệ thông tin và có thể cập nhập nhanh xu hướng của giới trẻ.
* Sản phẩm của tôi có nét độc đáo, đúng chất, đúng vị của món ăn Nhật Bản, mà những nhà hàng khác không có được
* Có nguồn cung ứng nguyên liệu đầu vào.
* Địa bàn hoạt động nằm ở trung tâm thành phố.

1. ***Điểm yếu (Weaknesses)***

* Là những người bắt đầu khởi nghiệp, vấn đề tài chính, nguồn vốn còn khá hạn hẹp
* Chưa có thương hiệu, tên tuổi, chỗ đứng trên thị trường
* Chưa hình thành được các mối quan hệ làm ăn, những đối tác trong kinh doanh.

1. ***Cơ hội (Opportunities)***

* Tại địa bàn, những nhà hàng chuyên đồ ăn Nhật Bản còn rất ít, hầu hết là không chuyên.Theo khảo sát thì những món ăn của những nhà hàng đó đều là tự học và không qua trường lớp, không mang vị của Nhật Bản
* Với thời đại phát triển công nghệ thông tin, thì người người dùng mạng xã hội
* Tâm lý thích check in đồ ăn ngon tại các địa điểm đẹp
* Món ăn Nhật Bản rất đa dạng và có nhiều cách chế biến phù hợp với từng độ tuổi. Như vậy, có nghĩa là, già trẻ, gái trai, phụ nữ mang bầu đều có thể dùng.
* Thị trường cung cấp nguyên liệu đa dạng và rẻ.
* Nhà nước khuyến khích và hỗ trợ những doanh nghiệp khởi nghiệp

1. ***Thách thức (Threats)***

* Thị trường ăn uống rất rộng lớn, chính vì vậy có nhiều sản phẩm và dịch vụ đáp ứng một nhu cầu là ăn uống
* Các đối thủ cạnh tranh rất đa dạng: những đối thủ cùng là về món ăn Nhật Bản, những nhà hàng Hàn, Việt, Thái,...
* Nền kinh tế ngày càng suy thoái, thu nhập của người dân ngày càng thấp

1. **Đưa ra các chiến lược dựa trên các cách tiếp cận quyết định**

Từ mô hình SWOT, ta có thể hình thành 4 chiến lược. Thứ nhất, chiến lược SO là quyết định theo thế mạnh tận dụng những cơ hội thuận lợi. Thứ hai, chiến lược ST là quyết định theo thế mạnh trong hoàn cảnh khó khăn. Thứ ba, chiến lược WO là quyết định theo thế yếu tận dụng cơ hội thuận lợi. Thứ tư, chiên lược WT là quyết định theo thế yếu ứng phó với hoàn cảnh khó khăn.

Các cách tiếp cận của quyết định gồm: theo đầu ra, theo đầu vào, tiếp cận theo hộp trắng, tiếp cận theo hộp đen, môi trường và điểm nghẽn của hệ thống.

Như vậy, theo đó, có thể đưa ra:

**Chiến lược SO:**

* Theo tiếp cận đầu vào:
* Thuê đội ngũ kiến trúc sư, thiết kế, trang trí không gian mang phong cách Nhật Bản

Đánh giá: Tạo được không gian, địa điểm đẹp cho mọi người đến quán check in. Tuy nhiên, việc thuê như vậy sẽ tốn kém, mặt khác tài chính đang hạn hẹp. Việc quyết định như vậy có thể gây ảnh hưởng ít nhiều đến tài chính, ảnh hưởng đến những nguồn chi khác.

Chuyển hóa rủi ro: Tự thiết kế, tự làm. Đây có thể tạo nên một nét riêng biệt, độc đáo của nhà hàng, mà không bị trùng lặp.

* Mở rộng dịch vụ bán hàng trên các trang mạng xã hội, chạy chương trình quảng cáo.

Đánh giá: Thành thạo công nghệ thông tin thêm vào đó và hiện nay mọi người đều sử dụng mạng xã hội, nên việc chạy quảng cáo sẽ giúp cho nhiều người biết đến nhà hàng của mình, từ đấy, khách hàng ngày một nhiều.

* Xây dựng văn hóa nhà hàng: cách phục vụ, đồng phục của nhân viên.

Đánh giá. Sự thành công của một doanh nghiệp còn nằm ở văn hóa của doanh nghiệp đó. Khi nhìn vào nhà hàng, bộ mặt nhân viên phản ánh trực tiếp chất lượng của nhà hàng, chính vì thế, xây dựng văn hóa phục vụ sẽ giúp khách hàng nhìn thấy sự chuyên nghiệp, an tâm và tin tưởng về nhà hàng.

* Theo cách tiếp cận hộp trắng:
* Xây dựng một công thức đặc biệt,quy trình chế biến, bí quyết chỉ có món ăn ở nhà hàng mình mới có.

Đánh giá: Bởi vì được học và tốt nghiệp một trường nấu ăn nổi tiếng bên Nhật, nên việc học hỏi và đúc rút được những kinh nghiệm truyền thống của người Nhật là việc có thể dễ dàng làm được, trong khi đó những nhà hàng khác thì các món ăn không được học bài bản, có trường lớp. Chính vì thế, việc đúc ra công thức đặc biệt sẽ nâng cao chất lượng sản phẩm và thu hút khách hàng.

* Theo đầu ra:
* Đầu tư vào quảng bá sản phẩm, mở cách chương trình khuyến mãi theo combo, chương trình ăn càng nhiều càng rẻ,...

Đánh giá: Thu hút khách hàng. Tuy nhiên, khả năng hòa vốn sẽ cao, không thu được lợi nhuận.

**Chiến lược ST:**

* Theo tiếp cận đầu vào
* Lên dự án kinh doanh, tìm các đối tác làm ăn

Đánh giá: Có kinh nghiệp quản lý và bằng cấp trong ngành chế biến món ăn Nhật thì việc tìm các đối tác làm ăn, để học đầu tư vào sẽ giúp cho mình có vốn, có những mối quan hệ rộng, điều đấy rất có lợi khi chúng ta đang phải đối mặt với nhiều đối thủ cạnh tranh

**Chiến lược WO:**

* Theo đầu vào:
* Tìm những đầu mối rẻ, thiết lập quan hệ đối tác lâu dài.

Đánh giá: Với việc tài chính hạn hẹp thì việc thị trường có nhiều nguồn cung cấp nguyên liệu rẻ là một cơ hội. Nắm bắt cơ hội đó, nên tạo mối quan hệ, trở thành đối tác.

* Vay vốn ngân hàng.

Đánh giá: Thiếu tài chính trong khi đó, Nhà nước rất ủng hộ và có chính sách khuyên khích các doanh nghiệp, vì vậy, việc vay vốn ngân hàng sẽ rất dễ, từ nguồn tài chính đấy, sẽ mở rộng và nâng cấp thêm hệ thống của nhà hàng.

1. **Ra quyết đinh**

Như vậy, căn cứ vào những phương án trên, quyết định thành lập Nhà hàng chuyên các món ăn Nhật tại trung tâm thành phố Thanh Hóa.

**Phần II. Giai đoạn phát triển**

Sau 3 năm đi vào hoạt động, nhà hàng chuyên các món ăn Nhật Bản của chúng tôi đã có thương hiệu trên thị trường. Dự báo được tương lai, chúng tôi tiếp tục phân tích đưa ra những chiến lược rồi đưa đến quyết định cho chặng đường tiếp theo của nhà hàng.

1. **Phân tích SWOT**
2. ***Điểm mạnh***

* Là một trong những nhà hàng có thương hiệu trên địa bàn thành phố Thanh Hóa. Trong những năm thành lập và phát triển, nhà hàng chúng tôi đã được người dùng công nhận là một trong những nhà hàng ngon, rẻ đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trong toàn thành phố. Điều này thể hiện qua doanh số bán hàng, lượng khách hàng đến hàng ngày, và số lượt theo dõi fanpage của nhà hàng
* Lợi nhuận tăng cao. Doanh thu của nhà hàng đạt đến 3 tỉ trên 1 năm. Điều này đã giúp cho nhà hàng có một vốn tài chính lớn
* Văn hóa phục vụ tốt, luôn đặt khách hàng lên hàng đầu. Triết lý kinh doanh của nhà hàng là: “ Sống và cống hiến vì khách hàng”.
* Đội ngũ nhân viên giàu kinh nghiệm, nhiệt tình
* Người lãnh đạo có khả năng, năng lực kinh doanh và nhìn nhận thị trường tốt
* Có mối quan hệ rộng, có nhiều đối tác làm ăn

1. ***Điểm yếu***

* Chủ yếu tập trung tại trung tâm thành phố, chưa có sự phân khúc
* Không có sự đổi mới trong thực đơn
* Quy mô nhà hàng còn nhỏ, hệ thống nhà hàng chưa có sự đầu tư để đổi mới
* Một số món ăn trong nhà hàng đang có sự giảm sút, khách hàng không ưa chuộng.
* Không có nguồn khách hàng mới
* Giá của quán còn khá cao so với những đối thủ cạnh trạnh khác.

1. ***Cơ hội***

* Sự mở rộng của thị trường quốc tế đang trong giai đoạn đầu, vẫn còn rất nhiều chỗ trống trong những thị trường mới nổi.
* Tăng trưởng về thu nhập bình quân (GDP) tại thị trường Việt Nam
* Mạng Internet ngày càng phát triển, người dân đều thành thạo các trang mạng xã hội.
* Nhu cầu của thị trường ngày càng mở rộng
* Sự lơ là của các đối thủ cạnh tranh
* Khách hàng chú trọng đến hình thức và cách phục vụ.

1. ***Thách thức***

* Sức ép của các nhà cung cấp cũ: có thể tăng giá hoặc giảm chất lượng sản phẩm
* Đối thủ cạnh tranh ngày càng nhiều và đa dạng
* Giá sản phẩm của đối thủ có giá thấp hơn
* Hàng hóa dễ có sản phẩm thay thế: khách hàng thay vì ăn đồ Nhật thì có thể dùng đồ Hàn, Thái, ...
* Khách hàng có tâm lý thích những cái mới.

1. **Đưa ra chiến lược dựa trên các cách tiếp cận quyết định**

Dựa trên mô hình SWOT về hình hình của nhà hàng sau 3 năm hoạt động, có thể đưa ra những chiến lược tiếp theo như sau:

**Chiến lược SO**

Theo đầu vào:

* Mở rộng quy mô sản xuất, tuyển thêm những nhân viên có kinh nghiệp, bằng cấp trong lĩnh vực đồ ăn Nhật.

Đánh giá: Với việc đã có thương hiệu trên địa bàn thì việc mở rộng, phát triển quy mô sẽ giúp tăng thêm lợi nhuận. Tuy nhiên,phần trăm nhỏ có thể là làm ăn không thuận lợi, không có khách hàng, kéo theo đó là tuyển thêm nhân viên, như vậy, lỗ sẽ càng lỗ.

Chuyển hóa rủi ro:tận dụng những mối quan hệ đã xây dựng trước đó có thể kêu gọi những nhà đầu tư, như vậy, việc ảnh hưởng đến tài chính nhà hàng sẽ được giảm bớt.

* Chú trọng bồi dưỡng, đào tạo nhân viên.

Theo hộp trắng:

* Thiết lập công thức, tiêu chuẩn cụ thể, cho người giám sát

Đánh giá: Các công đoạn, quy trình sản xuất còn rời rạc, không có sự liên kết, gây khó khăn lớn trong việc tạo ra sản phẩm chuẩn vị chuẩn mùi, chuẩn chất lượng. Vì vậy, cần phải có một đưa ra một quy trình rõ ràng và yêu cầu nhân viên phải làm giống từng tỉ lệ, quá trình đó sẽ có người giám sát. Như vây, sản phẩm làm ra mới đúng chuẩn yêu cầu. Tuy nhiên, việc cho người giám sát vào quá trình làm sẽ gây sự áp lực, không thoải mái cho nhân viên.

Theo đầu ra:

* Tiếp tục đầu tư vào việc quảng cáo sản phẩm như quảng cáo trên các trang mạng xã hội, báo,đài và phát tờ rơi tại các tụ điểm trường học ở các khu vực lân cận, ngoài trung tâm thành phố

Đánh giá: Nhà hàng sẽ được biết đến nhiều hơn với mọi người, tuy nhiên,chi phí lại khá cao.

**Chiến lược ST**

Theo đầu vào:

* Ký hợp đồng hợp tác với nhiều cung ứng

Đánh giá: Tận những những mối quan hệ trong làm ăn, nhờ tìm kiếm giới thiệu những nơi cung cấp nguồn nguyên liệu rẻ, chất lượng để tránh lại sức ép của nhà cung cấp cũ.

* Cử người đi học, đào tạo thêm ở Nhật Bản

Đánh giá: Vì khách hàng có xu hướng thích cái mới, k ưa chuộng các cũ kết hợp với đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm, nhiệt tình và đam mê ẩm thực Nhật Bản, việc cử người đi học sẽ giúp mình cập nhật được những món ăn mới, bổ sung vào thực đơn của nhà hàng.

**Chiến lược WO**

* Mở các cơ sở nhỏ ở các khu vực ngoại ô

Đánh giá: kết hợp việc đang quá tập trung ở trung tâm thành phố và nhu cầu củ thị trường ngày càng cao, việc mở các cơ sở nhỏ tại ngoại ô thành phố sẽ giúp hệ thống nhà hàng được mở rộng, có thêm một lượng khách hàng khác.

* Tiếp tục tập trung vào phong cách phục vụ, văn hóa của nhà hàng

Đánh giá: Việc mức giá của nhà hàng còn cao hơn so với các đối thủ cạnh tranh, nhưng đổi lại cung cách phục vụ tốt vẫn sẽ giữ chân được khách hàng.

* Tặng kèm đồ uống cho khách hàng

Đánh giá: Việc mức giá cao thay vào đó có thể lên phương án tặng kèm đồ uống, điều đó sẽ làm giảm tâm lý với số tiền này chỉ có từng này sản phẩm, sẽ xoa dịu được tâm lý của khách hàng.

**Chiến lược WT**

* Tiếp tục hoạt động kinh doanh, đầu tư vào nhà hàng, chấp nhận đối thủ cạnh tranh ngày càng nhiều và đa dạng

1. **Ra quyết định**

Như vậy, căn cứ vào trên và dựa theo lý thuyết trò chơi, xét đến yếu tố sống còn được mất. Quyết định chặng đường đi sau 3 năm hoạt động của nhà hàng là mở một chuỗi các cở sở kinh doanh tại khu vực khác.