

MỞ ĐẦU

Sự phát triển của xã hội hiện nay làm cho nhu cầu của con người ngày càng cao, ngày càng đòi hỏi nhiều hơn những thứ mới lạ. Sống trong môi trường công nghiệp hóa, hiện đại hóa hiện nay không thể tránh khỏi những căng thẳng, gò bó do áp lực công việc, học tập, những cuộc chạy đua đầy lo toan không giờ nghỉ ngơi; nhất là giữa thành phố đông đúc nhộn nhịp này thì nó càng trở nên bức bối thì ai cũng cần cho mình một khoảng không gian yên tĩnh để nghỉ ngơi trò chuyện cùng bạn bè và người thân. Năm bắt được tình hình đó thì tôi đã có ý tưởng thành lập quán café mang một phong cách mới lạ đáp ứng những nhu cầu, sở thích, mong muốn của khách hàng. Đến với chúng tôi các bạn sẽ vừa được thưởng thức khung cảnh đẹp của quán mà còn được thưởng thức những món ăn, thức uống ngon, mùi vị lạ và sạch. Đặc biệt là giá cả phải chăng, có mạng wifi thuận tiện cho công việc của khách hàng, phục vụ nhẹ nhàng cho khách hàng, ngoài ra còn chiếu các loại phim và bóng đá nhằm phục vụ mục đích thư giãn cho khách hàng. Phần lớn quán phục vụ cho mọi đối tượng như người già, sinh viên, doanh nhân, và người làm lao động cần không gian thư giãn thoải mái. Nên quán được thiết kế thành nhiều khu, vừa có khu rộng rãi cho mọi người họp mặt nói chuyện, vừa có không gian riêng tư mát mẻ cho khách hàng bàn bạc công việc cũng như đôi bạn trẻ cần nơi tâm sự.

Mô hình quán mở rộng phục vụ cho mọi lứa tuổi tầng lớp, với hình thức của quán phù hợp với mọi loại đối tượng.

TÓM TẮT TỔNG QUAN

- Tên quán: cà phê Không Gian
- Địa điểm: là nơi thuận lợi cho việc kinh doanh của quán. Có nhiều khu dân cư, trường học, công ty... đem lại một lượng khách hàng tiềm năng. Vị trí của quán lại nằm ở nơi thoáng mát, rộng rãi thích hợp cho những ai có nhu cầu thư giãn và thưởng thức những thức uống ngon lành.
- Ngành nghề kinh doanh: cung cấp dịch vụ giải khát
- Mô hình doanh nghiệp thực hiện :quán café phục vụ các loại café, thức uống khác và các món ăn nhanh.

- Bối cảnh thị trường.

Gần đây, thành phố hồ chí minh đã có nhiều biến đổi về mặt kinh tế, đời sống nhân dân được cải thiện, các trường đại học cao đẳng được mở ra nhiều, cùng với đó là sự phát triển của các khu công nghiệp. Nên nhu cầu về thư giãn giải trí ngày càng tăng cao. Ngoài ra, những cuộc họp mặt bàn bè cùng với bàn bạc công việc cũng diễn ra nhiều.

Để đáp ứng nhu cầu đó, xây dựng quán café phục vụ đầy đủ các nhu cầu trên là hoàn toàn hợp lí.

- Thị trường hướng tới.

Quán sẽ mở ở quận thủ đức, đây là môi trường có nhiều trường đại học đã và đang mở ra.ngoài ra nó giáp với nhiều khu công nghiệp cũng như các khu dân cư...nơi này có đầy đủ tất cả các loại khách hàng là đối tượng chính của quán hướng đến. Và đây cũng sẽ là nơi tiềm năng để phát triển quán sau này.

- Đối thủ cạnh tranh

Vì là môi trường hấp dẫn, có đông đúc dân cư cũng như là có tiềm năng phát triển rất lớn nên quán sẽ gặp khá nhiều sự cạnh tranh từ những quán café, chè và sinh tố đã có hoặc sắp có sau này.

- Mô tả dịch vụ

Sản phẩm nước uống của quán:

Các sản phẩm sẽ có nguồn nguyên liệu được cung cấp bởi các nhãn hiệu uy tín, chất lượng. các loại nước uống đóng chai được lấy từ các nguồn cung cấp tin cậy. Được đảm bảo hạn sử dụng còn.

Các dịch vụ giải trí lành mạnh, tuyệt vời, gây ấn tượng mạnh với khách hàng.

Phục vụ ân tình, chu đáo và ân cần, nhẹ nhàng với khách hàng.

- Mục tiêu của quán :

- Phục vụ tận tâm đem lại cảm giác thư giãn thoải mái nhất cho khách hàng, khách hàng là thượng đế, tôn trọng khách hàng không như cung cách phục vụ của các quán café hiện nay chất lượng phục vụ kém còn chưa kể đến chất lượng sản phẩm.
- Tạo điều kiện cho các buổi họp mặt, đãi tiệc sinh nhật, hẹn hò....
- Tạo không gian riêng tư cho khách hàng
- Làm việc có uy tín, trách nhiệm với các nhà cung cấp để có sự tin cậy cao thì mới có được những sản phẩm tốt nhất để chế biến.
- Đạt doanh số cao trong năm đầu hoạt động. 100 khách hàng trên 1 ngày.

Doanh thu trên 50 triệu/ tháng.

❖ Các loại sản phẩm của quán

CAFÉ	YAOURT- SIRO	NƯỚC DINH DƯỠNG	NƯỚC ÉP
Café	Trà lipton	chanh	Sinh tố dâu

Café đá	Trà lipton sữa	Chanh dây	Sinh tố bơ
Café sữa nóng	Trà lài	Chanh muối	Sinh tố dứa
Café sữa đá	Trà đào	Cam vắt	Sinh tố măng cầu
Café rum	Trà dâu	Cam vắt mật ong	Sinh tố cà chua
Café sữa rum	Trà cam	Tắc ép	Sinh tố đu đủ
Café capuchino	Trà chanh dây	Dừa	Nước ép dâu
Café capuchino đá	Trà gừng	La hán quả	Nước ép thơm
Bạc xỉu	Trà bí đao	Sâm dứa	Nước ép táo
Bạc xỉu đá	Yaourt đá	Sâm dứa sữa	Nước ép cam
Cacao	Yaourt chanh	Coktail	Nước ép nho
Cacao đá	Yaourt cam	Xí muội	Nước ép cà chua
chocolate	Yaourt dâu	Sting dâu	
Chocolate đá	Yaourt bạc hà	Twister	
	Siro sữa	Pepsi	
	Siro sữa dâu	Coca cola	
	Siro sữa chanh	7 up	
	Siro sữa cam	Trà xanh	
	Siro sữa bạc hà	Dr. thanh	

➤ Sự khác biệt của quán

Nằm ở cung cách phục vụ cũng như lối bày trí của quán, nó sẽ tạo ra nét riêng biệt của quán, ngoài ra sản phẩm của quán cũng sẽ có những món nước uống đặc trưng mang màu sắc mới. Và gây được ấn tượng mạnh cho khách hàng khi vào quán

I. MÔ TẢ QUÁN, TẦM NHÌN, SỨ MỆNH, MỤC TIÊU

1. Mô tả lĩnh vực kinh doanh

Quán cà phê hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ giải trí. Đem đến cho khách hàng niềm vui, sự hài lòng và thoải mái thông qua các loại nước giải khát, cà phê và các món ăn nhanh ngon miệng.

2. Tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu

1.1 Tầm nhìn

Tạo ra những loại thức uống ngon hấp dẫn khách hàng và dịch vụ đáp ứng kịp thời yêu cầu của khách hàng để cho cuộc sống tươi đẹp hơn, mang nhiều âm điệu hơn.

Trở thành nơi tâm sự của các cặp tình nhân, nơi thư giãn thoải mái cho tất cả mọi người

1.2 Sứ mệnh

Mang lại cho bạn không gian thoải mái, tĩnh lặng với những tách cà phê tuyệt vời là niềm vui và trách nhiệm của chúng tôi. Tính sáng tạo, năng động, nhiệt tình của đội ngũ nhân viên là giá trị cốt lõi là nền tảng tạo ra dịch vụ tốt nhất góp phần đưa cà phê Không Gian có vị thế trên thị trường.

1.3 Mục tiêu

Tăng cường tiếp thị để thu hút khách hàng trong giai đoạn mới thành lập.

Tạo không gian thoải mái cho khách hàng với cách thức phục vụ chuyên nghiệp.

Gia tăng và hoàn thiện tốt nhất các dịch vụ của quán.

II- SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ.

Sản phẩm và dịch vụ là các loại đồ uống bắt mắt, giá cả phải chăng, công với không gian thoáng mát, yên tĩnh. phù hợp cho việc hội họp, cũng như là làm việc ,giải trí, thư giãn. Cơ sở để thực hiện ý tưởng này là:

Với phương châm phục vụ: vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi xuyên suốt trong quá trình kinh doanh của quán, khách hàng sẽ được thư giãn giải trí vui chơi hội họp ở đây làm khách hàng vừa ý, gây thiện cảm cho khách, quyết định tới việc quay lại của khách hàng và sự truyền miệng quảng cáo từ khách hàng này tới khách hàng khác, thương hiệu của quán sẽ ngày càng được nhiều người biết đến và được khẳng định.

1. Sản phẩm và dịch vụ của quán

Café và các loại thức uống đóng chai, các loại sinh tố, nước ép hoa quả, và các loại trà, bao gồm như là : café đen, café sữa, capuchino, pepsi, coca, c2, trà đào, trà chanh, lipton, cùng các loại sinh tố và nước ép như cam, táo, xoài, dưa hấu.....

Ngoài ra, quán còn phục vụ điểm tâm sáng cho khách hàng gồm các món như : Bún bò Huế, bánh mì bò kho, bánh mì ốp la... và các món ăn nhanh như :bò lúc lắc, xúc xích nướng, khoai tây lóc xoáy...

Quán được bố trí tivi để phục vụ phim, bóng đá cho khách ở khu thoáng mát và rộng rãi, phục vụ các thể loại nhạc do khách yêu cầu. Ngoài ra, quán còn có mạng wifi với sóng mạnh và ổn định cho khách vào quán có thể làm việc một cách dễ dàng.

Cách bố trí quán như sau:

Quán được bố trí với 4 khu khác nhau

Khu thứ nhất: rộng rãi thoáng mát, có tivi nhằm phục vụ các buổi hội họp của khách cũng như là giải trí bằng phim và bóng đá. Ta đặt tên là “tình bằng hữu”

Khu thứ 2 :yên tĩnh với nhạc nhẹ, thoáng mát và riêng tư dành cho các cặp tình nhân có nơi tâm sự với các bàn được bố trí khuất nhau. Ta có thể lấy tên khu là “uyên ương”

Khu thứ 3 : yên tĩnh, có máy lạnh, phục vụ cho khách hàng làm việc và bàn bạc kí kết hợp đồng. T có thể lấy tên là “buôn may bán đất”

Khu thứ 4: đặt ở nơi mát mẻ và có các trò chơi vui vẻ cho con nít, có các trò chơi như cầu trượt xích đu, phù hợp với lứa tuổi nhỏ.

Quán được trang trí bằng đèn hoa và những cây cảnh đẹp nhằm lôi cuốn sức chú ý của khách hàng và tạo ra những nét riêng biệt của quán.hệ thống đèn được sắp xếp và bố trí thích hợp và tạo điểm nhấn làm quán lung linh và đẹp.

Quán bắt đầu được mở lúc 6h30 phục vụ các món điểm tâm và café sáng cho những người đi làm buổi sáng. Và đóng cửa vào 23h30.

Đặc biệt quán có mở nhạc theo yêu cầu và có wifi miễn phí cho khách hàng.

2. Giá cả.

Tất cả các loại đồ uống và món điểm tâm sáng sẽ có mức giá khác nhau tùy vào nguyên liệu làm ra nó và độ cầu kì khi làm nó, và được ghi rõ ràng trong menu của quán. Tuy nhiên đảm bảo là sẽ có giá vừa phải và phù hợp với mặt bằng chung của thị trường.

3. Lợi thế của sản phẩm và dịch vụ.

Sản phẩm và dịch vụ của quán sẽ thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng, tạo một môi trường phù hợp và thoải mái cho khách hàng có thể trò chuyện, thư giãn, giải trí, làm việc cùng với những món đồ uống ngon miệng và bắt mắt. Không gian bày trí của quán tạo ra những nơi phù hợp để chuyện trò xem phim, giải trí cũng như là yên tĩnh mát mẻ cho làm việc cũng như tâm sự, và đặc biệt có khu vui chơi dành cho trẻ em với những trò chơi thích thú.

Quán còn phục vụ các thể loại nhạc theo yêu cầu với các đối tượng khách hàng khác nhau và còn có wifi với sóng mạnh và ổn định phục vụ khách hàng làm việc hay online giải trí một cách dễ dàng.

Đặc biệt các loại đồ uống trong quán sẽ được cập nhật các loại đồ uống để phù hợp với từng loại khách hàng khác nhau.

4. Xác định kênh phân phối sản phẩm

Các loại đồ uống, quán chú trọng đến các cuộc hội họp và đến giải trí thư giãn. Tuy nhiên, quán cũng mở rộng dịch vụ café mang đi với các loại đồ uống đóng nắp cho khách mang đến văn phòng hay nơi làm việc hay nơi học tập.

5. Lịch làm việc

Quán sẽ đi vào hoạt động sau ba tháng từ khi bắt đầu xây dựng. Sau khi khai trương quán sẽ hoạt động từ 6h30 tới 23h30 để phục vụ cho mọi đối tượng khách hàng.

III. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

1. thị trường tổng quan

Theo số liệu điều tra VLSS 2002, không có nhiều người dân Việt Nam tiêu thụ cà phê trong hộ gia đình. Trong ngày thường, có khoảng 19,2% tiêu thụ cà phê, trong đó 47% tiêu thụ cà phê uống liền và 53% tiêu thụ cà phê bột.

Năm 2002, Tổng cục Thống kê thông qua số liệu điều tra mức sống dân cư Việt Nam cho biết bình quân người dân Việt Nam tiêu thụ 1,25 kg cà phê mỗi năm và số tiền người dân trong nước bỏ ra cho ly cà phê khoảng 9.130 đồng/người/năm, tức chỉ nhỉnh hơn 0,5 đô la Mỹ và chỉ có 19,2% người dân uống cà phê vào ngày thường còn ngày lễ tết thì tăng 23%. Điều dễ dàng nhận thấy là người dân thành thị mua cà phê uống tới 2,4 kg/ năm, nhiều gấp 2,72 lần so với người dân nông thôn và số tiền mà cư dân đô thị bỏ ra cho ly cà phê mỗi sáng tới 20.280 đồng/ năm, cao gấp 3,5 lần so với nông thôn. Nếu chia các hộ ra thành 5 nhóm dựa vào thu nhập thì nhóm thứ năm có thu nhập cao nhất uống cà phê nhiều gấp 18 lần so với nhóm hộ gia đình có thu nhập thấp nhất. Hầu hết các vùng miền ở nước ta đều tiêu thụ cà phê nhưng mức độ chênh lệch rất lớn giữa các vùng .

Ở thành phố Hồ Chí Minh dân kinh doanh uống nhiều nhất với 26,3%, kể đến là sinh viên học sinh, người về hưu uống ít nhất. điều tra này cho thấy người dân ở đây bỏ ra tới 121.000 đồng để mua 1,65 kg cà phê. Thành phố Hồ Chí Minh có 7 quận được chọn mẫu để điều tra gồm 1, 3, 6, 11, Tân Phú, Gò Vấp, Bình Thạnh nhưng kết quả thu được khá bất ngờ khi tiêu thụ cà phê nhiều nhất không phải các quận trung tâm mà là Tân Phú trong hai năm qua, lượng cà phê tiêu thụ ở TPHCM tăng 21%. Có tới 12% người dân TPHCM mua cà phê uống vài lần trong tuần và 40% mua uống vài lần

trong tháng. Có thể qua số lượng quán cà phê và tập quán uống cà phê là của người Sài Gòn. Gắn một nửa người Sài Gòn vào quán uống cà phê, phần lớn khách hàng vào quán uống cà phê đen đá bất kể sáng hay tối.

2. Các yếu tố vĩ mô

2.1 Về kinh tế

Với tốc độ phát triển kinh tế như vậy thì cuộc sống người dân ngày càng bận rộn hơn nên nhu cầu giải trí thư giãn ngày càng trở nên cần thiết. Mà uống cà phê là một trong những cách để thư giãn và giải trí ít tiêu tốn thời gian và tiền bạc của mọi người.

Ở Thủ Đức hiện nay Nhà nước đang đầu tư cơ sở hạ tầng như xây dựng các khu công nghiệp, các trường đại học lớn, khu dân cư... được mọc lên hàng loạt. Đây là một thị trường tiềm năng cho việc kinh doanh mở quán cà phê.

2.2 Về phương diện pháp luật

Nhà nước có các chính sách ưu đãi khuyến khích thành lập các doanh nghiệp, thủ tục một cửa, ưu đãi thuế, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp phát triển.

2.3 Về văn hóa xã hội

Thành phố Hồ Chí Minh là nơi có kinh tế phát triển năng động với sự tập trung khá đông sinh viên, doanh nhân, công nhân viên chức, chính vì vậy nó tạo ra một nhu cầu khá lớn cho các quán cà phê và là thị trường tiềm năng rất lớn.

Với thói quen người dân ở đây họ đến quán cà phê là để đáp ứng nhu cầu giải trí sau những buổi học, buổi làm việc mệt mỏi.

2. Các yếu tố môi trường vi mô

Đối thủ cạnh tranh

Lĩnh vực giải khát là lĩnh vực khá phổ biến khắp nơi. Với dân số khá đông như vậy thì nhu cầu về quán cà phê là rất cao.

Khi bước vào lĩnh vực này thì phải chấp nhận có rất nhiều đối thủ cạnh tranh vì đây là lĩnh vực dễ kinh doanh. Hiện tại trên địa bàn quận Thủ Đức có rất nhiều quán cà phê, đó là những đối gần mà chúng tôi đối mặt, họ đã có mối quan hệ lâu dài với khách hàng trong vùng khá lâu. Dù rằng họ có những thuận lợi đó nhưng qua tìm hiểu thì chúng tôi được biết điểm yếu của hầu hết những quán đó là cung cách phục vụ chưa tốt và đó là cơ hội của chúng tôi. Ngoài ra quán còn tạo ra nhiều không gian cho khách hàng tùy ý lựa chọn theo sở thích, tâm trạng của mình yên tĩnh, đặc biệt là chất lượng của các loại nước giải khát là một yếu tố quan trọng.

IV- CHIẾN LƯỢC VÀ KẾ HOẠCH MARKETING

1. Chiến lược marketing

Quán sẽ thực hiện chiến lược “hớt váng” từ từ nghĩa là sản phẩm ở mức giá trung bình và khuyến mãi thấp. Với chiến lược này kỳ vọng rằng quán sẽ thu hút được một lượng khách hàng đông và từ đó được nhiều lợi nhuận. Do khách hàng của quán chủ yếu là giới trẻ, doanh nhân ở độ tuổi từ 18-45 có khả năng chi trả cao nên rất phù hợp với chiến lược này.

Khách hàng mục tiêu là công nhân viên, học sinh, sinh viên, doanh nhân đây là những tầng lớp có nhu cầu uống cà phê lớn nhất.

2. Chính sách marketing

Quán sẽ áp dụng các phương tiện marketing ít tốn kém nhưng đạt kết quả cao.

Xây dựng thông điệp marketing: “Không gian mang đến niềm vui, sự thoải mái và yên tĩnh”.

Quán thực hiện chính sách marketing bao gồm: khuyến mãi, phát tờ rơi, băng rôn. Dự tính chi phí quảng cáo khoảng 5 triệu đồng.

3. Kế hoạch hoạt động marketing

1.1 Quảng cáo

Quảng cáo trên các trang web và mạng xã hội Facebook, zing và lập ra webside riêng cho quán bao gồm các món đồ uống, hình ảnh trong quán, bảng giá.....

- Tờ rơi: tờ rơi là một phương pháp vô cùng hiệu quả và đỡ tốn kém, trước khi quán khai trương tờ rơi với thông tin rõ ràng về quán cà phê sẽ được phát ở các trường đại học, cao đẳng, trung cấp... và một số ngã tư, và trước cổng một số công ty. Mục đích để thu hút sự chú ý của khách hàng, tăng tính thuyết phục bởi những lợi ích mà quán đem lại và sự hấp dẫn của quán làm tăng thêm lòng ham muốn của khách hàng với quán.

Chiến lược marketing của quán phải thu hút được sự chú ý của khách hàng. Nếu khách hàng không biết đến sự tồn tại của quán thì họ không thể đến quán. Họ cần có được sự thích thú đối với những gì quán đã làm và đang cố gắng cuốn hút họ. Quán cần tạo cho họ cảm giác mong muốn sử dụng sản phẩm, dịch vụ của quán. Như vậy họ sẽ tin rằng quán sẽ đáp ứng nhu cầu của họ và họ sẽ muốn sử dụng sản phẩm, dịch vụ của quán.

Khi quán có tổ chức khuyến mãi thì vẫn tiếp tục phát tờ rơi.

Marketing nội bộ: Dựa vào sự quen biết giữa các nhân viên trong quán, đây là biện pháp đỡ tốn kém nhất.

Ngoài ra còn có những biện pháp như truyền miệng, in ấn thương hiệu của quán lên các sản phẩm ví dụ như bao đường, ly...

1.2 Khuyến mãi

Để tăng lượng khách hàng cho quán dựa vào các sự kiện trong năm quán sẽ tổ chức những đợt khuyến mãi thích hợp. Chẳng hạn như vào các ngày lễ nhằm thu hút khách hàng như tặng hoa cho các khách hàng nữ vào ngày valentine, 8/3... Ngoài ra còn tổ chức khuyến mãi vào buổi tối thứ 7 hàng tuần.

Đặc biệt vào ngày khai trương khách hàng đến quán sẽ được tặng một cái móc khóa có khắc tên quán.

Chi phí quảng cáo trong tháng khai trương:

STT	Hình thức	Thành tiền
1	Phát tờ rơi	1.000.000
2	Băng rôn	300.000
3	Móc khóa tặng khách hàng	1.500.000
4	Lãng hoa tươi	600.000
5	Lễ tân	200.000
6	Hoa dành cho lễ tân	100.000
7	Chi phí khác	1.300.000
Tổng chi phí		5.000.000

4. Chiến lược giá

Quán chúng tôi sẽ cung cấp nhiều loại sản phẩm đa dạng về chủng loại với nhiều mức giá khác nhau cho mọi đối tượng khách hàng từ người có

thu nhập thấp đến người có thu nhập cao, từ công nhân, sinh viên đến các doanh nhân, công nhân viên.

Nhưng vẫn tập trung ở phân khúc giá ở tầm trung nhằm đem lại lợi nhuận cho quán bên cạnh đó để cạnh tranh với các đối thủ quán cà phê trên thị trường.

Giá sản phẩm

Số thứ tự	Tên sản phẩm	Đơn vị tính	Giá (ngàn đồng)
I- CAFÉ			
1	Café	Ly	12
2	Café đá	Ly	12
3	Café sữa nóng	Ly	15
4	Café sữa đá	Ly	15
5	Café rum	Ly	20
6	Café sữa rum	Ly	20
7	Café capuchino	Ly	25
8	Café capuchino đá	Ly	25
9	Bạc xỉu	Ly	15
10	Bạc xỉu đá	Ly	15
11	Cacao	Ly	15
12	Cacao đá	Ly	15
13	Chocolate	Ly	20
14	Chocolate đá	Ly	20
II- TRÀ- YAOURT- SIRO			
15	Trà lipton	Ly	12
16	Trà lipton sữa	Ly	15
17	Trà lài	Ly	12
18	Trà đào	Ly	12
19	Trà dâu	Ly	12
20	Trà cam	Ly	12
21	Trà chanh dây	Ly	12
22	Trà gừng	Ly	12
23	Trà bí đao	Ly	12

24	Yaourt đá	Ly	12
25	Yaourt chanh	Ly	15
26	Yaourt cam	Ly	15
27	Yaourt dâu	Ly	15
28	Yaourt bạc hà	Ly	15
29	Siro sữa	Ly	15
30	Siro sữa chanh	Ly	15
31	Siro sữa dâu	Ly	15
32	Siro sữa cam	Ly	15
33	Siro sữa bạc hà	Ly	15
III- NƯỚC DINH DƯỠNG			
34	Chanh	Ly	13
35	Chanh dây	Ly	14
36	Chanh muối	Ly	14
37	Cam vắt	Ly	15
38	Cam vắt mật ong	Ly	20
39	Tắc ép	Ly	12
40	Dừa	Ly	12
41	La hán quả	Ly	15
42	Sâm dứa	Ly	12
43	Sâm dứa sữa	Ly	15
44	Cocktail	Ly	15
45	Xí muối	Ly	15
46	Sting dâu	Chai	12
47	Number one	Chai	12
48	Twister	Chai	12
49	Pepsi	Lon	12
50	Coca cola	Lon	12
51	7 up	Chai	12
52	Trà xanh	Chai	12
53	Dr.thanh	Chai	12
IV- SINH TỐ- NƯỚC ÉP			
54	Sinh tố dâu	Ly	15
55	Bơ	Ly	15
56	Dừa	Ly	15
57	Sapôchê	Ly	15

58	Cà chua	Ly	12
59	Cà rốt	Ly	12
60	Nước ép dâu	Ly	15
61	Thơm	Ly	15
62	Táo	Ly	15
63	Cam	Ly	15
64	Nho	Ly	15
65	Cà chua	Ly	12
66	Cà rốt	Ly	12
67	Dưa hấu	Ly	15

5. Chiến lược phân phối

Đây là loại hình quán cà phê nên chủ yếu là bán trực tiếp cho người tiêu dùng không thông qua kênh phân phối trung gian nào.

Gồm 2 nhân viên pha chế ở quầy bar giúp cho việc pha chế được thuận tiện và nhanh chóng. Nhân viên phục vụ được chia rõ ràng theo ca và theo thời gian mà có cách bố trí thích hợp việc phân nhiệm vụ giúp nhà quản lý dễ kiểm soát nhân viên và giúp cho nhân viên có trách nhiệm với công việc của mình và hoàn thành tốt công việc một cách hiệu quả nhất.

Ngoài ra thái độ của nhân viên phục vụ bàn rất quan trọng, đây là bộ mặt của quán, thái độ phục vụ niềm nở chu đáo của nhân viên góp phần tạo cho khách hàng cảm giác thân thiện, được chăm sóc chu đáo như vậy khách hàng sẽ ủng hộ quán tạo nên thành công cho quán.

V. KẾ HOẠCH ĐẦU TƯ VẬN HÀNH

1. Bố trí mặt bằng

Mặt bằng quán được thiết kế đảm bảo yêu cầu mỹ quan và giao thông thuận tiện. Dự án được đặt ở đường Võ Văn Ngân gần ngã tư Thủ

Đức. Ở đây gần các trường đại học, khu công nghiệp và các khu dân cư nên có khả năng có được khách hàng là rất cao.

Hệ thống cơ sở hạ tầng, giao thông, điện nước tốt. Giao thông xuyên suốt, mạng lưới điện nước thuộc đường dây chính nên sự cố mất điện nước rất ít xảy ra.

Có khả năng cung cấp lao động tại chỗ, có thể mở rộng thêm quy mô khi có nhu cầu đầu tư thêm.

Diện tích sử dụng 430 m² với cách bố trí như sau:

Quán được bố trí với 4 khu khác nhau:

- Khu thứ nhất: rộng rãi thoáng mát, có tivi nhằm phục vụ các buổi hội họp của khách cũng như là giải trí bằng phim và bóng đá. Ta đặt tên là “tình bằng hữu”

Khu này đặt 3 cái tivi để phục vụ cho nhu cầu của khách hàng. Có 5 dãy bàn mỗi dãy đặt 1 hòn non bộ kèm theo máy tạo khối không gian thoáng mát cho khách hàng. Đặt 2 cây quạt gió lớn.

- Khu thứ 2 : yên tĩnh với nhạc nhẹ, thoáng mát và riêng tư dành cho các cặp tình nhân có nơi tâm sự với các bàn được bố trí khuất nhau. Có tên khu là “uyên ương”

Nền được lát gạch tàu có xen lẫn đá màu. Tường xây bằng gạch thẻ. Lan can khung sắt cao 90cm. Treo đèn có ánh sáng vàng và đỏ tạo nên một không gian thơ mộng. Mỗi bàn được đặt một bình hoa hồng và nến thơm.

- Khu thứ 3 : yên tĩnh, có máy lạnh, phục vụ cho khách hàng làm việc và bàn bạc kí kết hợp đồng. Có tên là “buôn may bán đất”

Nền được lát gạch men loại lớn. Tường ốp gương tạo một không gian mở. Các góc tường trang trí các cây đèn lớn mang lại ánh sáng cho không gian thêm sinh động.

- Khu thứ 4: đặt ở nơi mát mẻ và có các trò chơi vui vẻ cho con nít, có các trò chơi như cầu trượt xích đu, phù hợp với lứa tuổi nhỏ. Có tên là “ nụ cười thiên thần”

Gia cố nền móng bằng tràm đẽm cát để thuận tiện cho vui chơi. Xây một hồ cá có diện tích 12m vuông hình tròn, tạo thêm không khí thiên nhiên. Trồng nhiều cây xanh. Không gian hoàn toàn ngoài trời nên đặt bàn có dù che khoảng 18 bộ. Hàng rào được làm bằng gỗ và sơn màu trắng. Trồng hoa leo trên hàng rào.

- Bãi giữ xe cho khách: chiều rộng bằng 2,5m, chiều dài 14m. Sẽ được lát gạch sơn màu đỏ tạo dạng sóng trông rất lạ
- Nhà vệ sinh được ốp gạch men màu vàng nhạt. Có máy xà bông rửa tay, khăn giấy, máy sấy khô tay và trang trí thêm chậu hoa.

2. Yếu tố sản xuất

1.1 yếu tố đầu vào

❖ nguyên vật liệu:

nguyên vật liệu chính để các loại cà phê (moka, chồn, robusta, aculi, trung nguyên...), trà các loại, các loại trái cây để chế biến sinh tố và nước ép, các món fastfood đông lạnh....

Nguồn cung cấp nguyên vật liệu chủ yếu là ở các chợ đầu mối Thủ Đức, chợ nông sản Thủ Đức, Metro An Phú... Các nguồn nguyên vật liệu luôn được đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm và cung ứng ổn định.

❖ Máy móc thiết bị:

Tên thiết bị	Số lượng
Máy ép trái cây	1
Máy say sinh tố	2
Tủ lạnh	1
Cây đánh tan đường	3
Bình nấu nước sôi	2
Phin pha cà phê	50
Quạt	2
Máy lạnh	4
tivi	4
Máy phun sương	1

❖ Chi phí và vốn:

NHU CẦU VỐN LƯU ĐỘNG

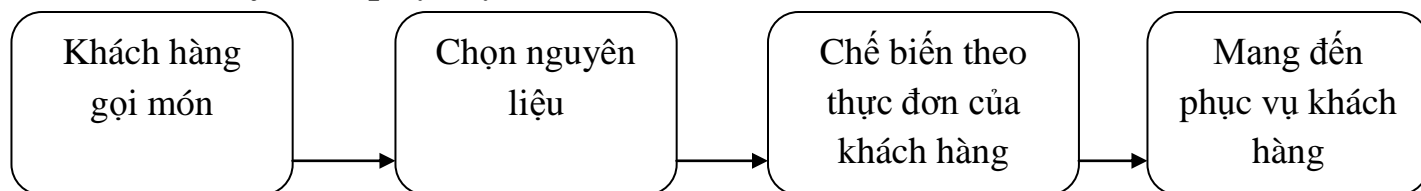
Đơn vị tính: nghìn đồng

STT	Khoản mục	Nhu cầu	Thành tiền
1	Chi phí NVL	Hàng tháng	32.297
2	Chi phí tiện ích (điện,nước..)	Tháng đầu	5.649
3	Dự phòng tiền mặt	Tháng đầu	12.150
TỔNG			50.141

1.2 đầu ra

Là những thức uống mùi vị ngon lan, bổ dưỡng phục vụ cho khách hàng.

2. Quy trình phục vụ



- Khách hàng gọi món: khi khách hàng bước vào thì có nhân viên phục vụ hướng dẫn chỗ ngồi. Sau đó thì nhân viên sẽ mời khách order thức uống trong menu. Sau khi khách đã chọn xong món thì nhân viên phục vụ mang menu đến cho nhân viên pha chế làm bước tiếp theo.
- Chọn nguyên liệu: tùy vào món mà khách hàng gọi, nhân viên pha chế chọn nguyên liệu để chế biến. Bước này rất quan trọng để cho ra một thức uống ngon thì tùy thuộc vào giai đoạn này.
- Chế biến: khi bước chọn nguyên vật liệu xong thì đến phần sơ chế và chế biến thức uống cho thực khách, nhân viên pha chế sẽ dựa theo công thức của mình được đào tạo để chế biến.
- Phục vụ khách hàng: sau khi chế biến hoàn tất thì nhân viên phục vụ mang thức uống ra phục vụ cho khách hàng và kèm theo lời chúc ngon miệng.

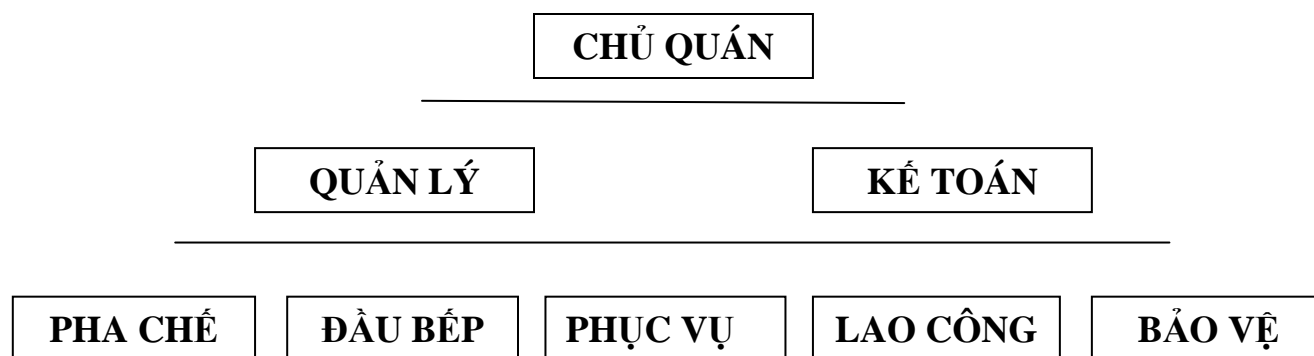
Để đưa dự án vào hoạt động trên thực tế cần phải có kế hoạch vận hành rõ ràng và hoàn chỉnh. Kế hoạch vận hành của dự án cà phê Không Gian bao gồm các bước sau:

- Xây dựng menu cho quán

- Xây dựng giá thành và giá bán sản phẩm dự kiến
- Liên hệ và kí hợp đồng với các nguồn cung cấp nguyên vật liệu
- Tổ chức thiết kế, trang trí quán
- Tuyển chọn nhân viên phục vụ, pha chế, kế toán
- Đào tạo nhân viên và thông nhất phong cách phục vụ của quán, các tiêu chí của quán đặt ra.
- Tổ chức quảng cáo trên các phương tiện và xây dựng hình ảnh
- Khai trương quán.

VI. KẾ HOẠCH QUẢN LÝ.

1. Sơ đồ tổ chức



- Chủ quán: là người quản lý và điều hành mọi hoạt động của quán chịu trách nhiệm trước pháp luật. Nhà quản lý của quán đóng vai trò rất quan trọng tới hướng phát triển sự phát triển của quán và có ảnh hưởng rất to lớn với hoạt động của quán. Nhà quản lý của quán “ Không Gian” sẽ là nhà đầu tư, lập ra dự án, điều hành quán vì vậy có thể nắm rõ được các thế mạnh điểm yếu cần khắc phục của quán, nắm vững được tiêu chí hoạt động, và chiến lược của quán sau. Do đó, nhà quản lý phải biết khắc phục những

điểm yếu của quán, điều hành quán 1 cách hợp lí và giải quyết được những vấn đề phát sinh và tồn đọng trong quán.

- Quản lý: người thay mặt chủ quán điều hành mọi hoạt động của nhân viên

- Kế toán

Là nhân viên có nhiệm vụ thu ngân và thanh toán các khoản tiền của quán, tổng hợp chi phí và xác định doanh thu, lợi nhuận của quán báo cáo thuế. Phải là người tin cậy của ban quản lí, trung thực và được kiểm tra và giám sát của ban quản lí một cách thường xuyên thông qua sổ sách ghi lại. Kế toán làm việc tốt sẽ giúp cho quán tránh khỏi các thất thoát và hoạt động hiệu quả.

Số lượng người: 1 người.

- Nhân viên pha chế:

Pha chế các loại thức uống cho khách hàng, vì vậy người pha chế cần có chuyên môn pha chế các loại café, sinh tố, nước ép hoa quả.... Người pha chế cần phải biết tiết kiệm các nguyên liệu trong quán.

Số lượng người: 2 nhân viên pha chế.

- Nhân viên phục vụ

Làm nhiệm vụ bưng bê các loại thức uống cho khách. Cần phải có ngoại hình dễ nhìn, luôn tuân thủ mặc đúng đồng phục, lễ phép, và phải có thái độ nhẹ nhàng, tận tình và chu đáo với khách.

Số lượng Người: làm việc theo ca, 2 ca 1 ngày, mỗi ca 10 nhân viên. Được chia theo từng khu.

- Đầu bếp

Làm nhiệm vụ nấu những món điểm tâm sáng cho khách, biết việc, có tay nghề, làm việc tận tụy, biết tiết kiệm nguyên vật liệu.

Số lượng người: 1 người.

- Lao công: là người dọn dẹp vệ sinh và rửa ly.

Số lượng: 2 người

- Bảo vệ: là người giữ xe và bảo vệ tài sản của quán.

Số lượng: 1 người

2. Lương nhân viên, đào tạo và khen thưởng

LƯƠNG HÀNG THÁNG

Chỉ tiêu	Số lượng	Tiền lương (triệu đồng)	Thành tiền (triệu đồng)
Quản lý	1	5	5
Kế toán	1	2	2
Pha chế	2	2	4
Đầu bếp	1	2	2
Phục vụ	12	1	12
Lao công	2	1.4	2.8
Bảo vệ	2	1.7	3.4
Tổng	21		31.2

Đào tạo và khen thưởng

- Đào tạo: chủ quán có trách nhiệm hướng dẫn cho nhân viên mình quen với công việc, đặc biệt là nhân viên phục vụ hướng dẫn phục vụ và ứng xử. Ngoài ra bản thân quản lý và chủ quán cũng không ngừng nâng cao về kiến thức chuyên ngành và kinh nghiệm của mình để nhìn nhận và giải quyết vấn đề tốt hơn.

- Khen thưởng: nhân viên được khen thưởng thêm lương vào những dịp lễ, tết, tặng lịch, áo nón; quán còn trích lợi nhuận thưởng nếu vượt chỉ tiêu doanh số đề ra điều này nhằm kích thích sự phấn khởi làm việc của nhân viên để họ hoàn thành tốt công việc một cách xuất sắc nhất.

VII. KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

Nhu cầu vốn lưu động

STT	Khoản mục	Nhu cầu	Thành tiền
1	Chi phí NVL	Hàng tháng	17.517,5
2	chi phí tiện ích(điện, nước...)	Tháng đầu	2.083
3	Dự phòng tiền mặt	Tháng đầu	12.500
	Tổng vốn lưu động		32.100,5

BẢNG TÍNH CHI PHÍ ĐẦU TƯ BAN ĐẦU

Đơn vị: nghìn đồng

STT	HẠNG MỤC ĐẦU TƯ	SỐ LƯỢNG	ĐƠN VỊ TÍNH	GIÁ	THÀNH TIỀN	GHI CHÚ
1	Bàn cà phê	50	cái	480	24.000	
2	Ghế gỗ có tay	150	cái	300	45.000	
3	Bàn gỗ vuông	25	cái	400	10.000	
4	Nệm ngồi	100	cái	35	3.500	
5	Đế lót ly bằng gỗ	350	cái	3,6	1.260	
6	Gạt tàn thuốc	50	cái	23.5	1.175	

	bằng thủy tinh					
7	Mâm nhựa bưng nước cho nhân viên	10	cái	60	600	
8	Ly nhỏ uống trà đá cho khách	300	ly	5	1.500	
9	Ly uống cà phê đá	200	ly	12	2.400	
10	Ly nhỏ uống cà phê sữa nóng	80	ly	15	1.200	
11	Ly uống cam vắt, sinh tố	150	ly	11.7	1.755	
12	Fin pha café nhỏ	50	cái	20	1.000	
13	Ly pha chè	5	cái	23	115	
14	Muỗng nhỏ	100	cái	15	1.500	
15	Muỗng cà phê đá và cà phê sữa bằng inox	200	cái	25	5.000	
16	Máy đánh tan dường	3	cái	150	450	
17	Bình thủy lớn châm trà đá	5	cái	80	400	

18	Phin lớn pha cà phê bằng inox	2	cái	60	120	
19	Tấm lượt cà phê	2	cái	39	78	
20	Bình thủy Rạng Đông	2	cái	200	400	
21	Ấm nấu nước sôi lớn	1	cái	500	500	
22	Bình chứa cà phê pha sẵn	1	cái	150	150	
23	Kệ lớn đựng ly bằng inox	2	cái	600	1.200	
24	Các chai lọ đựng(đường ,muối,chanh muối..)	1	bô	800	800	
25	Dù gỗ lớn che nắng	20	cái	1.360	27.200	
26	Dàn Amply BN AUDIO PA 1090II	1	cái	5.799	5.799	Siêu thị điện máy chợ lớn
27	Đầu đĩa DVD Samsung DVD-E360	1	cái	890	890	
28	Tivi LED	1	cái	11.900	11.900	

	SONY KDL-32W700B VN3					
29	Tivi 32 inch Panasonic 32C3V	3	cái	6.899	20.697	
30	Máy say sinh tố	2	cái	859	1.718	
31	Tủ lạnh PANASONIC 333	1	cái	7.599	7.599	
32	Máy lạnh LG -I2CS	2	Cái	10.090	20.180	
33	Dàn loa TORIMY RT-892	2	Cặp	3.990	7.980	
34	Cáp truyền quốc tế	1	Bộ	700	700	
35	Tiền lắp đặt internet+ bộ phát sóng wifi	1	Bộ	1.500	1.500	
36	Đèn, điện, nước, tiền công	1	Bộ	45.000	45.000	
37	Đồng phục nhân viên	30	Bộ	350	10.500	

38	Máy tính tiền điện tử Casio S10	1	Cái	6.020	6.020	
39	Máy tính	2	Cái	8.000	16.000	
40	1 tủ quầy bar tính tiền và để dàn nhạc	1	Bộ	6.000	6.000	
41	Trang trí nội thất,sửa chữa quán,trang trí cây cảnh	1	Lần	350.000	350.000	
42	Chi phí bảng hiệu,hộp đèn	1	Bộ	20.000	20.000	
43	Chi phí PANO vải quảng cáo	3	Tấm	1.000	3,000	
44	Chi phí đặt cọc 2 tháng thuê mặt bằng	2	Tháng	32.000	64.000	
45	Chi phí hỗ trợ bồi thường xây dựng cho chủ đất	1	Lần	50.000	50.000	
TỔNG CỘNG					780.786	

1.Cơ cấu nguồn vốn

Cơ cấu nguồn vốn gồm có 2 phần: nguồn vốn tự có và nguồn vốn vay tại ngân hàng Sacombank chi nhánh Thị Ngè .Cụ thể trong bảng dưới đây:

NHU CẦU VỐN VÀ NGUỒN VỐN

Đơn vị tính: nghìn đồng

STT	Khoản mục	Tiền
I	Nhu cầu vốn	812.886.500
II	Nguồn vốn	900.000.000
1	Vốn chủ sở hữu	700.000.000
2	Vốn vay	200.000.000

BẢNG LÃI SUẤT CHIẾT KHẤU CỦA DỰ ÁN

Đơn vị tính: nghìn đồng

STT	NGUỒN VỐN	LƯỢNG TIỀN(C _i)	LÃI SUẤT(ri) (%)	TIỀN LÃI(C _i * ri)
1	VỐN TỰ CÓ	700.000.000	7.8	54.600.00
2	VỐN VAY	200.000.000	15%	30.000.000
3	TỔNG	800.000.000	9.5%	84.600.000

BẢNG LƯƠNG NHÂN VIÊN TRONG 3 NĂM

Đơn vị tính: nghìn đồng

Chức vụ	Năm		
	1	2	3
Quản lý	50.000	51.000	52.000
Kế toán	20.000	21.000	22.000.
Pha chế	40.000	42.000	43.000
Đầu bếp	20.000	22.000	24.000
Phục vụ	120.000	120.000	122.000
Lao công	28.000	29.000	30.000
Bảo vệ	34.000	35.000	37.000
Tổng	312.000	320.000	330.000

2. kết quả hoạt động kinh doanh

BẢNG CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG HÀNG NĂM

Đơn vị tính: Nghìn đồng

Khoản Mục	Năm		
	1	2	3
Nguyên vật liệu	210.210	230.357	240.045
Chi phí nhân viên	312.000	320.000	330.000
Điện nước...	25.000	30.000	40.000
Quảng cáo	6.000	10.000	10.000

Sửa chữa bổ sung	12.000	15.000	17.000
Chăm sóc cây cảnh	7.000	8.000	10.000
Khấu hao	58.380	37.220	28.410
Tổng chi phí	630.590	650.577	670.455

BẢNG HOẠCH TOÁN LỖ LÃI

Đơn vị tính: nghìn đồng

STT	Khoản mục	Năm		
		1	2	3
1	Doanh thu	1.017.350	1.275.470	1.366.910
2	Chi phí hoạt động	630.590	650.377	670.455
3	Thuế TNDN(25%)	96.690	131.273	174.113
4	Lợi nhuận thu được sau thuế	290.070	393.820	522.342

1. Xác định dòng tiền của dự án

STT	Khoản mục	Năm			
		0	1	2	3
A	Phần chi				
1	Đầu tư quán	812.886,5			
2	Vốn lưu động	32.100,5			
3	Dòng tiền ra	844.987			
B	Phần thu				
1	LN sau thuế		290.070	393.820	522.342
2	Khấu hao		58.380	37.220	28.410
3	Lãi suất ngân hàng		34.000	17.000	
4	Dòng tiền vào		382.450	465.040	550.752
C	A-B				
1	Dòng tiền thuần	- 844.987	382.450	465.040	550.752
2	$1/(1+r)^t$	1	0,855	0,73	0,624
3	$(Thu-chi) \cdot 1/(1+r)^t$	- 844.987	326.944,75	332.909,2	343.669,248

Đơn vị tính: nghìn đồng

⇒ NPV=158536,198 chấp nhận dự án

VIII. RỦI RO

Các rủi ro mà quán sẽ gặp phải.

- 1- Về chính trị: không có rủi ro này vì quán không có tác động tới chính trị
- 2- Rủi ro về pháp lí: các thủ tục đầy đủ, và quán hoàn toàn hợp pháp
- 3- Rủi ro về văn hóa: quán đảm bảo sẽ không có những hành vi kinh doanh vượt quá thuần phong mỹ tục của người Việt. Các nhân viên ăn mặc kín đáo theo đồng phục của quán.
- 4- Rủi ro về thông tin: thiếu thông tin về giá cả của thị trường. Nhưng quán có thể khắc phục bằng cách cập nhật phân tích thị trường 1 cách hợp lí.
- 5- Rủi ro do cạnh tranh: quán đảm bảo có nét riêng của mình, cạnh tranh lành mạnh và hạn chế tối thiểu tranh chấp với các quán lân cận.
- 6- Quy mô dự án:
Quán sẽ được xây ở khu dân cư, yên ả, thoáng mát và đông người qua lại. Chuyên phục vụ đồ uống, điểm tâm sáng cho người dân trên khắp quận.
- 7- Dịch vụ của quán: Phục vụ nước uống, café, điểm tâm sáng, nhạc, wifi cho khách hàng, cung cấp không gian ăn uống thư giãn, nơi bàn bạc, trao đổi cho khách hàng.
- 8- Phương thức tiến hành: xây ở nơi khu dân cư, yên tĩnh, thoáng mát và có đông người dân sống và làm việc. Tạo nên thương hiệu cho quán rồi mở rộng bằng cách mở rộng mặt bằng, đa dạng thức uống và mở rộng các đối tượng khách hàng.
- 9- Đối tác làm việc: các cơ sở uy tín, chất lượng. Đơn vị truyền thông

Chiến lược triển vọng: khi quán đi vào làm việc ổn định, thương hiệu quán được biết đến, quán sẽ mở rộng kinh doanh, phục vụ đa dạng các

loại đồ uống , mở rộng diện tích, và hướng đến phục vụ đa dạng khách hàng

Kết luận và đề nghị

❖ Kết luận

Với tiêu chí và cách hoạt động của quán, có thể nói rằng quán café “Không Gian” sẽ đem lại cảm giác thoải mái, nhẹ nhàng, cũng như với cách bài trí của quán sẽ mang lại được ấn tượng sâu sắc trong lòng khách hàng, với tiêu chí phục vụ của quán, khách hàng sẽ cảm thấy thoải mái, nhẹ nhàng, và tận tình nhất.

Trên hết, với nguyên vật liệu chất lượng, khách hàng sẽ được đảm bảo nước uống trong quán là an toàn, và ngon. Với cách thức phục vụ chuyên nghiệp, tận tình.

❖ Đề Nghị

- Nên kiểm tra các hoạt động của quán một cách thường xuyên.
- Kiểm tra giám sát chặt chẽ quá trình mua bán trong quán.
- Lưu tâm tới quảng cáo, làm sao để đạt được hiệu quả cao nhất.
- Cập nhật và điều chỉnh giá cả sao cho các sản phẩm trong quán luôn có giá thành phù hợp với thị trường.
- Nâng cao trình độ chuyên môn của nhân viên, và chế độ lương thưởng của họ cũng cần đảm bảo một cách chắc chắn và phù hợp.