

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ KẾ HOẠCH KINH DOANH QUÁN TRÀ SỮA THIÊN ĐƯỜNG DOTINY	1
1.1. Lý do lựa chọn xây dựng phương án kinh doanh quán trà sữa	1
1.2. Giới thiệu ý tưởng kinh doanh	2
1.3. Thông tin cơ bản về quán Thiên Đường DOTINY	3
1.3.1. Đặc điểm của quán	3
1.3.2. Sản phẩm kinh doanh tại Thiên Đường DOTINY	3
1.4. Mục tiêu kinh doanh, thành quả cần đạt được, tầm nhìn và sứ mệnh	4
1.5. Phương pháp xây dựng kế hoạch kinh doanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY	5
CHƯƠNG 2: KẾ HOẠCH MARKETING	8
2.1. Phân tích địa điểm lựa chọn kinh doanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY	8
2.1.1. Địa chỉ chọn lựa đặt quán trà sữa Thiên Đường DOTINY	8
2.1.2. Phân tích lý do chọn địa điểm trên	9
2.2. Nghiên cứu và phân tích thị trường	10
2.2.1. Khách hàng mục tiêu, phân khúc khách hàng	10
2.2.2. Môi trường kinh doanh ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh trà sữa Thiên Đường DOTINY	16
2.2.2.1. Môi trường vĩ mô	16
2.2.2.2. Phân tích ngành (Fiveforce)	22
2.3. Phân tích SWOT của quán trà sữa Thiên Đường DOTINY	27
2.4. Mô hình vận hành hoạt động kinh doanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY	28
2.5. Xây dựng chiến lược kinh doanh và marketing	30
2.5.1. Phân tích sản phẩm	30
2.5.1.1. Thiết kế quán	30
2.5.1.2. Nhận diện thương hiệu	35
2.5.2. Chiến lược giá	36

2.5.3. Kênh Truyền thông	39
2.5.4. Xúc tiến	40
CHƯƠNG 3: KẾ HOẠCH VỀ NHÂN SỰ	43
3.1. Cơ cấu tổ chức	43
3.2. Tuyển dụng	44
4.3. Quy trình phối hợp công việc	46
3.4. Phương pháp quản lý	49
3.5. Văn hóa của Thiên Đường DOTINY	49
CHƯƠNG 4: KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH	51
4.1. Xây dựng ngân sách ban đầu	51
4.2 Kế hoạch thực hiện	52
4.2.1. Dự báo doanh thu	52
4.2.2. Kế hoạch thực hiện	54
4.3. Đánh giá dự án	57
4.4. Giám sát dự án	59

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ KẾ HOẠCH KINH DOANH

QUÁN TRÀ SỮA THIÊN ĐƯỜNG DOTINY

1.1. Lý do lựa chọn xây dựng phương án kinh doanh quán trà sữa

- *Giới thiệu sơ bộ về hoạt động kinh doanh trà sữa trên thị trường thời gian gần đây*

Trà sữa là một thức uống ngon và phổ biến của Đài Loan khoảng hơn 25 năm về trước, món trà sữa này cho đến nay vẫn là thức uống yêu thích của nhiều thế hệ bạn trẻ, đặc biệt là ở khu vực Châu Á. Hiện nay, trà sữa đã được nhiều nước trên khắp các châu lục yêu thích và bày bán dưới hình thức là những quầy thức uống nhỏ, hay các quán hàng như ở Việt Nam, Trung Quốc, Thái Lan, Philippines, Malaysia, Mỹ, Úc,... Tuy nhiên, khi du nhập vào các quốc gia khác, món trà sữa đã có những biến tấu riêng để phù hợp hơn với phong cách ẩm thực và văn hóa của từng quốc gia.

Ở Việt Nam, trà sữa xuất hiện từ khoảng cuối năm 2002, đầu năm 2003. Thức uống khá lạ miệng khi kết hợp hương thơm nhẹ của trà, ngậy ngậy của sữa với dai dai của hạt trân châu này đã nhanh chóng trở thành một “hiện tượng” thu hút trong văn hóa quà vặt, phát triển mạnh mẽ trên khắp các thành phố lớn trên cả nước. Điều đáng nói, sức hấp dẫn của trà sữa không bị bó hẹp trong đối tượng khách hàng là học sinh, sinh viên mà còn lan rộng sang cả công nhân viên chức ở nhiều ngành nghề, lứa tuổi. Có thể dễ dàng bắt gặp những quán trà sữa ngay sát cổng trường, sát vách ký túc xá, trên đường phố, trong chợ, siêu thị, khu tập thể, khu chung cư, cao ốc văn phòng,... Hoạt động kinh doanh trà sữa rất đa dạng, có thể chỉ là xe đẩy bán hàng ở vỉa hè cho đến những quán trà sữa bình dân, những quán hạng sang, những quán trà sữa trong những trung tâm thương mại lớn. Tuy nhiên, dù ở quy mô kinh doanh nào thì kinh doanh trà sữa vẫn rất thu hút đông đảo giới trẻ nói riêng và mọi tầng lớp khách hàng nói chung.

- *Lý do chọn lựa thực hiện hoạt động kinh doanh này:*

Với nhu cầu khách hàng rộng lớn như vậy, kinh doanh trà sữa được đánh giá là một ngành kinh doanh giàu tiềm năng. Tuy nhiên hiện nay, việc kinh doanh trà sữa gặp nhiều khó khăn trong cạnh tranh, chính vì vậy khi quyết định thành lập kế

hoạch kinh doanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY, bản thân sinh viên thực hiện cần phải nghiên cứu thị trường và phân tích hoạt động kinh doanh thật chi tiết.

Ngày nay, với cuộc sống hiện đại con người luôn gặp phải áp lực trong công việc và đời sống riêng tư. Thời gian dành cho công việc và gia đình đã chiếm hầu hết quỹ thời gian của mọi người, để làm giảm căng thẳng và mệt mỏi sau những giờ làm việc, cũng như có được những giây phút vui vẻ, trò chuyện cùng người thân, bạn bè, mọi người cần một nơi thư giãn, tận hưởng cuộc sống.

Mỗi người có một cách riêng để thưởng thức cuộc sống của mình, chẳng hạn như đi xem phim, nghe nhạc, du lịch đến những miền đất mới lạ,... Một trong những cách đó là trò chuyện với bạn bè trong một quán nước ven đường nào đó. Hoặc cũng có thể thư giãn bằng việc đọc một cuốn sách trong một quán quen hay ngồi nhìn mọi người xung quanh, quan sát dòng chảy của cuộc sống. Nắm bắt được nhu cầu cần có được một không gian thư giãn, nơi mọi người có thể thoát khỏi cuộc sống bận rộn, để cho mình có được một khoảng lặng trong cuộc sống hoặc những khoảnh khắc hạnh phúc bên bạn bè, người thân, quán trà sữa Thiên Đường DOTINY ra đời để được phục vụ khách hàng, mang đến niềm vui, hạnh phúc cho khách hàng. Hoạt động kinh doanh trà sữa không phải là hình thức mới tại Việt Nam, tuy nhiên sức hút của nó thì không có xu hướng dừng lại, với một số vốn tương đối, mặt bằng thuận lợi, sự hiểu biết về trà sữa và kiến thức về kinh doanh là có thể tham gia vào lĩnh vực kinh doanh nhộn nhịp này.

1.2. Giới thiệu ý tưởng kinh doanh

Hiện nay, kinh doanh trà sữa gần như đã bão hòa, cho nên để thu hút sự chú ý của khách hàng, DOTINY tập trung vào tích hợp giữa cung cấp các loại thức uống bổ dưỡng, tốt cho sức khỏe và dịch vụ chiếu phim miễn phí để tăng khả năng thành công. Khách hàng mục tiêu của quán nhắm vào học sinh, sinh viên khu vực quận Tân Phú và lân cận. DOTINY kinh doanh các loại thức uống, bao gồm các loại trà sữa, trà sữa trái cây, trà sữa soda, sinh tố, kem tuyết, và cà phê. Quán cũng cung cấp một số loại thức ăn, điểm tâm nhẹ cho khách hàng. Để phát triển ổn định, quán tập trung vào chất lượng sản phẩm và không gian quán.

Thứ nhất, về chất lượng sản phẩm. Hiện nay, vì mục đích lợi nhuận mà một số quán trà sữa sử dụng các loại hóa chất độc hại để làm trà sữa. Trên thị trường bày bán tràn lan các loại bột hồng trà, lục trà... Thực chất đó chỉ là tinh trà, là một loại trà hóa học, rất độc hại. Tại DOTINY nguồn nguyên vật liệu có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, không sử dụng hóa chất độc hại. Đặc biệt, trà để pha trà sữa ở DOTINY là trà thật, trà được sấy khô. Trà là một loại thức uống tốt cho sức khỏe, trong trà chứa một hàm lượng chất chống oxi hóa cao, giúp làm giảm quá trình lão hóa, tốt cho tim mạch. Hơn nữa, trà xanh còn giúp cơ thể tiêu tốn thêm lượng calo, vì vậy có thể thoải mái thưởng thức trà sữa mà không lo bị tăng cân.

Thứ 2, về thiết kế quán. Thiên Đường DOTINY chú tâm vào tạo sự thoải mái cho khách hàng. Khu vực ăn uống thiết kế gồm có 27 bàn ngồi sẵn phục vụ khách, thiết kế quán sẽ được trình bày rõ hơn ở Phần 2. Khu vực lầu 1 được bố trí một màn hình lớn để chiếu phim, để phục vụ nhu cầu xem phim của khách hàng, các bộ phim sẽ được biên soạn, cập nhập theo xu hướng của thị trường.

1.3. Thông tin cơ bản về quán Thiên Đường DOTINY

1.3.1. Đặc điểm của quán

- **Tên quán:** Trà sữa Thiên Đường Dotiny.
- **Địa chỉ:** 42 Lê Trọng Tấn, phường 15, quận Tân Phú, TP.HCM.
- **Chủ đầu tư:** Trần Ngọc Duy.
- **Lĩnh vực kinh doanh:** Dịch vụ ăn uống. Chuyên cung các loại trà sữa, sinh tố, cà phê, kem, một số loại thức ăn... đảm bảo sức khỏe và vệ sinh an toàn thực phẩm.
- **Hình thức kinh doanh:** Thuê địa điểm và đầu tư mới toàn bộ trang thiết bị phục vụ dự án.
- **Loại hình kinh doanh:** Kinh doanh hộ cá thể
- **Quy mô vốn:** 328,000,000 đồng trong đó vốn chủ sở hữu là 100,000,000 đồng, vốn vay 228,000,000 đồng.
- **Các khoản thuế phải đóng:** Thuế môn bài, thuế khoán
- **Giấy phép kinh doanh:** Được cấp phép kinh doanh bởi Phòng đăng ký kinh doanh quận Tân Phú.



- **Logo:**

- **Slogan:** “Sống để tận hưởng ”
- **Email:** Thienduongdotiny@gmail.com
- **Ngày dự kiến thành lập:** 01/10/2017.

1.3.2. Sản phẩm kinh doanh tại Thiên Đường DOTINY

Trà sữa Thiên Đường DOTINY cung cấp cho khách hàng các sản phẩm và dịch vụ sau:

- **Sản phẩm:** Thiên Đường DOTINY sẽ mang lại cho quý khách hàng các loại thức uống thơm ngon và chất lượng. Có các nhóm chính sau:

- + Trà sữa
- + Trà sữa trái cây
- + Trà xanh soda
- + Kem tuyết

Ngoài ra còn có những món ăn nhẹ cực kỳ hấp dẫn, thường xuyên cập nhập các món mới, đón đầu xu thế của thị trường chẳng hạn như: Trái cây tự chọn, bắp xào tôm bơ, mì cay, khoai tây chiên, khoai lang xí muội, xoài lắc.

- **Dịch vụ:** DOTINY cũng cấp dịch vụ chiếu phim miễn phí cho khách hàng. Khi đến với quán, ngoài được phục vụ những thức uống, món ăn thơm ngon bổ dưỡng, khách hàng sẽ được thưởng thức những bộ phim hay và ý nghĩa. Quán trang bị một màn hình 100 inch, mang đến cho khách hàng một cái nhìn rộng hơn, thoải mái hơn. Ngoài ra, khách hàng có thể yêu cầu phim được chiếu thông qua hộp thư góp ý của quán.

1.4. Mục tiêu kinh doanh, thành quả cần đạt được, tầm nhìn và sứ mệnh

Các mục tiêu kinh doanh đạt ra được đảm bảo theo nguyên tắc SMART giúp định hình cho quán hoạt động rõ ràng và đi đúng hướng hoạch định trong tương lai. Khi đặt được các mục tiêu hợp lý thì chủ đầu tư có thể đánh giá được khả năng của mình và lên kế hoạch thực hiện nó. Nguyên tắc SMART bao gồm:

- + S - Specific - Cụ thể, dễ hiểu

- + M- Mmesurable: Đo lường
- + A - Attainable: Nằm trong khả năng của bạn
- + R - Relevant: Liên quan đến tầm nhìn chung
- + T - Time-Bound: Có thời hạn

- Mục tiêu kinh doanh:

- + 2017 – 2018: Quán đi vào hoạt động ổn định, 100% nhân viên phải thành thạo công việc, 100% dụng cụ, trang thiết bị hoạt động tốt.
- + Doanh thu năm đầu 2018 đạt 1,000,000,000 đồng.
- + Lợi nhuận năm đầu tiên đạt 200,000,000 đồng, đạt 20% doanh thu.
- + Đến năm 2019, hoàn vốn kinh doanh, và bắt đầu có lợi nhuận ròng 300,000,000 năm. Số sản phẩm tiêu thụ trung bình 1 ngày là 171 sản phẩm, trung bình năm là 61,500 sản phẩm.
- + Đến năm 2024, chuyển đổi loại hình kinh doanh thành công ty TNHH để mở thêm một chi nhánh ở Đại học Công Nghiệp với quy mô tương đương với trụ sở chính.

- Thành quả:

- + Danh tiếng của quán được phổ biến rộng rãi.
- + Số lượng khách hàng đến ổn định.
- + Được đánh giá tốt của khách hàng về chất lượng dịch vụ thông qua các khảo sát của quán về sự hài lòng của khách hàng.

-Tầm nhìn:

- + Quán trà sữa Thiên Đường DOTINY đi vào hoạt động vào ngày 01/10/2017.
- + Thiên Đường DOTINY sẽ trở thành nhà cung cấp thức uống sạch, thân thiện với sức khỏe khách hàng.
- + Năm 2030, Thiên Đường DOTINY sẽ thành lập chuỗi Cửa hàng trà sữa cung cấp dịch vụ ăn uống thương hiệu Việt.
- + Tạo thương hiệu mạnh, vững chắc khi nói đến cửa hàng Thiên Đường DOTINY.

- Sứ mạng:

- + Cung cấp dịch vụ ăn uống một cách tốt nhất đảm bảo sức khỏe vệ sinh an toàn thực phẩm.
- + Cung cấp dịch vụ chiếu phim miễn phí, mang đến phút giây thư giãn cho khách hàng
- + Cung cấp các sản phẩm đa dạng, luôn cập nhật và đổi mới, tạo hương vị thích thú cho khách hàng, hướng tới sự tươi trẻ.
- + Tăng giá trị của cửa hàng để việc quản trị được đáp ứng, đảm bảo việc bảo toàn vốn và gia tăng lợi nhuận.

1.5. Phương pháp xây dựng kế hoạch kinh doanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY

Kế hoạch được hiểu là một bản hoạch định có tính hệ thống, một chương trình hoặc một phương pháp đã được vạch ra trước để đạt được mục tiêu. Kế hoạch kinh doanh hàm chứa những tư duy sâu sắc, những ý tưởng sáng tạo được hình thành trên cơ sở phân tích thấu đáo môi trường bên trong và bên ngoài. Phương pháp xây dựng kế hoạch kinh doanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY được áp dụng là 5WH2C5M bao gồm:

- Xác định mục tiêu, yêu cầu công việc – Why

Từ ý tưởng kinh doanh trà sữa ban đầu và sau khi thu thập các thông tin thị trường tiến hành đặt mục tiêu cho kế hoạch kinh doanh trà sữa Thiên Đường DOTINY. Giải thích lý do tại sao phải thực xây dựng kế hoạch kinh doanh này, ý nghĩa khi thực hiện kế hoạch kinh doanh này với bản thân nhà đầu tư, xã hội.

- Xác định nội dung công việc – What

Đây là khâu rất quan trọng trong kế hoạch, cần phải xác định nội dung công việc sẽ thực hiện, công việc nào làm trước, công việc nào làm sau. Khi đã có được nội dung cần thực hiện sẽ giúp nâng cao hiệu quả cho kế hoạch, tiết kiệm thời gian và chi phí. Các công việc cần thực hiện sẽ được trình bày ở Phần 3.

- Xác định 3 W: Ở đâu- where, Khi nào - when, Ai - who

Cần phải xác định được các công việc thực hiện ở đâu, như quán nằm tại quận Tân Phú, tìm hiểu các đối thủ cạnh tranh xung quanh quán,... Nguồn lực sử dụng được lấy từ đâu, chi phí đầu tư ban đầu bao nhiêu, nguồn vốn lấy từ đâu.

Thực hiện kiểm tra, kiểm soát ở toàn bộ các công việc, đó chính là “Where”, kiểm tra thời gian thực hiện có đúng kế hoạch, chi phí thực hiện so với kế hoạch, kết quả của từng công việc. Tương tự như vậy, công việc được thực hiện khi nào, khi nào thì sử dụng các nguồn lực, khi nào tiến hành kiểm tra.

Cuối cùng là “Who”, ai sẽ thực hiện các công việc, ai sẽ tham gia vào công đoạn làm việc nào. Chủ đầu tư sẽ tham gia vào các công việc nào, khi nào thì thuê thêm người làm, họ sẽ làm những công việc gì.

- Xác định cách thức thực hiện – How

Xác định cách thức thực hiện từng công việc trong kế hoạch kinh doanh từ giai đoạn đầu tiên đến giai đoạn cuối cùng. Các công việc chính sẽ cần làm là phân tích thị trường, lập các kế hoạch cụ thể, tổ chức thực hiện dự án và khai trương.

Công việc phân tích thị trường được thực hiện đầu tiên, để thực hiện công việc này sẽ sử dụng bảng câu hỏi khảo sát và đi thực tế thị trường. Tiếp theo là lập các kế hoạch cụ thể cho dự án, bao gồm xây dựng chiến lược kinh doanh và kế hoạch marketing, kế hoạch nhân sự, kế hoạch tài chính, quản lý rủi ro. Đối với kế hoạch tài chính cần cho thấy được vốn đầu tư ban đầu là bao nhiêu, huy động từ đâu. Xác định chi phí hoạt động của quán, dự báo doanh thu, dự kiến thu chi tiền mặt, kế hoạch trả nợ, dự báo kết quả kinh doanh, đánh tính khả thi của dự án bằng các chỉ số tài chính, hiện giá thu nhập thuần, thời gian hoàn vốn.

Giai đoạn tiếp theo là triển khai thực hiện các kế hoạch đã đề ra, sẽ thực hiện đăng ký kinh doanh, thuê nhà thầu để xây dựng – sửa chữa lại mặt bằng. Hoàn thành các công tác trang trí, tổ chức nhân sự, marketing, khai trương như đã lên kế hoạch.

- Xác định phương pháp kiểm soát – Control, xác định phương pháp kiểm tra – Check

Việc xác định phương pháp kiểm soát à kiểm tra dự án sẽ giúp thực hiện dự án tốt hơn. Công việc này sẽ được thực hiện nhờ sự trợ giúp của phần mềm quản lý dự án MS. Project.

- Xác định nguồn lực thực hiện – 5M: Con người – Man, Nguyên vật liệu – Material, Máy móc – Machine, Tiền – Money, Phương pháp - Method.

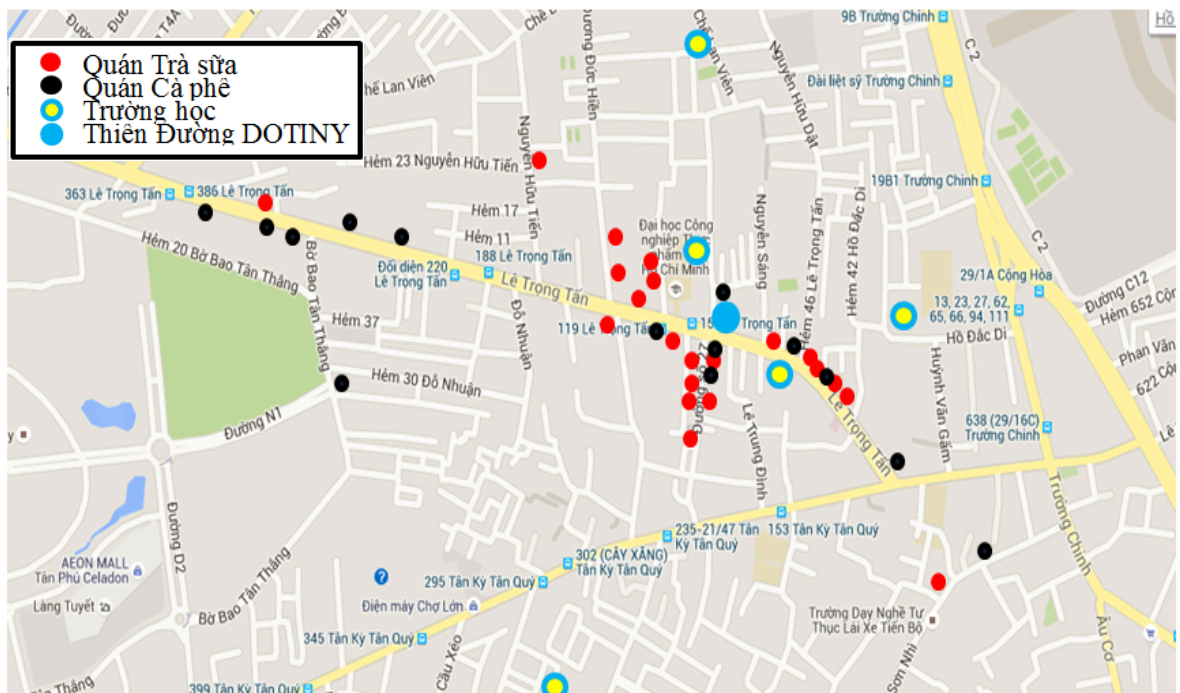
Cần xác định nguồn lực tham gia dự án, nguồn lực đó từ đâu, chi phí sử dụng nguồn lực đó như thế nào. Về con người, chủ đầu tư sẽ tham gia tất cả các công việc trong dự án, khi cần sử dụng thêm nhân lực thì sẽ thuê ngoài. Về nguyên vật liệu và máy móc sẽ lập danh sách những thứ cần chuẩn bị, số lượng, giá cả, nhà cung cấp. Tiếp theo xác định số vốn cần thiết, cách sử dụng nguồn vốn và phương pháp thực hiện và giám sát dự án.

CHƯƠNG 2: KẾ HOẠCH MARKETING

2.1. Phân tích địa điểm lựa chọn kinh doanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY

2.1.1. Địa chỉ chọn lựa đặt quán trà sữa Thiên Đường DOTINY

- **Địa chỉ:** Quán nằm tại số 114 trên đường Lê Trọng Tấn ở quận Tân Phú, gần trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM, Đại học Hùng Vương, trường THPT Vĩnh Viễn, Trường Trung học phổ thông Tân Bình, Trường Trung học phổ thông dân lập Hồng Đức.



Hình 2. 1: Bản đồ khu vực xung quanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY trong bán kính 2km

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Hình 2.1. cho thấy vị trí các đối thủ cạnh tranh và khách hàng của quán Thiên Đường DOTINY. Các chấm tròn màu đỏ là các quán trà sữa đang hoạt động, các chấm tròn màu đen là các quán cà phê, các chấm tròn vàng viền xanh là các trường học, chấm tròn màu xanh dương là quán trà sữa Thiên Đường DOTINY. Có thể nhận thấy rằng, mật độ các quán trà sữa gần trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP. HCM khá cao. Tập trung nhiều ở phía hông bên phải trường , đối diện

trường, đoạn đầu đường Lê Trọng Tấn giao với Tân Kỳ Tân Quý và khu vực đường 27.

- **Đối thủ cạnh tranh hiện hữu:** có 21 quán trà sữa đang hoạt động, bao gồm: Quán X-Tea, quán Hoa Hương Dương, quán RIO, quán Today, quán Trà Sữa Ngọc Lan, quán FunZone, quán MMay Coffee, quán Kiss Me, quán Cà Rem, quán Cool Tea, quán trà sữa 365, quán Hà Chu, quán Lười, quán Couple, quán Cold Place, quán New Tea, quán Mộc Hương, quán Trà Sữa Đài Loan, quán Bing Bong, quán Kitty, quán Starlight.

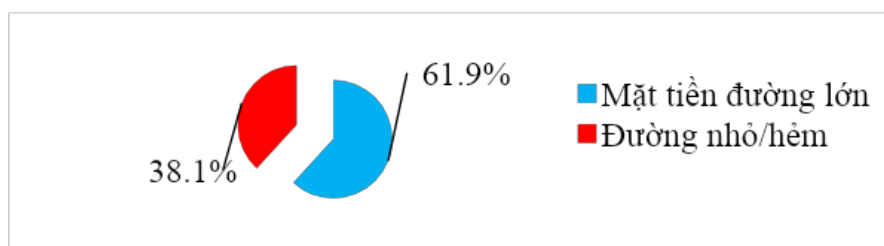
2.1.2. Phân tích lý do chọn địa điểm trên

Sau khi đã tiến hành khảo sát trên nhiều quận, tuyến đường ở TP.HCM như khu vực chung cư Thanh Đa, xung quanh đại học Công Nghiệp TP.HCM, xung quanh đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP.HCM, xét thấy khu vực xung quanh Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP.HCM đạt đủ các điều kiện cần thiết để kinh doanh trà sữa.

Thứ nhất, về dân số, với mật độ 26.398 người /m², khu vực này có dân số đông, lại gần các trường đại học, trung học phổ thông nên sẽ có một lượng lớn khách hàng tiềm năng. Hơn nữa, xung quanh quán có các khu nhà trọ của sinh viên, chủ yếu là sinh viên Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP.HCM, đây là một lợi thế cho quán.

Thứ hai, về cơ sở hạ tầng, địa điểm được chọn để mở quán có mặt bằng tương đối rộng rãi thoáng mát, có chỗ để xe. Quán gồm 1 trệt, 1 lầu phù hợp với ý tưởng kinh doanh. Về hạ tầng tương đối ổn, chỉ cần sửa chữa lại một số hạng mục cho phù hợp với quán. Các hàng quán xung quanh, buôn bán rất nhộn nhịp, mặt đường rộng rãi thoáng mát.

Thứ ba, về giao thông, quán nằm ở đoạn đầu đường Lê Trọng Tấn, đây là con đường 2 chiều mới được nâng cấp, mặt đường rộng, lưu thông dễ dàng, không xảy ra hiện tượng kẹt xe. Vĩa hè khá rộng và thông thoáng, có thể tận dụng để treo băng rôn, bảng hiệu nhỏ mà không quy phạm luật pháp. Đoạn đường mới được nâng cấp mở rộng nên trong tương lai gần sẽ không có quy hoạch mở rộng nữa.



Hình 2.2: Biểu đồ thể hiện yêu cầu của khách hàng về vị trí quán trà sữa.

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa ở TP.HCM

Biểu đồ 2.2. cho thấy rằng, sự chênh lệch của hai ý kiến vị trí quán, có 61,9% thích quán ở mặt tiền đường lớn, 38,1% thích quán nằm ở đường nhỏ/hẻm. Vì vậy khi quán có vị trí mặt tiền đường lớn sẽ có lợi hơn so với trong đường nhỏ,hẻm.

Thứ tư, về lợi ích kinh tế, hình thức là thuê mặt bằng, cải tạo lại để mở quán nên sẽ giảm chi phí về giải tỏa mặt bằng và xây dựng lại. Cấu trúc 1 trệt 1 lầu với diện tích 4.5x15m, giá thuê khoảng 13 triệu đồng trên tháng.

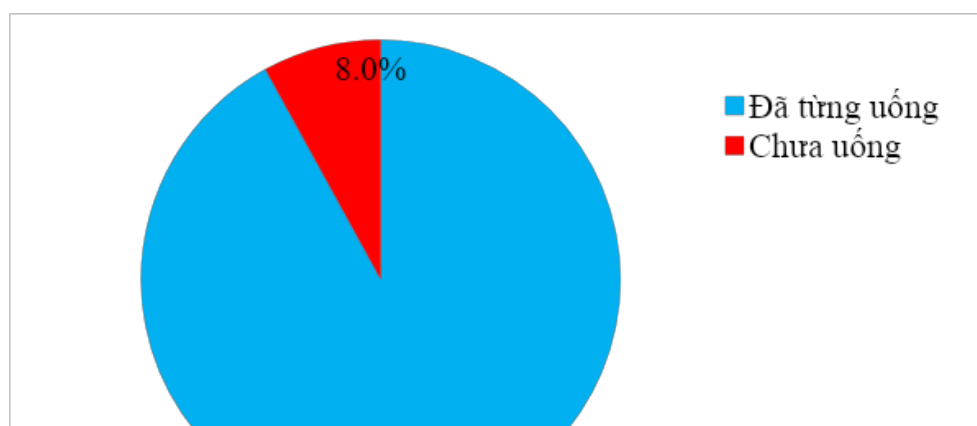
Thứ năm, về sự hiểu biết khu vực của sinh viên thực hiện, bản thân sinh viên đã có gần 4 năm học tập tại trường đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP.HCM vì vậy cũng có hiểu biết phần nào về khu vực này như dân cư, lưu lượng người qua lại hằng ngày, các quán xá mà sinh viên trường Công Nghiệp Thực Phẩm TP.HCM thường lui tới.

Thứ 6, về địa thế của quán. Quán nằm gần ngã ba của Lê Trọng Tấn và đường Nguyễn Đỗ Cung vì thế lưu lượng xe qua lại khá nhiều. Hơn nữa, tại ngã 3 này có một đèn giao thông, vì vậy khi người đi đường dừng đèn đỏ sẽ dừng ngay trước quán Thiên Đường DOTINY, quán sẽ tận dụng điều này để đặt băng rôn, bảng hiệu để thu hút sự chú ý của người đi đường. Một điểm nữa là mặt tiền của quán nằm ở hướng đông nam, đây là một hướng tốt theo phong thủy. Hướng đông nam sẽ đón được gió mát, nguồn không khí ổn định và ẩm áp tránh được nắng gắt, gió lạnh.

2.2. Nghiên cứu và phân tích thị trường

2.2.1. Khách hàng mục tiêu, phân khúc khách hàng

- **Khảo sát thị trường:** Quán sử dụng bảng câu hỏi khảo sát để tiến hành khảo sát thị trường. Đối tượng nghiên cứu là nhu cầu thưởng thức trà sữa ở TP.HCM. Đối tượng khảo sát là học sinh/sinh viên, nhân viên văn phòng và nghề nghiệp khác. Bảng câu hỏi gồm 20 câu hỏi, mẫu khảo sát là 100 người. Khảo sát được tiến hành trên mạng Internet thông qua trợ giúp của Google biểu mẫu. Địa chỉ bảng khảo sát online là



<https://docs.google.com/forms/d/1VVwO2t3HwtzsjCtzhiNBQMIcyaNRB9zOCJ9kH2BIz94/viewform>. Nội dung bảng câu hỏi được trình bày ở Phụ Lục 1.

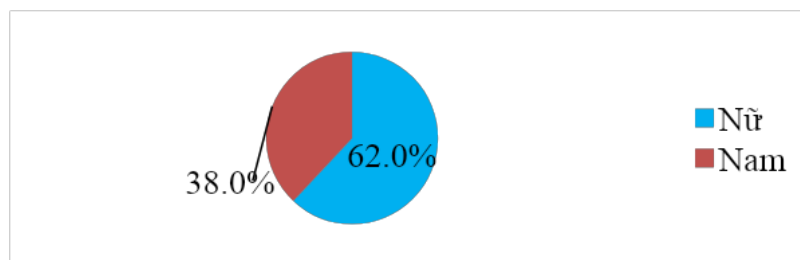
Hình 2.3: Biểu đồ thể hiện tỷ lệ người đã từng uống trà sữa và người thích trà sữa trong cuộc khảo sát

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Biểu đồ trên cho thấy tỷ lệ người đã từng uống trà sữa tham gia cuộc khảo sát, có 92% người tham gia khảo sát đã từng uống trà sữa vì vậy ý kiến của nhóm người này có thể được sử dụng mô tả thị trường.

- Phân khúc khách hàng:

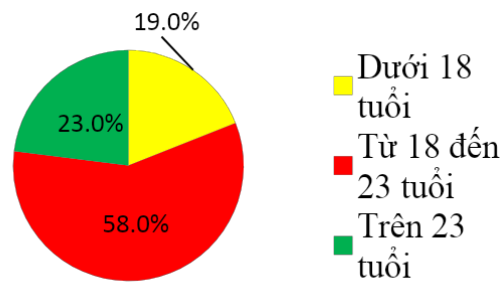
- + **Phân khúc theo khu vực địa lý:** Thị trường được chia thành các vùng khác nhau tùy thuộc vào vị trí của khách hàng. Đối với dự án này, khách hàng được nhắm đến nằm trong quận Tân Phú và các vùng lân cận.
- + **Phân khúc theo nhân khẩu học:** Căn cứ theo giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp để phân loại khách hàng. Đối với dự án này, khách hàng gồm cả hai phái nam và nữ. Khách hàng được chia làm 3 nhóm tuổi, từ dưới 18 tuổi, từ 18 tuổi đến 23 tuổi và trên 23 tuổi. Nghề nghiệp chính vẫn là học sinh, sinh viên và một số nghề nghiệp khác.



Hình 2.4: Biểu đồ thể hiện tỷ lệ giới tính có nhu cầu thưởng thức trà sữa

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa tại TP.HCM

Biểu đồ 2.4. cho thấy, nữ giới có nhu cầu thưởng thức trà sữa cao hơn nam giới. Cụ thể, nữ giới chiếm 62% và nam giới chiếm 38%.

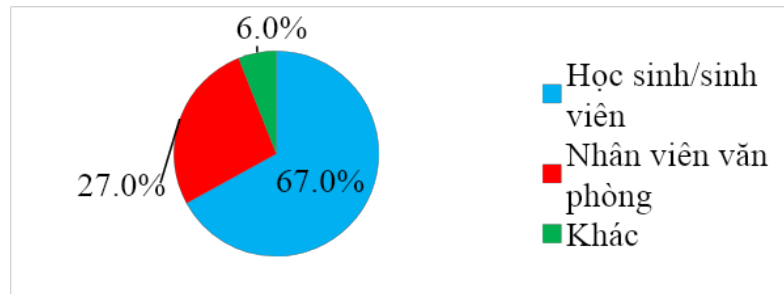


Hình 2.5: Biểu đồ thể hiện tỷ lệ độ tuổi có nhu cầu thưởng thức trà sữa

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa tại TP.HCM

Biểu đồ 2.5. cho thấy, độ tuổi từ 18 đến 23 tuổi có nhu cầu thưởng thức trà sữa cao nhất (chiếm 58%), tiếp theo là từ 23 tuổi trở nên (chiếm 23%). Trong đó, dưới 18 tuổi chiếm tỷ lệ thấp nhất (chiếm 19%).

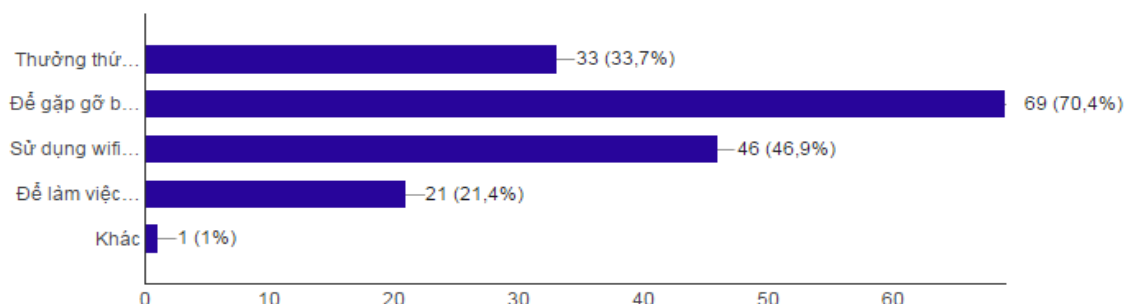
+ **Phân khúc khách hàng theo tâm lý:** Căn cứ vào các yếu tố như tầng lớp xã hội, lối sống, cá tính để chia khách hàng thành các nhóm khác nhau, có những điểm tương đồng nhất định. Trong dự án này, đối tượng chính nhắm đến là học sinh, sinh viên. Các bạn trẻ có sở thích gặp gỡ bạn bè tại một quán trà sữa, muốn có không gian thư giãn, đáp ứng sở thích xem phim.



Hình 2.6: Biểu đồ thể hiện các nghề nghiệp có nhu cầu thưởng thức trà sữa.

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa tại TP.HCM

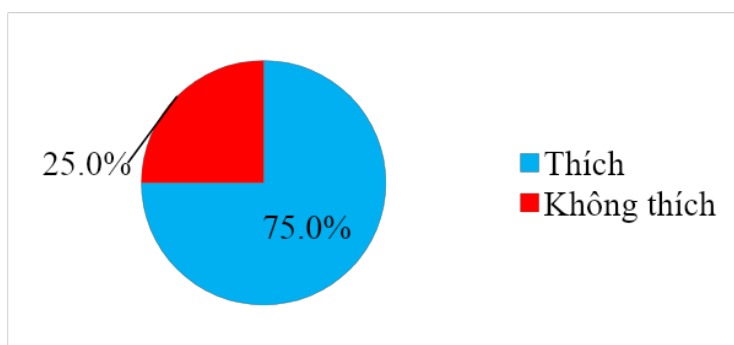
Biểu đồ trên cho thấy rằng, học sinh/sinh viên là đối tượng có nhu cầu thưởng thức trà sữa cao nhất (chiếm 67%), tiếp theo đó là nhân viên văn phòng (chiếm 27%) và các nghề nghiệp khác (chiếm 6%).



Hình 2.7: Biểu đồ thể hiện các lý do khách hàng đến với quán trà sữa.

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa tại TP.HCM

Các lý do khách hàng đến với quán trà sữa là: để thưởng thức trà sữa; để gặp gỡ bạn bè; để sử dụng wifi, máy lạnh miễn phí; để làm việc một mình và khác. Trong đó, lý do được chọn nhiều nhất là để gặp gỡ bạn bè (chiếm 70,4%) cho thấy rằng khách hàng chọn quán trà sữa để làm điểm hẹn gặp gỡ bạn bè. Lý do đứng thứ 2 là khách đến quán trà sữa để sử dụng wifi, máy lạnh miễn phí (chiếm 46,9%), vì vậy quán trà sữa nào cũng phải đầu tư hệ thống Internet, máy lạnh để thu hút khách hàng. Lý do để thưởng thức thức uống chiếm 33,7%, quán có nhiều loại thức uống thơm ngon để đáp ứng nhu cầu này. Cuối cùng có 21,4% khách đến quán để làm việc 1 mình, với những khách hàng có nhu cầu làm việc tại quán có thể ngồi ở tầng trệt của quán để có không gian yên tĩnh làm việc.

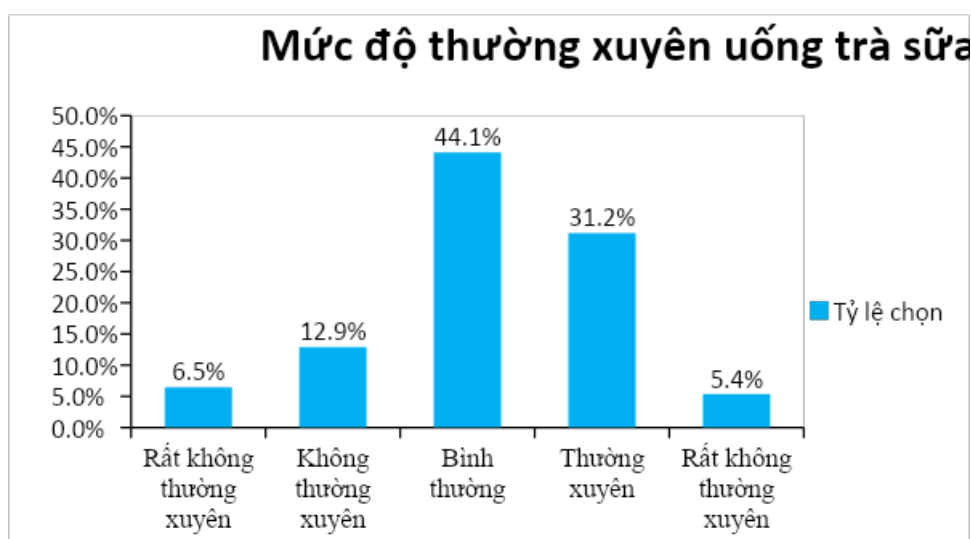


Hình 2.8: Biểu đồ thể hiện tỷ lệ khách hàng thích hoặc không thích xem phim ở quán trà sữa.

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa tại TP.HCM

Biểu đồ 2.7. cho thấy, có 75% người được hỏi thích quán có màn hình lớn để chiếu phim, còn lại có 25% không thích điều này. Giải thích cho 25% không thích là vì có nhiều khách hàng cần sự yên tĩnh để thư giãn, không phải ai cũng thích xem phim. Để giải quyết điều này, quán sẽ chỉ chiếu phim vào các khung giờ nhất định, các thời gian còn lại sẽ để không gian yên tĩnh cho khách hàng. Thiết kế của quán gồm một trệt, một lầu, dịch vụ chiếu phim được tổ chức ở tầng trệt, vì vậy nếu khách muốn yên tĩnh có thể chọn tầng trệt.

+ **Phân khúc theo hành vi mua hàng:** Khách hàng sẽ mua hàng vào các khoảng thời gian khác nhau để đáp ứng nhu cầu mang tính thời vụ hoặc căn cứ vào lợi ích mua hàng, khách hàng tìm kiếm những lợi ích khác nhau như kinh tế, chất lượng, thẩm mỹ. Đối với dự án này, khách hàng sẽ đông hơn vào khoảng thời gian có nhiệt độ cao trong năm. Tại thành phố Hồ Chí Minh, nơi có hai mùa mưa nắng rõ rệt, tuy nhiên số ngày nắng trong năm vẫn nhiều hơn cho nên Quán có thể kinh doanh quanh năm. Thiên Đường DOTINY chú trọng vào cách thức phục vụ khách hàng, với phương châm “Khách hàng là Ân nhân”, không gian quán được bài trí đẹp và hợp lý, đây sẽ là một không gian lý tưởng, cuốn hút cho khách hàng.



Hình 2.9: Biểu đồ thể hiện mức độ uống trà sữa của mẫu khảo sát

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

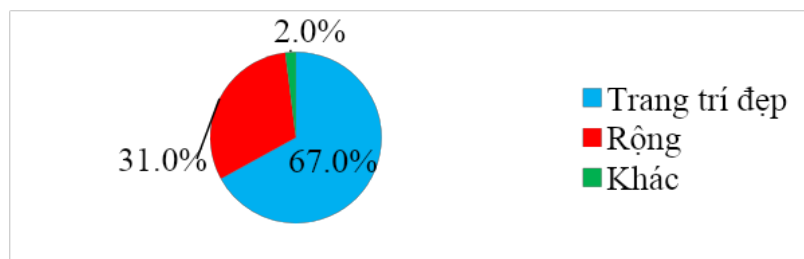
Biểu đồ 2.8. cho thấy rằng tỷ lệ người thường uống trà sữa khá cao, chiếm 80,6% số người khảo sát. Điều này có thể cho thấy rằng trà sữa là thức uống được sử dụng thường xuyên.

- **Khách hàng mục tiêu:** Dự án kinh doanh này chủ yếu nhắm vào đối tượng khách hàng trẻ tuổi là học sinh, sinh viên có nhu cầu cần một không gian để gặp gỡ, giao lưu bạn bè và thư giãn. Đây là khách hàng đầy tiềm năng và triển vọng trong tương lai. Uống trà sữa từ lâu đã thành thú vui của giới học sinh, sinh viên. Ngoài thời gian học tập, các bạn học sinh, sinh viên thường rủ nhau đến các quán trà sữa để có chút thời gian thanh thoi để nghe nhạc hay tâm sự với bạn bè. Ngoài ra, nếu các

khách hàng khác không thuộc đối tượng mục tiêu trên mà có hứng thú với và đến với quán trà sữa thì Thiên Đường DOTINY cũng rất hoan nghênh.

Sinh viên thực hiện chia nhóm khách hàng ra 3 nhóm là học sinh/sinh viên, nhân viên văn phòng và các nghề nghiệp khác. Trong đó, khách hàng chính là giới học sinh, sinh viên. Vì vậy Quán chú trọng phục vụ theo nhóm khách hàng này, nhóm học sinh/sinh viên yêu thích các mới mẻ, thoải mái, năng động và giá cả hợp lý. Do đó để phục vụ tốt nhóm khách hàng mục tiêu này, quán phải đáp ứng được các yêu cầu sau:

- + *Không gian thiết kế trẻ trung, cởi mở nhưng vẫn đáp ứng được sự riêng tư và tập sự thoải mái.*

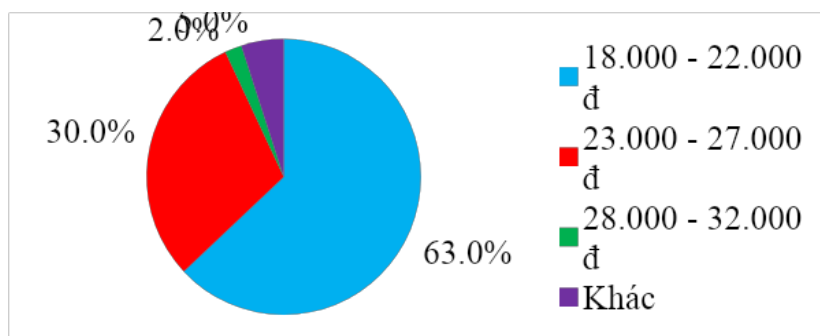


Hình 2.10: Biểu đồ thể hiện yêu cầu của khách hàng về không gian quán trà sữa.

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa tại TP.HCM

Biểu đồ trên cho thấy phần lớn khách hàng thích quán có không gian quán trang trí đẹp (chiếm 67%). Ngoài ra khách hàng cũng thích quán rộng rãi (chiếm 31%), tuy nhiên ở thành phố lớn như TP.HCM thì tìm một mặt bằng rộng rãi không phải dễ và chi phí phải trả khá lớn. Vì thế khách hàng chú trọng vào trang trí của quán sẽ giúp các quán có diện tích nhỏ mà trang trí đẹp vẫn có lượng khách ổn định. Ngoài trang trí đẹp và rộng rãi còn có các yêu cầu về gần gũi với thiên nhiên, yên tĩnh (chiếm 32%)

- + *Luôn luôn thay đổi để tạo sự mới mẻ, tránh sự nhàm chán.*
- + *Giá cả phù hợp với học sinh, sinh viên.*

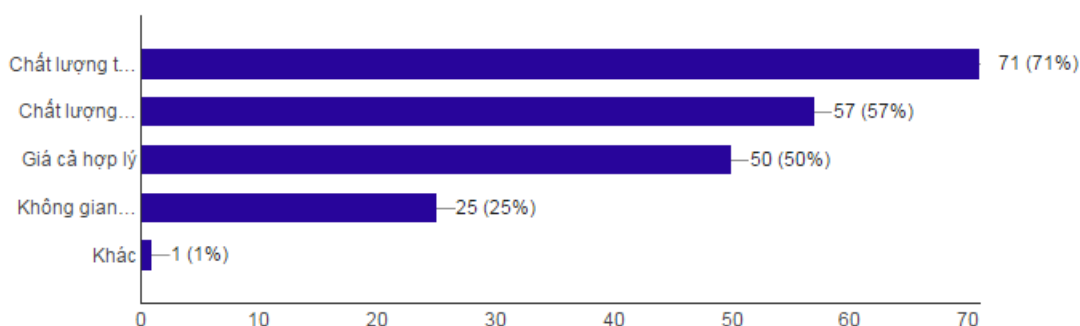


Hình 2.11: Biểu đồ thể hiện mức giá mà khách hàng cho là thích hợp với trà sữa.

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa tại TP.HCM

Mức giá mà khách hàng thấy hợp lý nhất với trà sữa là từ 18.000 đồng đến 22.000 đồng (chiếm 63%). Ngoài ra, nếu tăng mức giá lên 23.000 đồng đến 27.000 đồng vẫn được khách hàng chấp nhận (chiếm 30%). Còn lại là mức giá từ 28.000 đồng đến 32.000 đồng chỉ chiếm 5%, điều đó cho thấy rằng nếu tăng giá trên 28.000 đồng sẽ có ít khách hàng chấp nhận hơn. Một điều có thể thấy là có 2% khách hàng cho ý kiến khác, mức giá mà các khách hàng này đưa ra nằm vào khoảng 10.000 đồng đến 20.000 đồng cho 1 sản phẩm.

+ *Đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm, thức uống ngon, phục vụ nhiệt tình.*



Hình 2.12: Biểu đồ thể hiện các yếu tố thu hút khách hàng đến với quán trà sữa

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa tại TP.HCM

Các yếu tố để thu hút khách bao gồm chất lượng thức uống ngon, chất lượng phục vụ tốt, giá cả hợp lý, không gian quán đẹp và các yếu tố khác. Trong đó chất lượng sản phẩm ngon là yếu tố quan trọng hàng đầu (chiếm 71%), sau đó mới đến

chất lượng phục vụ (chiếm 57%), giá cả hợp lý (chiếm 50%), không gian quán đẹp (chiếm 25%) và yếu tố khác (chiếm 1%). Vì vậy quán cần chú tâm vào đảm bảo chất lượng sản phẩm, bổ sung thêm các loại sản phẩm mới và nâng cao chất lượng phục vụ.

- **Dự báo nhu cầu tương lai:** Hằng năm, các trường đại học và trung học phổ thông xung quanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY đón một lượng lớn học sinh, sinh viên đã tạo nên một lượng khách hàng tiềm năng khá lớn.

2.2.2. Môi trường kinh doanh ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh trà sữa Thiên Đường DOTINY

2.2.2.1. Môi trường vĩ mô

Môi trường vĩ mô là môi trường bao trùm lên hoạt động của tất cả các doanh nghiệp, có ảnh hưởng trực tiếp hay gián tiếp đến hoạt động của tất cả các doanh nghiệp, phân tích môi trường vĩ mô hỗ trợ đánh giá những yếu tố môi trường bên ngoài tác động lên hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và dự đoán xu hướng thay đổi trong tương lai để doanh nghiệp có những bước thay đổi thích hợp trong chiến lược kinh doanh của mình. Bao gồm các yếu tố kinh tế, chính trị, xã hội, pháp luật, môi trường, khoa học công nghệ.

- **Kinh tế:**

Các nhân tố kinh tế có vai trò quyết định đến sự hình thành phát triển môi trường kinh doanh. Nền kinh tế phát triển cao và mạnh sẽ kéo theo thu nhập của người lao động tăng lên, dẫn đến sức mua hàng hóa tăng lên. Đây là cơ hội giúp quán đáp ứng nhu cầu khách hàng, từ đó nâng cao thị phần, chiếm lĩnh thị trường và tăng lợi nhuận.

Tiếp nối xu thế tăng trưởng của năm 2016, Chính phủ dự kiến đặt mục tiêu tốc độ tăng trưởng kinh tế năm 2017 đạt 6,7% và tốc độ tăng CPI đạt dưới 5%. Có nghĩa là nền kinh tế được Chính phủ đánh giá sẽ còn tiếp tục tăng trưởng cao hơn nữa và tiếp tục giữ ổn định kinh tế vĩ mô. Theo nhóm nghiên cứu EIU (Economist Intelligence Unit), GDP Việt Nam được dự báo tăng xấp xỉ 7%, tương đương mục tiêu tăng trưởng được Quốc hội đề ra.



Hình 2.13: Biểu đồ thể hiện tốc độ tăng trưởng của Việt Nam so với các nước khác trên thế giới trong năm 2017

Nguồn: Economist Group

Với tốc độ này, Việt Nam đứng thứ 9 trong nhóm nước có tốc độ tăng GDP nhanh nhất thế giới. Còn theo dự báo mới nhất của Ngân hàng Thế giới, tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2016 sẽ đạt 6,6% (gần sát với mục tiêu kế hoạch của Chính phủ là 6,7%).

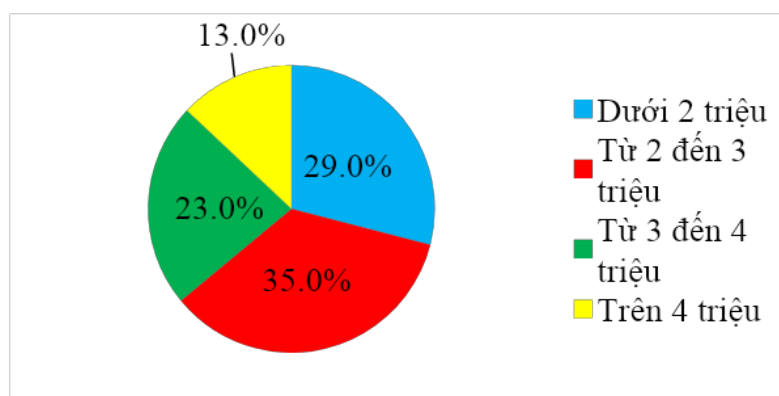
Tuy nhiên, những rủi ro mà WB cảnh báo nước ta có thể sẽ gặp phải đó là quá trình tái cơ cấu chậm chạp, nợ xấu chưa được xử lý triệt để (cho dù tỷ lệ nợ xấu có nằm dưới 3% theo báo cáo của Chính phủ). Tỷ lệ lạm phát được dự báo tiếp tục nằm ở mức thấp vì theo các dự báo của nhiều tổ chức quốc tế, giá dầu Thế giới không có xu hướng tăng trong nhiều năm tới vì nguồn cung dầu đang dư thừa và các nước cũng không biết Iran sẽ còn tung ra thị trường bao nhiêu thùng dầu nữa sau khi các nước phương Tây gỡ bỏ lệnh cấm vận đối với quốc gia này.

Môi trường kinh Việt Nam trong năm 2017 có khuynh hướng phát triển tốt, tỷ lệ tăng trưởng cao và ổn định. Đây là môi trường thuận lợi để đầu tư kinh doanh.

Dự kiến quán sẽ nằm trên quận Tân Phú, nếu như 10 năm về trước, quận Tân Phú bị xem là quận vùng ven thành phố thì giờ đây mọi chuyện đã khác. Tốc độ đô thị hóa nhanh, phát triển cơ sở hạ tầng đã làm cho bộ mặt kinh tế quận Tân Phú biến chuyển rõ rệt, hình thành nên các khu dân cư sầm uất. Quận Tân Phú hiện là “Vùng đất vàng ” cho đầu tư, hiện đã có nhiều dự án được triển khai như các trung tâm thương mại lớn, đáng kể là Aeon Mall, Co-opmart, Big,...Ngoài ra, còn rất nhiều dự án bất động sản đã, đang, sẽ được triển khai. Sự phát triển kinh tế đã nâng cao mức sống của người dân ở quận Tân Phú.

Khách hàng chủ yếu của quán trà sữa Thiên Đường DOTINY là học sinh/sinh viên, nhân viên văn phòng, các đối tượng này có mức chi tiêu khác nhau. Học sinh phần lớn là dân thành phố, đời sống kinh tế sẽ thoải mái hơn. Sinh viên thì phần lớn là dân ngoại tỉnh, số tiền mà họ chi tiêu đến từ gia đình và chính họ làm thêm để kiếm thêm thu nhập. Nhân viên văn phòng đã là những người đã đi làm nên họ có

thể chủ động trong chi tiêu. Nắm được mức chi tiêu của các nhóm khách hàng này, sẽ giúp quán xác định được mức giá phù hợp cho sản phẩm.



Hình 2.14: Biểu đồ thể hiện mức chi tiêu của đối tượng khảo sát

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa tại TP.HCM

Biểu đồ trên cho thấy mức chi tiêu trung bình của các đối tượng khảo sát. Mức chi tiêu từ 2 triệu đến 3 triệu/tháng chiếm tỷ lệ cao nhất (35%), tiếp đến là mức chi tiêu dưới 2 triệu (chiếm 29%), ở mức từ 3 triệu đến 4 triệu/tháng (cùng 23%) và mức chi tiêu trên 4 triệu (chiếm 13%).

- Chính trị, pháp luật:

Một thể chế chính trị ổn định, một hệ thống pháp luật chặt chẽ, chính sách và đường lối đối ngoại rõ ràng sẽ tạo điều kiện cạnh tranh lành mạnh, đảm bảo nền kinh tế phát triển ổn định.

Tình hình chính trị ở Việt Nam ổn định, không có dấu hiệu của sự bất ổn. Hơn nữa, những năm gần đây với sự cải cách về hành chính, tiêu trừ tham nhũng đã giúp cho môi trường đầu tư kinh doanh thông thoáng hơn. Quán trà sữa Thiên Đường DOTINY nằm ở TP.HCM là đầu tàu phát triển kinh tế của cả nước. Tại TP. HCM nhà nước khuyến khích đầu tư, môi trường đầu tư thông thoáng.

Quán Thiên Đường DOTINY hoạt động tuân theo quy định của pháp luật về thuê mướn lao động, thuế, đăng ký... Quán được tổ chức và hoạt động tuân theo nghị định Chính phủ số 43/ 2010/ ND – CP ngày 15/04/2010 về đăng ký doanh nghiệp quy định về hộ kinh doanh. Ngoài ra, quán còn tuân thủ các quy định khác về thuê mướn mặt bằng, vệ sinh an toàn thực phẩm, các giấy tờ, thủ tục liên quan khác...

Tình hình an ninh trật tự trên địa bàn quận Tân Phú đang được lực lượng công an kiểm soát gắt gao. Hàng năm, công an quận Tân Phú tổ chức truy quét tội phạm trên địa bàn quận và lân cận, tổ chức triệt phá các đường dây tội phạm lớn, bắt các băng cướp, trộm cắp tài sản. Tuy nhiên, với đặc thù dân cư khu vực là dân tứ xứ khắp nơi tụ về, nhiều đối tượng tội phạm vẫn thực hiện các hành vi trộm cắp, cướp giật tài sản làm hoang mang lòng dân. Vì vậy, quán sẽ lưu ý để có biện pháp phòng ngừa mất mát về tài sản.

- *Tự nhiên:*

Môi trường là yếu tố được quan tâm nhiều nhất hiện nay, việc phát triển ồ ạt không quan tâm đến môi trường đã gây ra các hậu quả nghiêm trọng, vì vậy yếu tố môi trường cần được chú trọng khi quyết định kinh doanh. Ngày nay, cụm từ phát triển bền vững đã ngày càng phổ biến, các tổ chức cần phải tuân theo các quy định về luật bảo vệ môi trường, chính sách môi trường của địa phương doanh nghiệp hoạt động...

Trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ ăn uống, môi trường là một trong những yếu tố quyết định đến sự thành công trong kinh doanh, vì môi trường tự nhiên là một thế lực chi phối xu hướng ẩm thực ở một khu vực. Ở Việt Nam, là một nước có khí hậu nhiệt đới gió mùa, số ngày nắng nóng trong năm cao rất thuận lợi cho dịch vụ kinh doanh nước giải khát. Với đặc thù khí hậu tại TP. HCM có 2 mùa rõ rệt, mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 11, mùa khô từ tháng 12 đến tháng 4 năm sau. Tuy nhiên, vài năm trở lại đây, biến đổi khí hậu toàn cầu đã làm mùa mưa đến trễ hơn và ngắn hơn, mùa khô kéo dài, nhiệt độ tăng cao hơn. Với nhiệt lượng cao kết hợp với hiệu ứng đô thị đã làm cho cái nóng trở nên gay gắt hơn, khiến cho nhu cầu giải khát, tránh nắng tăng cao, điều đó đã tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển dịch vụ giải khát.

Ngoài ra, thành phố Hồ Chí Minh là một trung tâm kinh tế lớn của Việt Nam, hàng hóa khắp nơi được buôn bán ở đây. Vì thế khi kinh doanh trà sữa ở thành phố Hồ Chí Minh, Quán đã có nguồn nguyên liệu tại chỗ, rất đa dạng và phong phú. Hơn nữa, với khí hậu nhiệt đới, Việt Nam có rất nhiều loại trái cây, đây là một nguồn cung cấp nguyên liệu tại chỗ, đa dạng, đảm bảo chất lượng cho kinh doanh thức uống.

- Văn hóa – Xã hội:

Cùng với sự phát triển kinh tế, sự biến động về các yếu tố văn hóa xã hội ngày càng có tác động mạnh mẽ đến sự hoạt động các công ty như tỷ lệ sinh, quy mô gia đình, trào lưu sức khỏe... Tính đến năm 2016, dân số Việt Nam đạt khoảng hơn 90 triệu dân, thu nhập bình quân tăng, đời sống ngày càng được nâng cao. Nhu cầu thưởng thức của người Việt tăng cao, họ sẵn sàng chi một khoảng tiền lớn để thỏa mãn sở thích ẩm thực của mình. Người Việt thích ăn uống cùng gia đình, bạn bè. Do cuộc sống ngày càng hối hả, tấp nập và phục vụ các mối quan hệ nên người Việt thường hay đến các quán, nhà hàng thay vì ở nhà. Môi trường văn hóa, sinh viên thực hiện đánh giá theo 3 nhân tố sau:

Thứ nhất, sở thích ngồi quán xá của người Việt. Ngày nay, người ta hẹn gặp nhau ở quán xa bên ngoài, thời gian rảnh rỗi cũng ngồi trong thư giãn ở đâu đó chỉ là chuyện bình thường. Mọi người không chỉ đi làm rồi về nhà, họ giành cho mình thời gian để đi ra ngoài, giao lưu gặp gỡ bạn bè. Giới trẻ ngày nay không bị bó buộc nhiều, họ được thoải mái làm những điều mình thích. Các bạn trẻ thường chọn các quán trà sữa, cà phê để gặp nhau, trò chuyện, học hành...

Thứ hai, văn hóa uống trà của người Việt. Uống trà là một nét văn hoá lâu đời trong phong tục của người Việt. Từ xa xưa, trà đã được sử dụng hàng ngày như một thứ nước giải khát. Các gia đình trong làng thường luân phiên pha trà mỗi tối để thiết đãi cả làng. Cầm chén trà bên bếp lửa hồng, họ nói những câu chuyện về cuộc sống. Uống trà trở thành cách hun đúc tình làng, nghĩa xóm, làm con người trở nên thân thiện và gần gũi nhau hơn. Dần dần, trà trở thành một phương tiện giao tiếp, mở đầu cho những cuộc gặp gỡ, giao đãi người thân, bạn bè, đối tác... Trà giống như một lễ nghi giữ vai trò giao lưu giữa các giai tầng trong xã hội, không phân biệt tôn giáo, tín ngưỡng, đẳng cấp.

Thứ ba, sự tiện lợi khi sử dụng. Thay vì tự tay pha chế trà sữa để phục vụ sở thích bản thân, khách hàng có thể thưởng thức các loại thức uống thơm ngon, bổ dưỡng với mức giá vừa phải. Quán trà sữa Thiên Đường DOTINY ngoài việc phục vụ tại quán, khách hàng có thể mua sản phẩm được đựng trong các cốc nhựa sạch sẽ, để mang về nhà để thưởng thức.

- Kỹ thuật:

Đây là yếu tố quan trọng trong cạnh tranh, công nghệ mới sẽ tạo ra sản phẩm mới, năng suất, chất lượng tốt hơn. Hiện nay công nghệ phát triển như vũ bão, sự phát triển đó ảnh hưởng lớn đến hoạt động của quán. Công nghệ hiện đại sẽ giúp cho quá trình sản xuất nhanh hơn, tiết kiệm nguyên vật liệu, giảm chi phí mà vẫn đảm bảo chất lượng.

Trong ngành dịch vụ ăn uống thì các công nghệ về bảo quản thực phẩm, tiết trùng đảm bảo an toàn vệ sinh, các thiết bị máy móc chế biến thức ăn mới đảm bảo chất lượng mà rút ngắn được thời gian cũng như giá thành cho sản phẩm. Quán trà sữa Thiên Đường DOTINY sử dụng một tủ đông công suất lớn để bảo quản thực phẩm. Ngoài những nguyên vật liệu cần bảo quản lạnh, các nguyên vật liệu khác được bảo quản trong các dụng cụ như chai, ly, hũ, được bảo quản nơi khô ráo. Cùng với đó là công tác huấn luyện nhân viên để thành thục với các công nghệ mới, nâng cao năng suất.

Tại quán trà sữa Thiên Đường DOTINY sử dụng phần mềm bán hàng DDRes để quản lý bán hàng và tính tiền nhanh, hỗ trợ báo kết quả doanh thu, quản lý kho nguyên vật liệu, quản lý được khách hàng thân thiết và quản lý được hành vi nhân viên thông qua dữ liệu lưu trữ.

Đặc biệt là sự mở rộng của mạng lưới Internet, giúp mọi người có thể truy cập mọi lúc mọi nơi, nắm bắt được nhu cầu sử dụng mạng Internet, hiện nay hầu hết các quán kinh doanh trà sữa, cà phê đều có lắp đặt hệ thống Internet để phục vụ khách hàng.

Hơn nữa, Hiện nay thương mại điện tử đang phát triển rất mạnh, các quán cần tận dụng cơ hội này để quảng bá hình ảnh, sản phẩm, thu hút khách hàng. Quán sẽ thành lập Fanpage trên mạng xã hội để quảng bá hình ảnh của quán.

2.2.2.2 Phân tích ngành (Fiveforce)

Quán trà sữa là một trong những lĩnh vực kinh doanh tốt, đặc biệt ăn uống là một trong những nhu cầu cấp thiết của con người. Tuy nhiên, Kinh doanh trà sữa cũng không phải là một ngành nghề dễ trong khi nó tồn tại khá nhiều đối thủ cạnh tranh cả hiện tại lẫn tiềm ẩn, ngoài ra còn gặp phải những áp lực cạnh tranh:

- *Đối thủ cạnh tranh hiện hữu*

Hiện nay trên địa bàn quận Tân Phú đã tồn tại nhiều quán trà sữa, cà phê phù hợp với giới sinh viên và học sinh với nhiều phong cách khác nhau, cũng như các mức giá khác nhau. Cụ thể tại khu vực quanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY có 21 quán trà sữa và nhiều quán cà phê lớn nhỏ trong vòng bán kính 2km.

Quán trà sữa

Các quán được đánh giá cao bao gồm: quán X-Tea, quán Hoa Hướng Dương, quán RiO, quán FunZone, quán Cà Rem, quán Cold Palace, quán trà sữa Đài Loan, quán trà sữa 365, quán Bing Bong. Các quán này hiện đang nắm giữ khoảng 60% lượng khách hàng trong khu vực.

- + Quán X-Tea, số 26A Lê Trọng Tấn, quán có quy mô 1 trệt, 4 tầng, lấy tông màu chủ đạo là màu xanh lá. Quán kinh doanh trà sữa và cà phê sân thượng. Thức uống tại quán được một số phản hồi tốt từ khách hàng, giá thức uống giao động từ 22.000 đồng đến 30.000 đồng.
- + Quán Hoa Hướng Dương, số 38 đường Lê Trọng Tấn. Đây là một quán lớn, với diện tích khá rộng, quy mô 1 trệt 3 lầu với diện tích mặt tiền đường rộng thoáng. Quán lấy tông màu chủ đạo là màu vàng nhạt, trang trí bên trong quán khá đẹp, gọn gàng. Giá thức uống giao động từ 25.000 đồng đến 40.000 đồng.
- + Quán RIO, đây là một quán đã hoạt động nhiều năm, quán nằm tại số 42 Lê Trọng Tấn. Quán có 1 trệt phục vụ, không có lầu, không gian quán khá rộng, được trang trí theo chủ đề là bộ phim RIO, lấy biểu tượng là các chú chim vẹt và hình tượng của “Angry Birds”. Quán bố trí khoảng 20 bàn nên vẫn còn khá nhiều không gian trống. Ở đây có bố trí một kệ sách, với một số truyện tranh, sách tâm lý và tạp chí. Quán có cung cấp một số bộ trò chơi miễn phí cho khách như cờ vua, cờ cá ngựa, bài, rút gỗ jenga. Mức giá giao động từ 22.000 đồng đến 40.000 đồng. Ưu điểm của quán là có vị trí để xe rộng rãi, có thể 20 chiếc một lượt.
- + Quán FunZone, tọa lạc tại địa chỉ 144/13 Lê Trọng Tấn, Quán mới được thành lập cách đây hơn nửa năm. Lợi thế mạnh nhất của quán là nằm ngay bên

hông trường Đại học CNTP TP.HCM, đây là con hẻm buôn bán nhộn nhịp với số lượng sinh viên qua lại khá đông. Quán có diện tích khoảng 4x15 m, bố trí 18 bàn ngồi sàn và ghế bệt dựa, thiết kế quán khá đơn giản. Tông màu chủ đạo của quán là màu cam, biển hiệu màu cam, đồng phục màu cam. Nhược điểm của quán là chỗ để xe không đủ rộng, nếu là sinh viên để xe trong trường thì tốt, còn khách qua đường thì khá bất tiện trong chỗ để xe. Mức giá thức uống tại đây giao động từ 15.000 đồng đến 30.000 đồng.

+ Quán Cà Rem, nằm ở số 161 Lê Trọng Tấn, gần giao lộ Lê Trọng Tấn với đường Sơn Kỳ. Quán kinh doanh trà sữa tự chọn, xiên que...Mức giá giao động từ 10.000 đồng đến 30.000 đồng.

+ Quán trà sữa 365, nằm tại số nhà 365 Lê Trọng Tấn, quán khá đẹp, quy mô quán 1 trệt 2 lầu. Mức giá giao động từ 18.000 đồng đến 30.000 đồng.

+ Quán Cold Place, nằm ở số 62 đường 27, quán đã hoạt động được nhiều năm và có khách hàng ổn định, khu vực kinh doanh gồm 1 trệt 1 lầu. Mức giá giao động từ 20.000 đồng đến 30.000 đồng.

+ Quán Trà Sữa Đài Loan, nằm ở vị trí 166A Tân Sơn Nhì, quán có quy mô 1 trệt 3 lầu, quán nằm khá xa trường Đại học Công nghiệp Thực Phẩm. Mức giá giao động từ 22.000 đồng đến 35.000 đồng.

+ Quán Bing Bong, số 08 Dương Đức Hiền, quán nằm gần giao lộ Lê Trọng Tấn với Dương Đức Hiền, khu vực kinh doanh gồm 1 trệt 1 lầu. Ưu điểm của quán là có bãi đỗ xe rộng rãi. Mức giá giao động từ 22.000 đến 35.000 đồng.

Các quán trà sữa còn lại phần lớn có quy mô nhỏ lẻ, hoặc nằm xa khu vực gần trường học nên chỉ nắm khoảng 40 % khách hàng trong khu vực.

+ Quán Today, quán này được mở cách đây 2 tháng, nằm ở số 44 Lê Trọng Tấn, gần quán RIO, quán kinh doanh trà sữa, kem, cà phê. Quán nằm tại một ngã ba nên có hai mặt tiền, quán bố trí chủ yếu là bàn ngồi cao, diện tích khoảng 40m². Giá sản phẩm giao động từ 15.000 đồng đến 30.000 đồng.

+ Trà Sữa Ngọc Lan, tại số 80 Lê Trọng Tấn, quán này có không gian mở, sử dụng hệ thống phun sương để làm mát. Ngoài kinh doanh trà sữa, quán còn bán

com tắm vào buổi sáng và trưa. Mặt tiền khá rộng, khoảng 10m, khu vực kinh doanh bao gồm một trệt và một gác. Mức giá nằm trong khoảng 20.000 đồng đến 30.000 đồng.

- + Quán MMay Coffee, nằm tại 144/19A Lê Trọng Tấn. Quán mới mở thời gian gần đây, không gian kinh doanh gồm 1 trệt và 1 gác. Tầng trệt sử dụng loại bàn ghế cao, sắp xếp chạy dọc theo quán. Gác nhỏ để được 8 bàn ngồi sàn, không gian khá nhỏ và tối. Quán có phong cách trang trí lạ, khá thu hút.
- + Quán Kiss Me, có vị trí ở số 152 Lê Trọng Tấn, nằm phía bên phải trường Đại học CNTP TP.HCM, diện tích kinh doanh khoảng 30m², quán có không gian mở. Mức giá giao động từ 15.000 đồng đến 25.000 đồng.
- + Quán Cool Tea, có địa chỉ 115A Lê Trọng Tấn. Quán đã hoạt động được nhiều năm, đây là một quán hoạt động theo kiểu gia đình, quán nằm đối diện trường Đại học CNTP TP.HCM. Khu vực kinh doanh gồm 1 trệt 1 lầu. Mức giá giao động từ 20.000 đồng đến 30.000 đồng.
- + Quán Hà Chu, nằm ở số 9 đường 27, quán kinh doanh trà sữa với khu vực kinh doanh gồm 1 trệt 1 lầu. Giá giao động từ 20.000 đồng đến 30.000 đồng.
- + Quán Lười, số 33 đường 27, quán nằm ở đoạn giữa đường 27, thiết kế quán không ấn tượng, diện tích kinh doanh tương đối nhỏ. Mức giá giao động từ 18.000 đồng đến 25.000 đồng.
- + Quán Couple, tọa lạc tại số 58 đường 27, đây là một quán với quy mô nhỏ, thiết kế đơn giản. Mức giá giao động từ 15.000 đồng đến 25.000 đồng.
- + Quán New Tea, số 73 đường 27, quán nằm đối diện với quán Cold Place, diện tích kinh doanh khoảng 4.5x10 m², quán hoạt động nhiều năm nhưng chưa được đầu tư, tu sửa lại. Mức giá giao động từ 20.000 đồng đến 30.000 đồng.
- + Quán Mộc Hương, số 80 đường 27, nằm đoạn giữa đường 27, khu vực kinh doanh gồm 1 trệt với diện tích khoảng 30 m², mức giá giao động từ 18.000 đồng đến 30.000 đồng.
- + Quán Kitty, số 24 Dương Đức Hiền, quán nằm gần quán BingBong, trang trí theo chủ đề “Hello Kitty”, tông màu chủ đạo màu hồng. khu vực kinh doanh gồm 1 trệt 1 lầu. Mức giá giao động từ 20.000 đến 30.000 đồng.

- + Quán Starlight, số 26 đường Nguyễn Hữu Tiến, đường Nguyễn Hữu Tiến có mặt đường tương đối nhỏ, khu vực kinh doanh bao gồm 1 trệt với diện tích 1 sân bên hông rộng khoảng 30m², ngoài ra còn kinh doanh khu vực sân thượng. Mức giá giao động từ 22.000 đồng đến 35.000 đồng.

Quán cà phê: Trong khu vực này, hiện tại có một số quán cà phê đang hoạt động kinh doanh ổn định. Trong đó có các quán lớn như: Quán Cà phê DJ Luxury (số 06 đường Lê Trọng Tấn), quán sân vườn Fuji Cà phê (số 690 Lê Trọng Tấn), quán Cà phê Sơn (số 117 Lê Trọng Tấn), quán Dạ Phi Cơ (118/19 Nguyễn Đỗ Cung), cà phê Nhạc Trẻ Tigôn (số 108 Tân Sơn Nhì)...Ngoài ra còn có một số quán cà phê quy mô nhỏ khác như quán Cà phê Khang (số 40 Lê Trọng Tấn), Quán Coffee Soóc (số 62-64 Lê Trọng Tấn), quán cà phê QQ (số 167 Lê Trọng Tấn), quán Pick Me (số 223 Lê Trọng Tấn), quán DiLi's Coffee (số 239 Lê Trọng Tấn), quán Thủy Mộc (số 277 Lê Trọng Tấn), quán Sumi (số 07 đường Sơn Kỳ), quán Lucky Star (số 27 Sơn Kỳ), Quán Sunny (số 72 đường 27), quán cà phê Aeon...

Ngoài ra, trong khu vực còn có hai trung tâm thương mại lớn, đó là Aeon Mall Tân Phú và Big C Trường Chinh. Bên trong các trung tâm này có nhiều cửa hàng bán thức ăn và nước uống. Đây là hai đối thủ lớn, với số lượng người tham quan mua sắm rất lớn.

- *Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn*

Đối thủ tiềm ẩn là các đối thủ hiện chưa có mặt trên trong ngành nhưng có thể ảnh hưởng tới ngành trong tương lai. Đối thủ tiềm ẩn nhiều hay ít, áp lực của họ tới ngành mạnh hay yếu sẽ phụ thuộc vào các yếu tố sau:

- + Sức hấp dẫn của ngành: Hiện nay tuy có nhiều quán trà sữa được mở ra, tuy nhiên sức hút từ lĩnh vực kinh doanh này vẫn rất cao, là do tỷ suất sinh lợi của nó mang lại. Kinh doanh trà sữa không cần số vốn lớn, có một số vốn tương đối, mặt bằng tốt, có kiến thức kinh doanh và một kế hoạch tốt là có thể gia nhập lĩnh vực này. Giới trẻ ngày nay đã quen với việc ngồi trong quán trà sữa, trò chuyện cùng bạn bè. Khách hàng cũng thích thay đổi địa điểm, có nhiều lựa chọn hơn, vậy nên nếu có quán mới mở ra, khách hàng sẽ đến. Vì vậy sơ hội gia nhập ngành khác cao cho các nhà đầu tư mới.

+ Những rào cản gia nhập ngành : Sức hút của lĩnh vực kinh doanh trà sữa là rất lớn, tuy nhiên cần phải có kiến thức, kế hoạch kinh doanh tốt thì mới có thể tồn tại được. Đặc biệt, vị trí đặt quán là rất vấn đề quan trọng, để được một mặt bằng tốt là không dễ dàng, mặt bằng kinh doanh phải đạt được các yếu tố cần thiết. Các nguồn lực đặc thù như nguyên vật liệu đầu vào của kinh doanh trà sữa có thể được cung cấp rất dễ dàng với nhiều nguồn cung cấp khác nhau. Các loại máy móc thiết bị sử dụng có giá trị thấp, chi phí sử dụng thấp, dễ dàng sử dụng. Về nguồn nhân lực, kinh doanh trà sữa không yêu cầu chuyên môn nghiệp vụ cao, quan trọng là có đầu óc kinh doanh, nhân sự làm việc có thể thuê ngoài để đảm nhận các công việc cụ thể .

Sức hấp dẫn của lĩnh vực kinh doanh trà sữa cao, những rào cản gia nhập ngành có thể giải quyết được đã tăng khả năng gia nhập ngành của các nhà đầu tư mới, gia tăng áp lực cho hoạt động kinh doanh trà sữa Thiên Đường DOTINY.

- ***Sản phẩm thay thế***

Sản phẩm và dịch vụ thay thế là những sản phẩm, dịch vụ có thể thỏa mãn nhu cầu tương đương với các sản phẩm dịch vụ trong ngành. Xu hướng tiêu dùng luôn luôn thay đổi, thay vì uống trà sữa, khách hàng có rất nhiều lựa chọn khác, đồng thời chi phí chuyển đổi là rất thấp vì vậy áp lực từ sản phẩm thay thế là rất lớn. Ngay tại khu vực gần quán có rất nhiều hàng quán bán các sản phẩm giải khát kem, chè, sinh tố, nước sâm, nước mía, rau má....Các quán này chủ yếu là kinh doanh gia đình nhỏ lẻ, kinh doanh vỉa hè, với mức giá tương đối thấp phù hợp với học sinh, sinh viên, lại tiện lợi để ghé vào tiêu dùng, thưởng thức. Chính vì vậy, áp lực từ sản phẩm thay thế là rất cao.

- ***Khách hàng***

Khách hàng là một áp lực cạnh tranh có thể ảnh hưởng trực tiếp tới toàn bộ hoạt động kinh doanh của ngành. Khách hàng mục tiêu của quán là học sinh, sinh viên, nhóm khách hàng này rất nhạy cảm về giá cả sản phẩm. Đặc biệt khi trong ngành có nhiều đối thủ cạnh tranh, khách hàng sẽ có sự so sánh giá cả. Gần địa điểm kinh doanh, có nhiều quán trà sữa, cà phê vì vậy khi lựa chọn có đến với quán hay

không, khách hàng sẽ so sánh giá cả, chất lượng sản phẩm, thái độ phục vụ của nhân viên.

- *Nhà cung cấp*

Số lượng và quy mô của nhà cung cấp sẽ quyết định áp lực cạnh tranh, quyền lực đàm phán của nhà cung cấp với tổ chức. Đối với kinh doanh trà sữa, rất dễ dàng để tìm một nhà cung cấp hàng hóa, vì vậy áp lực từ nhà cung cấp không cao. Nhà cung cấp đóng một vai trò quan trọng trong hoạt động của quán. Với phương châm đặt “Chất lượng lên hàng đầu”. Các nhà cung cấp được lựa chọn cho quán trà sữa Thiên Đường DOTINY đảm bảo các tiêu chí về chất lượng, số lượng ổn định, giá cả hợp lý.

Bảng 2.1: Nhà cung cấp cho quán

Sản phẩm	Nhà cung cấp
Nội thất	Công ty Mộc Kiến Việt
Điện máy	Siêu thị Điện Máy Chợ Lớn, Nguyễn Kim, Saigonhd.com
Trang trí	Cửa hàng, đại lý, shop IronStyle.vn
Nguyên vật liệu	Đại lý, Chợ
Đồ dùng và vật dụng nấu nướng	Cửa hàng, đại lý, siêu thị
Vật dụng khác	Siêu thị, cửa hàng

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

2.3. Phân tích SWOT của quán trà sữa Thiên Đường DOTINY

- *Strengths – Điểm mạnh*

- + S1- Quán được trang trí đẹp mắt, thu hút khách hàng
- + S2 - Dịch vụ mới lạ
- + S3 - Chất lượng phục vụ tốt
- + S4 - Giá cả hợp lý
- + S5 - Vị trí thuận lợi
- + S6 - Nguyên vật liệu từ thiên nhiên, không sử dụng hóa chất độc hại

- **Weaknesses – Điểm yếu**
 - + W1 - Chủ quán còn thiếu kinh nghiệm trong việc quản lý
- **Opportunities – Cơ hội**
 - + O1 - Quy mô thị trường ngày càng tăng
 - + O2 - Sự yêu thích của giới trẻ với trà sữa
 - + O3 – Thời tiết ngày càng nóng
- **Threats – Nguy cơ**
 - + T1 - Có nhiều đối thủ lớn trên thị trường
 - + T2 - Mô hình có thể bị bắt chước
 - + T3 – Tin đồn về sử dụng hóa chất độc hại

Bảng 2.2: Ma trận SWOT của Thiên Đường DOTINY

Chiến lược SO: - S₁S₂S₅S₆O₁O₂O₃: Dựa vào điểm mạnh của quán về trang trí, dịch vụ mới lạ, vị trí thuận lợi, tốt cho sức khỏe để tăng lượng khách hàng cho quán. - S₃S₄S₆O₁O₂: Dựa vào chất lượng phục vụ tốt, chất lượng sản phẩm, giá cả hợp lý để giữ chân các khách hàng cũ, thu hút khách hàng mới.	Chiến lược ST: - S₁S₂S₆T₁: Dựa vào dịch vụ mới lạ, nguyên liệu sạch để thu hút khách hàng - S₃S₄S₅S₆T₂: Dựa vào những thế mạnh của quán về giá cả, chất lượng sản phẩm, phục vụ để giữ khách hàng, luôn thay đổi để đáp ứng nhu cầu khách hàng. - S₆T₃: phát triển theo hướng bền vững, sử dụng nguyên liệu sạch, thân thiện với người dùng, tốt cho sức khỏe.
Chiến lược WO: -W₁O₁O₂O₃: Tận dụng cơ hội thị trường để phát triển quán, rút kinh nghiệm.	Chiến lược WT: - W₁T₁T₂T₃: Tham khảo các mô hình có trước để học hỏi kinh nghiệm và tìm ra phương thức cạnh tranh hiệu quả.

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

2.4. Mô hình vận hành hoạt động kinh doanh quán trà sữa Thiên Đường DOTINY

- **Loại hình kinh doanh:** kinh doanh hộ cá thể. Theo quy định tại Điều 49 Nghị định 43/2010/NĐ-CP về đăng ký doanh nghiệp thì hộ kinh doanh cá thể được quy định như sau: Hộ kinh doanh do một cá nhân là công dân Việt Nam hoặc một nhóm người hoặc một hộ gia đình làm chủ, chỉ được đăng ký kinh doanh tại một địa điểm.

Hộ kinh doanh chỉ được sử dụng không quá mười lao động, không có con dấu và chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình đối với hoạt động kinh doanh. Hộ kinh doanh không có tư cách pháp nhân và không có con dấu riêng.

Đăng ký kinh doanh hộ cá thể phù hợp với quy mô của quán, giảm được các rắc rối, phức tạp trong giấy tờ pháp lý của các loại hình khác, không phải khai báo thuế hàng kỳ. Hơn nữa, các khoản thuế phải đóng khá nhỏ vì vậy sẽ mang lại lợi nhuận sau thuế nhiều hơn.

- **Quy trình vận hành:**

Bảng 2.3: Quy trình vận hành của Quán

Các bước thực hiện	Mô tả	Công việc
Mở cửa hàng	<i>Giờ hoạt động:</i> 7h30 sáng. Tất cả nhân viên của quán làm việc đến sớm 30 phút để chuẩn bị công việc.	- Khởi động các hệ thống máy móc. - Dọn dẹp nơi làm việc. - Kiểm tra nguyên vật liệu. - Nhập hàng 7h45 sáng từ đại lý, chợ.
Hoạt động	Thời gian hoạt động từ 8h sáng đến 22h30 đêm. Được chia làm 2 ca làm việc: - Ca 1 từ 7h30 sáng đến 15h30 chiều.	- Các nhân viên phối hợp thực hiện công việc từ khâu tiếp đón khách hàng, order, thanh toán, phục vụ tuân theo quy trình phối hợp công việc. - Nhân viên ca 1 bàn giao lại công việc cho nhân viên ca 2. Nhân viên thu ngân ca 1 ký xác nhận phần việc đã làm,

	- Ca 2 từ 15h chiều đến 23h đêm.	bàn giao sổ sách lại cho nhân viên thu ngân ca 2. Nhân viên pha kiểm tra lại nguyên vật liệu, các công việc đang làm dở dang bàn giao lại cho nhân viên pha chế ca 2 để tiếp tục công việc. - Lên danh sách các nguyên vật liệu đã hết và sắp hết để đặt hàng. - Ghi chép sổ sách về thu chi trong ngày, số lượng sản phẩm bán trong ngày, lượng hàng nhập trong ngày.
Đóng cửa	<i>Giờ đóng cửa: 22h30</i> đêm. Tất cả nhân viên làm việc rời cửa hàng cùng lúc.	- Dọn dẹp nơi làm việc. - Kiểm tra lại nguyên vật liệu, nhân viên pha chuyển giao danh sách các nguyên vật liệu đã hết, sắp hết cho thu ngân, ký xác nhận vào danh sách đó. Tiến hành bảo quản nguyên vật liệu. - Tắt các hệ thống máy móc, khóa cửa hàng.

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

2.5. Xây dựng chiến lược kinh doanh và marketing

2.5.1. Phân tích sản phẩm

2.5.1.1 Thiết kế quán

Quán được thiết kế theo phong cách trẻ trung, không gian trang trí thông thoáng thoải mái. Tông chủ đạo là màu xanh dương và vàng kim, tạo ra cho quán khoảng không gian rộng thoáng, sự tinh khiết và sạch sẽ. Chủ đề trang trí là “Thiên đường biển”, Quán sẽ tạo ra một không gian biển cả để khách hàng hòa mình vào thiên nhiên, cảm nhận vẻ đẹp của đại dương, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường. Cụ thể:

- **Tầng trệt:** Thiết kế cửa kính lùi vào 2 mét để có thêm không gian để xe và quầy thu ngân. Tầng trệt sẽ là không gian yên tĩnh, dành cho bạn bè gặp gỡ trò chuyện

với nhau. Bố trí bao gồm 3 khu vực nhỏ, khu vực 1 sẽ là quầy tính tiền và để xe, khu vực 2 là bếp, khu vực 3 sử dụng bàn ngồi sàn theo phong cách Nhật. Phòng bếp ngoài một cửa chính để ra vào còn có 1 cửa sổ nhỏ thông với khu vực kinh doanh, cửa này dùng để nhân viên phục vụ đưa phiếu order cho nhân viên pha chế để nhận sản phẩm. Dưới mỗi bàn ngồi sàn làm một tấm thảm làm bằng vải giả lông màu xanh dương. Tầng trệt có bố trí 1 kệ sách để phục vụ nhu cầu của khách hàng. Dưới gầm cầu thang sẽ bố trí một tiểu cảnh mô phỏng một rặng sang hô. Các loại đèn trang trí bao gồm đèn thả trần và đèn treo tường. Đèn tường sẽ là màu xanh dương, đèn thả trần là màu vàng kim. Trên tường sẽ được vẽ các hình ảnh về đại dương, bãi biển... Ngoài ra, quán sẽ sử dụng các vỏ ốc để trang trí, trưng bày và một số vật dụng trang trí khác mô tả các sinh vật biển.

- **Tầng 1:** Tầng 1 sẽ bao gồm 2 khu vực dành cho phòng vệ sinh và khu vực kinh doanh. Tầng 1 sẽ trang trí tương tự tầng trệt. Tầng 1 có bố trí 1 kệ sách phục vụ cho nhu cầu đọc sách của khách. Tại tầng 1 sẽ sử dụng bàn ngồi sàn. Ở tầng 1 này có bố trí 1 máy chiếu để phục vụ chiếu phim.

Các hạng mục đầu tư cho quán

Bảng 2.4: Chi phí mặt bằng, thiết kế, công thợ

Chi phí mặt bằng, thiết kế, công thợ	Số Lượng	ĐVT	Giá Thành	Thành tiền: 57,830,000 đ
Tiền Cọc mặt bằng	3	Tháng	13,000,000 đ	39,000,000 đ
Sơn nước (đã tính công thợ/m ²)	125	m ²	30,000 đ	3,750,000 đ
vẽ tường (sơn dầu/m ²)	16	m ²	280,000 đ	4,480,000 đ
Chi phí cải tạo lại	1	Lần	10,000,000 đ	10,000,000 đ
chi phí lắp đặt điện	3	lần	200,000 đ	600,000 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Bảng 2.5: Nội thất trong quán Thiên Đường DOTINY

Nội thất	SL	ĐVT	Giá thành	Thành tiền: 28,960,000 đ
-----------------	-----------	------------	------------------	---------------------------------

Bàn ngồi sàn gỗ pallet(50x70)	27	Cái	400,000 đ	10,800,000 đ
Bàn cao (50x300)	1	Cái	500,000 đ	500,000 đ
Kệ Sách 60x5	2	Cái	540,000 đ	1,080,000 đ
Kệ dép 80 x 6 tầng	1	Cái	400,000 đ	400,000 đ
Đệm ngồi 40 cm2	108	Cái	60,000 đ	6,480,000 đ
Kệ ly chén đĩa Inox 3 tầng	2	Cái	400,000 đ	800,000 đ
Tủ	2	Cái	2000,000 đ	4000,000 đ
Ghế cao	5	Cái	180,000 đ	900,000 đ
Quầy gỗ MDF + công + sơn	1	Cái	4,000,000 đ	4,000,000 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Bảng 2.6: Hàng điện máy trong quán Thiên Đường DOTINY

Hàng điện máy	Số lượng	ĐVT	Giá thành	Thành tiền: 46,390,000
Laptop cũ	2	Cái	3,000,000 đ	6,000,000 đ
Ampli + Loa vi tính	2	Cái	850,000 đ	1,700,000 đ
Máy chiếu Optoma s316, màn chiếu	1	Cái	9,290,000 đ	9,290,000 đ
Phần mềm, máy in bill	1	Cái	4,000,000 đ	4,000,000 đ
Tivi 32 inch	1	Cái	3,500,000 đ	3,500,000 đ
Modem wifi Internet	2	Cái	2,200,000 đ	4,400,000 đ

Tủ đông 2 ngăn	1	Cái	3,000,000 đ	3,000,000 đ
Máy lạnh inverter 1.5HP (1 cục nóng, 2 cục lạnh)	1	Cái	11,000,000 đ	11,000,000 đ
Máy ép trái cây	1	Cái	500,000 đ	500,000 đ
Máy ép nắp nhựa	1	Cái	1,500,000	1,500,000
Máy xay sinh tố	1	Cái	1,500,000	1,500,000

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Bảng 2.7: Vật dụng trang trí

Trang trí quán	SL	ĐVT	Giá Thành	Thành tiền: 29,250,000 đ
Bảng hiệu - alu ngoài trời	5	m2	650,000 đ	3,250,000 đ
Đèn pha	3	cái	600,000 đ	1,800,000 đ
Băng rôn	5	m2	36,000 đ	180,000 đ
Cửa Kính + khung	20	m2	600,000 đ	12,000,000 đ
Chùm đèn thả + bóng	10	Cái	200,000 đ	2000,000 đ
Bình hoa giả	4	Cái	150,000 đ	600,000 đ
Đèn trang trí treo tường	12	Cái	120,000 đ	1,440,000 đ
Tấm thảm (160x160)	8	Cái	70,000 đ	560,000 đ
Tấm thảm (140x120)	24	Cái	50,000đ	1,200,000đ
Sách			800,000 đ	800,000 đ
Vật dụng trang trí khác				5,000,000 đ
Đèn tiết kiệm 3U	10	Cái	35,000 đ	350,000 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Bảng 2.8: dụng cụ pha chế và nấu nướng

Dụng cụ pha chế và nấu nướng	SL	ĐVT	Giá thành	Thành tiền: 11,130,000 đ
Bình lắc inox 550	4	Cái	60,000 đ	240,000 đ
Bình lắc inox 350	4	Cái	55,000 đ	220,000 đ
Muỗng định lượng	3	Cái	30,000 đ	90,000 đ
Chung đồng	3	Cái	15,000 đ	45,000 đ
Cây đánh trà	5	Cái	85,000 đ	425,000 đ
Thùng đánh trà	1	Cái	240,000 đ	240,000 đ
Lưới lọc trà	3	Cái	80,000 đ	240,000 đ

Bình làm kem tươi	1	Cái	2,500,000 đ	2,500,000 đ
Bình đựng Siro (mỗi loại 1 bình)	8	Cái	25,000 đ	200,000 đ
Bình thủy	2	Cái	850,000 đ	1,700,000 đ
Máy chiên công nghiệp	1	Cái	1,400,000 đ	1,400,000 đ
Cân 5kg	1	Cái	280,000 đ	280,000 đ
Bếp gas	1	Cái	1,500,000 đ	1,500,000 đ
Lò nướng điện Hòa Mai - Ohi@ma HMO-30 30L	1	Cái	850,000 đ	850,000 đ
Bộ nồi,chảo	1	Cái	1,200,000 đ	1,200,000 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Bảng 2.9: Các Vật dụng khác

Ly, chén, tô, đĩa, hộp, thìa...	SL	ĐVT	Giá thành	Thành tiền: 6,770,000 đ
Ly 350ml	5	Bộ	150,000 đ	750,000 đ
Ly 500 ml	5	Bộ	190,000 đ	950,000 đ
Ly châm trà	8	Bộ	30,000 đ	240,000 đ
Đĩa lớn	2	Bộ	150,000 đ	300,000 đ
Đĩa cỡ vừa	2	Bộ	90,000 đ	180,000 đ
Đồ lót ly	80	Cái	5,000 đ	400,000 đ
Tô	1	Bộ	120,000 đ	120,000 đ
Hũ thủy tinh	20	Cái	25,000 đ	500,000 đ
Hũ nhựa	5	Cái	45,000 đ	225,000 đ
Thìa các loại	10	Bộ	50,000 đ	500,000 đ
Khay	10	Cái	35,000 đ	350,000 đ
Đồng phục nhân viên	10	Cái	150,000 đ	1,500,000 đ
Đồ rửa chén, nước rửa chén, nước lau kính	1	Cái	200,000 đ	200,000 đ
Thẻ bàn	27	Cái	5,000 đ	135,000 đ
Cây lau sàn	2	Cây	120,000 đ	240,000 đ

Chôi, sọt rác, bao đựng rác	3	Cái	60,000 đ	180,000 đ
-----------------------------	---	-----	----------	-----------

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

2.5.1.2. Nhận diện thương hiệu

- **Tên thương hiệu:** Thiên Đường DOTINY

Tên thương hiệu của Quán là Thiên Đường DOTINY. Mục đích đặt tên như vậy để thu hút sự chú ý của khách hàng. Tên gồm hai phần là “Thiên Đường” và “DOTINY”, “Thiên Đường” khi mới nghe qua sẽ gây được sự tò mò cho khách hàng. Cùng với đó “Thiên đường” cũng là chủ đề trang trí của quán, mà cụ thể là “Thiên Đường Biển”, môi trường biển ngày càng bị ô nhiễm bởi các hoạt động của con người, quán muốn khi khách hàng đến với quán sẽ khơi dậy được trong tâm trí của khách hàng về tầm quan trọng của biển, vẻ đẹp của biển để mọi người cùng chung sức bảo vệ môi trường. Còn “DOTINY” là tên được đặt theo sở thích của Chủ quán, không có ý nghĩa, đó chỉ là một tên gọi. Phân tích cách đọc từ “DOTINY” cho thấy đây là một từ dễ đọc, dễ nhớ.

- **Logo:**



Hình 2.19: Logo của quán trà sữa Thiên Đường DOTINY

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Logo của quán bao gồm 3 màu chủ đạo là trắng, vàng, xanh dương. Màu xanh dương và màu trắng dùng để chỉ sự tinh khiết, sạch sẽ, nó thể hiện chất lượng đảm bảo vệ sinh của sản phẩm của quán. Màu xanh dương tượng trưng cho biển, chủ đề trang trí của quán. Màu xanh dương được sử dụng cho biểu tượng giọt nước cách điệu, dấu cộng và từ “DOTINY”. Giọt nước cách điệu biểu trưng cho sự tươi mát, mang đến cảm giác thoải mái, dấu cộng thể hiện sự cải thiện không ngừng trong các hoạt động của quán, chất lượng sản phẩm tốt hơn, dịch vụ tốt hơn....

Màu vàng là màu ám gợi lên cảm giác ấm áp, hạnh phúc và thư giãn. Màu vàng được sử dụng làm vòng bao quanh logo, có vòng khuyết ở phía dưới sẽ làm nền cho các biểu tượng bên trong nổi bật hơn.

- **Slogan:** “Sống để tận hưởng”

thạch, khi khách hàng cần cho thêm các phần thêm, giá sẽ tăng lên tương ứng với giá của phần thêm đó.

Bảng 2.10: Danh sách các sản phẩm và giá bán

Trà sữa			Phần thêm	
Loại	350 ml	500 ml		
Trà sữa lúa mạch	18.000	22.000	Thạch cam	5.000
Trà sữa gấu trúc	18.000	22.000	Thạch lựu	5.000
Trà sữa Caramen	18.000	22.000	Thạch thơm	5.000
Trà sữa vani	18.000	22.000	Thạch đào	5.000
Trà sữa bạc hà	18.000	22.000	Thạch vải	5.000
Trà sữa mật ong	18.000	22.000	Thạch dâu	5.000
Trà sữa đậu đỏ	18.000	22.000	Thạch xoài	5.000
Trà sữa đường phèn	18.000	22.000	Thạch cà phê	5.000
Trà sữa hồng trà cà phê	18.000	22.000	Thạch chanh dây	5.000
Trà sữa Ô long hoa quế	18.000	22.000	Thạch chocolate	5.000
Trà sữa hạnh nhân	18.000	22.000	Thạch Bluberry	5.000
Trà sữa Ireland	18.000	22.000	Flan cafe	5.000
Trà sữa trà xanh hoa quế	18.000	22.000	Flan chocolate	5.000
Trà sữa trà xanh hoa quế	18.000	22.000	Flan dừa tươi	5.000
Trà sữa hoa cúc	18.000	22.000	Flan khoai môn	5.000
Trà trái cây			Kem tuyết	
Trà xanh chanh dây	18.000	22.000	Kem tuyết xí muối	22.000
Trà xanh vị xoài	18.000	22.000	Kem tuyết chanh dây	22.000
Trà xanh xí muối	18.000	22.000	Kem tuyết thơm	22.000
Trà xanh tắc tươi	18.000	22.000	Kem tuyết ổi	22.000
Trà xanh chanh tươi	18.000	22.000	Kem tuyết đào	22.000
Trà xanh ổi	18.000	22.000	Kem tuyết xoài	22.000
Trà xanh thơm	18.000	22.000	Kem tuyết chocolate	22.000

Trà xanh cam	18.000	22.000	Kem tuyết sữa dừa	22.000
Trà xanh kiwi	18.000	22.000	Kem tuyết lựu	22.000
Trà xanh bạc hà	18.000	22.000	Kem tuyết sữa dâu	22.000
			22.000	
Trà xanh đào	18.000	22.000	Sinh tố	
Trà mật ong chanh tươi	18.000	22.000	Sinh tố hoàng kim	22.000
Trà xanh chanh ngọc bích	18.000	22.000	Sinh tố đu đủ	22.000
Trà xanh tắc bạc hà	18.000	22.000	Sinh tố xoài mít	22.000
Trà xanh tắc xí muội	18.000	22.000	Sinh tố bơ	22.000
Trà xanh soda			Sinh tố dâu tây	22.000
			Sinh tố xoài+ thạch	22.000
Trà xanh soda xoài	18.000	22.000	Dotiny cà phê	
Trà xanh soda chanh	18.000	22.000	Dotiny caramen	25.000
Trà xanh soda cam	18.000	22.000	Dotiny Chocolate	25.000
Trà xanh soda dâu	18.000	22.000	Dotiny Ireland	25.000
Trà xanh soda kiwi	18.000	22.000	Thức ăn	
Trà xanh soda bạc hà	18.000	22.000	Trái cây tự chọn	18.000
Trà xanh soda yokult	18.000	22.000	Bắp xào tôm bơ	15.000
Trà xanh soda chanh dây	18.000	22.000	Mỳ cay	15.000
Trà xanh lựu	18.000	22.000	Khoai tây chiên	10.000
Trà xanh dưa lưới	18.000	22.000	Khoai lang xí muội	10.000
Trà xanh Cranberry	18.000	22.000	Xoài lắc	10.000

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

- **Cơ sở định giá của quán:**

- + Khách hàng: Đối tượng khách hàng hướng đến là học sinh, sinh viên nên mức giá đưa ra phải phù hợp với chi tiêu ở lứa tuổi này.

+ Tâm lý của khách hàng: Sản phẩm của quán có 2 mức giá cho dung tích 350 ml và 500 ml. Chênh lệch giá giữa 2 dung tích chỉ 4,000 đồng, vì vậy khách hàng sẽ có sự so sánh giá cả, nếu bỏ thêm 4,000 đồng nữa thì sẽ được nhiều hơn và mức giá tăng thêm này không phải là lớn, vì thế Quán có thể khuyến khích khách hàng sử dụng loại có dung tích lớn hơn với giá cao hơn. Cùng với đó, là khuyến mãi theo hình thức Combo sản phẩm, ví dụ như Combo sản phẩm trà xanh Cranberry (350 ml) với Mỹ cay sẽ có giá 29,000 đồng thay vì 33,000 nếu tính đơn giá từng loại.

+ Đối thủ cạnh tranh: Tìm hiểu đối thủ cạnh tranh một cách thường xuyên, thậm chí phải đi thưởng thức ở quán của đối thủ để so sánh chất lượng sản phẩm và giá, từ đó có cách cải thiện kinh doanh sao cho không bị tụt hậu.

+ Nguyên vật liệu đầu vào: Việc định giá thấp hơn đối thủ cạnh tranh đòi hỏi chúng ta phải kiểm soát tốt chi phí, trong đó kiểm soát chi phí nguyên vật liệu đầu vào là rất quan trọng, nó quyết định trực tiếp tới giá trên menu. Cần phải tận dụng nguồn cung cấp gần nhất và mối quan hệ với nhà cung cấp để có được mức giá thấp nhất có thể.

+ Theo thời giá: Nguồn nguyên vật liệu đầu vào có một số loại hay biến động theo thời giá trên thị trường, vì vậy sẽ phải điều chỉnh lại giá khi có biến động giá nguyên vật liệu. Mức điều chỉnh phải phù hợp với mục tiêu lợi nhuận của quán và nằm trong khả năng chấp nhận của khách hàng.

2.5.3. Kênh Truyền thông

Các hình thức quảng cáo, tiếp thị trên các phương tiện thông tin đại chúng và mạng xã hội là một trong những cách tốt nhất để khách hàng nhanh chóng biết đến Quán. Với quy mô nhỏ như Quán, có thể lựa chọn một số kênh truyền thông như sau:

- **Mạng xã hội facebook:** Facebook là một trang mạng xã hội đang được sử dụng nhiều, đây là nơi cập nhật tin tức nhanh nhất cho mọi lứa tuổi. Quán sẽ lập một fanpage " Thiên Đường DOTINY" để có thể chia sẻ mọi thông tin cho khách hàng. Địa chỉ trang là <https://www.facebook.com/Thienduongdotiny>. Chi phí tạo trang và thu hút lượng người theo dõi Fanpage ban đầu là 500,000 đồng.



Hình 2.21: Trang Fanpage Thiên Đường DOTINY

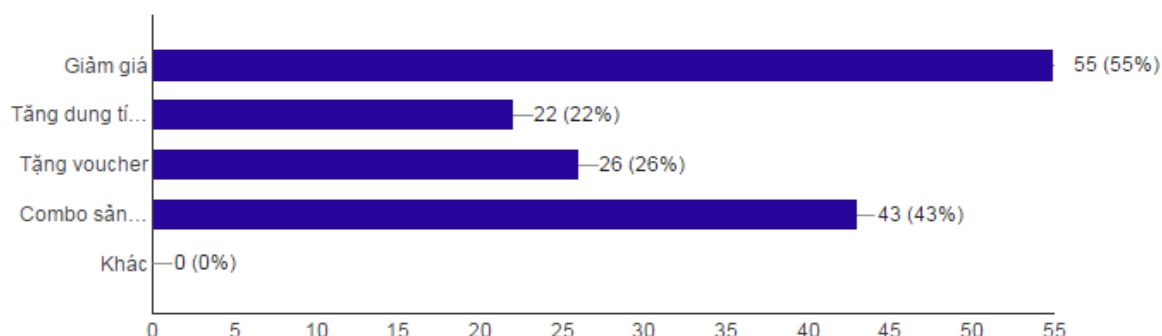
Nguồn: Thiên Đường DOTINY

- Bên cạnh đó, Quán cũng sẽ sử dụng các hình thức như phát tờ rơi ở các địa điểm đông người như ở trường đại học Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP.HCM, trường trung học phổ thông xung quanh quán, ngã tư Tân Kỳ Tân Quý với Trường Chinh,... gần địa điểm kinh doanh để giới thiệu tới khách hàng. Tờ rơi phải thông tin cần thiết như tên quán, logo, slogan, menu giá, chương trình khuyến mãi, bản đồ chỉ đường, một số hình ảnh về không gian quán. Chi phí cho thiết kế, in ấn và phát tờ rơi là 1,200,000 đồng được tính vào chi phí marketing giai đoạn đầu.
- Quán cũng sẽ sử dụng băng rôn, được treo phía trước quán, gần trụ đèn giao thông, để thu hút sự chú ý của người đi đường. Chi phí cho băng rôn là 180.000 đồng đã được tính vào chi phí marketing ban đầu.

2.5.4. Xúc tiến

- **Quảng cáo:** Hoạt động quảng cáo của quán của yếu là qua mạng xã hội, cụ thể là Facebook. Viết các bài đăng giới thiệu về quán trà sữa Thiên Đường DOTINY và các sản phẩm. Đăng các chương trình khuyến mãi của quán. Trang Fanpage cũng sẽ chia sẻ các thông tin về ẩm thực, cách pha chế các loại đồ uống,... Và để tăng lượng người theo dõi fanpage của quán, fanpage cũng sẽ đăng các bài viết, video mang tính thời sự, giải trí để thu hút cư dân mạng. Công việc quản lý fanpage sẽ do chủ quán đảm nhiệm, chi phí sẽ được tính vào chi phí marketing hàng tháng.

- **Khuyến mãi:** Quán áp dụng các hình thức khuyến mãi như giảm giá, tặng Voucher, Combo sản phẩm.



Hình 2.23: Biểu đồ thể hiện mức độ ưa thích của khách hàng với các chương trình khuyến mãi

Nguồn: Khảo sát nhu cầu thưởng thức trà sữa ở TP.HCM

Biểu đồ trên cho thấy hình thức khuyến mãi được ưa thích nhất là giảm giá sản phẩm (chiếm 55%), tiếp đến là combo sản phẩm (chiếm 43%), tặng Voucher chiếm 26% và 22% cho tăng dung tích sản phẩm.

+ **Giảm giá:** Chương trình giảm giá sẽ được diễn ra thường xuyên vào các ngày “Happy Day”, cụ thể là ngày thứ 3 hàng tuần. Tất cả các sản phẩm đều giảm giá 20%. Ví dụ: một ly Dotiny Chocolate vào ngày thường sẽ có giá 25,000 đồng, thì vào ngày “Happy Day” sẽ có giá 20,000 đồng.

+ **Combo sản phẩm:** Đối với Combo sản phẩm, khi khách hàng gọi Combo sản phẩm mà quán sẵn có thì mức giá sẽ rẻ hơn là gọi riêng lẻ từng món.

Bảng 2.12: Giá Combo sản phẩm

Combo sản phẩm	Giá
2 trà sữa/trà sữa trái cây/trà xanh soda (Size L) + 1 Bắp xào tôm bơ	55.000 đồng
2 trà sữa/trà sữa trái cây/trà xanh soda (Size L) + 1 Mỳ cay	55.000 đồng
2 trà sữa/trà sữa trái cây/trà xanh soda (Size L) + 1 Khoai tây chiên/khoai lang xí muội	49.000 đồng
1 trà sữa/trà sữa trái cây/trà xanh (Size L) + 1 Kem tuyết	39.000 đồng

1 trà sữa/trà sữa trái cây/trà xanh (Size M) + 1 Bắp xào tôm bơ	29.000 đồng
1 trà sữa/trà sữa trái cây/trà xanh (Size M) + 1 Mỹ cay	29.000 đồng
1 trà sữa/trà sữa trái cây/trà xanh (Size M) + 1 Khoai tây chiên/khoai lang xí muối	26.000 đồng

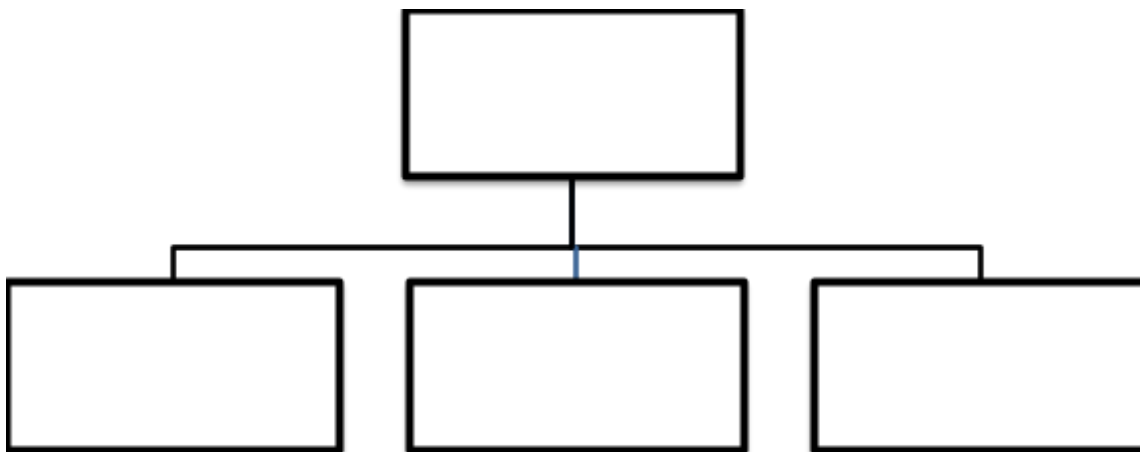
Nguồn: Thiên Đường DOTINY

+ **Tặng Voucher:** Voucher sẽ được tặng vào giai đoạn đầu khai trương quán , trong các chương trình quảng cáo của quán và có hạn sử dụng. Cụ thể, Voucher được tặng vào giai đoạn đầu sẽ được phát cùng tờ rơi, quảng bá trên mạng xã hội với giá trị 10,000 đồng/phiếu, số lượng 350 phiếu với chi phí là 3,500,000 đồng. Trong đó sẽ phát tờ rơi 250 phiếu và tặng trên Fanpage của Quán 100 phiếu. Có hai hình thức phiếu là phiếu giấy và phiếu điện tử (dạng mã số). Voucher được tặng vào các chương trình quảng cáo sẽ có giá 20,000 đồng/phiếu sẽ được tính vào chi phí marketing hàng tháng. Ví dụ: Quán tổ chức một chương trình khuyến mãi, đăng bài viết lên trang fanpage Thiên Đường DOTINY, nếu khách hàng nào like bài viết, like fanpage và gắn thẻ một người bạn vào thì quán sẽ chọn 10 người đầu tiên để tặng Voucher và chọn ngẫu nhiên 20 người khác. Lưu ý là khi dùng Voucher thì giá trị sản phẩm được tính sẽ là giá gốc, không giảm giá.

CHƯƠNG 3: KẾ HOẠCH VỀ NHÂN SỰ

3.1. Cơ cấu tổ chức

Cơ cấu nhân sự bao gồm: Chủ quán, nhân viên pha chế, nhân viên thu ngân, nhân viên phục vụ, nhân viên bảo vệ.



Hình 3.1: Cơ cấu tổ chức Quán Thiên Đường DOTINY

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

- **Chủ quán:** chính là người thành lập nên Thiên Đường DOTINY và sẽ trở thành nhà quản trị, chịu trách nhiệm về sự tồn tại và phát triển của quán. Chủ quán có vai trò nắm bắt mọi hoạt động của quán hàng ngày, đặc biệt là ngày lễ khai trương và tháng đầu tiên. Chủ quán là người tìm nguồn hàng cung cấp cho quán, đề ra các chương trình marketing cho quán, biên soạn các bộ phim, thể loại nhạc cho quán. Là người đứng ra giải quyết mọi vấn đề phát sinh liên quan đến quán. Tích cực trong việc tìm tòi, khám phá các ý tưởng, giải pháp xây dựng quán. Chủ quán cần có quan hệ tốt với nhân viên, đi đầu trong xây dựng văn hóa quán.

- **Nhân viên thu ngân:**

- + Số lượng: 2 người.
- + Nguồn tuyển dụng: Thuê ngoài
- + Yêu cầu riêng: Sử dụng thành thạo máy tính, Word, Excel cơ bản. Là người cẩn thận, tỉ mỉ, chịu được áp lực công việc.
- + Công việc: Thanh toán hóa đơn cho khách hàng; Quản lý các trang thiết bị, giấy tờ, sổ sách; Hỗ trợ quan sát và quản lý các nhân viên khác khi không có

mặt của chủ quán; Chăm công cho nhân viên trong ca; đặt mua hàng hóa. Làm việc tại quầy, trông xe cho khách. Hỗ trợ các nhân viên khác khi cần thiết.

+ Mức lương: 3,000,000 đồng.

- **Nhân viên pha chế:**

+ Số lượng: 2 người

+ Nguồn tuyển dụng: Thuê ngoài

+ Yêu cầu riêng: Có chuyên môn về pha chế, nấu ăn, cẩn thận, sạch sẽ & gọn gàng, sức khỏe tốt, thao tác nhanh nhẹn.

+ Công việc: Pha chế thức uống theo order, chế biến món ăn theo order, dọn & giữ vệ sinh khu vực làm việc. Chịu trách nhiệm kiểm tra & bảo quản hàng hóa. Đảm bảo chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm tra & đặt hàng vào những ngày quy định. Hỗ trợ các nhân viên khác khi cần thiết.

+ Mức lương: 3,000,000 đồng

- **Nhân viên phục vụ:**

+ Số lượng: 4 người

+ Nguồn tuyển dụng: Thuê ngoài

+ Yêu cầu riêng: Sức khỏe tốt, nhanh nhẹn. Giọng nói to rõ, thân thiện với khách hàng, luôn tươi cười.

+ Công việc: Đón khách, hỗ trợ tư vấn và order sản phẩm cho khách hàng. Kiểm tra và giao sản phẩm cho khách hàng. Dọn và giữ vệ sinh khu vực làm việc. Hỗ trợ các nhân viên khác khi cần thiết.

+ Mức lương: 2,500,000 đồng.

- **Hồ sơ xin việc bao gồm:** Đơn xin việc, sơ yếu lý lịch, giấy khám sức khỏe, bản sao chứng minh thư và 2 ảnh 3x4.

Bảng 3.1: Bảng lương nhân viên

ST T	Chức vụ	Lương 1 nhân viên/tháng	Số lượng nhân viên	Lương nhân viên/tháng
1	Nhân viên pha chế	3,000,000 đ	2	6,000,000 đ
2	Phục vụ	2,500,000 đ	2	5,000,000 đ
3	Thu Ngân	3,000,000 đ	2	6,000,000 đ
Tổng lương theo tháng				17,000,000 đ
Tổng lương theo năm				204,000,000 đ

3.2. Tuyển dụng

- *Nguồn tuyển dụng:*

Nguồn tuyển dụng từ bên trong tổ chức, áp dụng khi quán đã đi vào hoạt động. Đây là những người đã quen với công việc trong tổ chức. Tuyển dụng nguồn này sẽ tiết kiệm được thời gian làm quen với công việc, quá trình thực hiện với công việc diễn ra liên tục không bị gián đoạn, hạn chế tối đa ra các quyết định sai trong đề bạt và chuyển lao động. Khi tuyển mộ nguồn này vào vị trí cao hơn họ đang đảm nhận thì sẽ tạo ra động lực thúc đẩy họ làm việc tốt hơn, tăng được sự thỏa mãn và sự trung thành của họ với tổ chức hơn. Ví dụ như cần tuyển dụng thu ngân mới, quán xét thấy năng lực và chuyên môn của phục vụ có thể đáp ứng công việc. vị vậy có thể bộ nhiệm phục vụ vào vị trí thu ngân và tuyển nhân viên phục vụ khác.

Nguồn tuyển dụng bên ngoài tổ chức, là những người mới đến tham gia ứng tuyển (những sinh viên mới tốt nghiệp từ các trường đại học, cao đẳng, trung học và dạy nghề; những người trong thời gian thất nghiệp, bỏ việc cũ; những người đang làm việc tại các tổ chức khác). Họ là những người được trang bị kiến thức tiên tiến và có hệ thống. Họ có cách nhìn mới đối với quán, có khả năng thay đổi cách làm cũ của quán mà không sợ những người trong quán phản ứng. Tuy nhiên, nguồn này có nhược điểm là gây mất thời gian để quen dần với công việc. Và có thể xảy ra một số rủi ro khác như những người được tuyển dụng từ đối thủ cạnh tranh sẽ tiết lộ những bí mật – gây ra những rắc rối về kiện tụng. Phương pháp tuyển dụng thông qua giới thiệu từ người quen, từ các thành viên trong quán có thể tìm kiếm được những người phù hợp khá nhanh chóng và cụ thể. Tuyển dụng bằng cách đăng thông báo tuyển dụng quacác phương tiện như Internet, thông báo tuyển dụng.

TUYỂN DỤNG

Quán trà sữa Thiên Đường DOTINY cần tuyển:

- 02 Nhân viên thu ngân
- 02 Nhân viên pha chế
- 02 Nhân viên phục vụ

Lương thỏa thuận.

Làm việc theo ca:

- Ca 1: 8h sáng đến 15h30 chiều.
- Ca 2: 15h chiều 22h30 đêm.

Làm việc tại quận Tân Phú

Mọi chi tiết xin liên hệ: A. Duy – SĐT: 0165.4284.485

Hình. Mẫu thông báo tuyển dụng được dán ở quán và một vài nơi khác.

Hình 4.2: Hình ảnh đăng tin tuyển dụng

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

The image shows a screenshot of the Vieclam24h website. The top navigation bar is purple with white text and icons. The left sidebar is white with orange accents. The main content area is white with a purple header for the job posting.

Tài khoản | **Hỗ trợ**

Tài khoản thường
Thiên Đường DOTINY
Đăng xuất

TẠO TIN TUYỂN DỤNG

TÌM VIỆC | VIỆC LÀM | TÌM VIỆC
LÀM | TUYỂN DỤNG

Quản lý tài khoản
Quản lý tin tuyển dụng
Hồ sơ đã ứng tuyển
Hồ sơ đã lưu

Bạn đang ở cổng Việc làm quản lý

Chuyển cổng >

CUỘN ĐỂ XEM THÊM

Nhân Viên Thu Ngân - Mức lương 1 - 3 triệu

Tin đăng trên cổng Việc làm chuyên môn **Bấm đây để xem** Mã tin tuyển dụng: HTD2131688

Lượt nộp: 0 Lượt xem: 0 Lâm mới: 01/01/1970 Hạn nộp: 01/07/2016

[Xem hồ sơ ứng viên phù hợp](#)

THÔNG TIN TUYỂN DỤNG

Mức lương: 1 - 3 triệu	Địa điểm làm việc: TP. HCM
Kinh nghiệm: 1 năm	Chức vụ: Chuyên viên - Nhân viên
Yêu cầu bằng cấp: Cao đẳng	Hình thức làm việc: Bán thời gian cố định
Số lượng cần tuyển: 2	Thời gian thử việc: 1 tháng
Nghề nghiệp: Kế toán Kiểm toán	Yêu cầu giới tính: Nữ
	Yêu cầu độ tuổi: 18 - 24 tuổi

MÔ TẢ CÔNG VIỆC

Thanh toán hóa đơn cho khách hàng. Quản lý các trang thiết bị, giấy tờ, sổ sách; Hỗ trợ quan sát và quản lý các nhân viên khác khi không có mặt của chủ quán; Chăm sóc cho nhân viên trong ca, đặt mua hàng hóa.

QUYỀN LỢI ĐƯỢC HƯỞNG

Làm việc tuân thủ theo hợp đồng lao động. Chế độ làm việc theo ca, linh hoạt thời gian làm việc. Thưởng theo mục tiêu doanh số, thưởng vào các ngày lễ, Tết.

YÊU CẦU KHÁC

Sử dụng thành thạo máy tính, Word, Excel cơ bản. Là người cẩn thận, tỉ mỉ, chịu được áp lực công việc.

HỒ SƠ BAO GỒM

Ưu tiên nộp hồ sơ trực tuyến qua hệ thống của Việc làm 24h
Hoặc gửi CV mô tả quá trình học tập và làm việc về email liên hệ.

HÌNH THỨC NỘP HỒ SƠ

THÔNG TIN LIÊN HỆ

NGƯỜI LIÊN HỆ	Ngọc Duy
ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ	114 Lê Trọng Tấn, Quận Tân Phú, TP. HCM
EMAIL LIÊN HỆ	ngocduytkd@gmail.com
DIỆN THOẠI LIÊN HỆ	01654284485

Hình 3.3: Mẫu tin tuyển dụng nhân viên thu ngân trên Vieclam24h.vn

Hình trên là mẫu tin tuyển dụng nhân viên thu ngân được đăng trên trang website Vieclam24h.vn. Chủ quán đăng ký tài khoản trên trang web với tư cách là nhà tuyển dụng, trang web sẽ yêu cầu cung cấp các thông tin về bản thân nhà tuyển dụng (quán trà sữa) và yêu cầu các thông tin cần thiết về vị trí cần tuyển dụng.

4.3. Quy trình phối hợp công việc

Bảng 3.2: quy trình phối hợp công việc của các nhân viên

Thực hiện	Quy trình phối hợp công việc	Tài liệu
- Khách hàng - Bảo vệ - Thu ngân	<pre> graph TD A([Tiếp đón khách hàng]) --> B[Nhận thông tin từ khách hàng] B --> C{Kiểm tra khả năng đáp ứng} C --> D[Phản hồi cho khách hàng] C --> E[Xác nhận cho khách hàng về khả năng đáp ứng] E --> F[Thanh toán] F --> G[Triển khai sản xuất] G --> H{Kiểm tra sản phẩm} H --> I[Giao sản phẩm] H --> G I --> J[Đo lường thỏa mãn của khách hàng] J --> K[Lập báo cáo] K --> L([Kết thúc]) </pre>	- Menu
- Thu ngân - Phục vụ		
- Thu ngân - Phục vụ		- Menu - Hóa đơn - Phiếu Order - Thẻ bàn
- Phục vụ - NV chế biến		- Phiếu Order
- Phục vụ		- Phiếu Order - Thẻ bàn

- Phục vụ - Bảo vệ - Thu ngân		- Bảng báo cáo. - Thùng thư góp ý.
---	--	---

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Để thực hiện tốt công việc cần có quy trình phối hợp các vị trí một cách cụ thể, rõ ràng và hiệu quả. Cảm nhận đầu tiên của khách hàng khi đến với quán là thái độ phục vụ của nhân viên trong khâu tiếp đón khách. Khi khách hàng đến với quán sẽ được nhân viên tiếp đón và hướng dẫn. Riêng đối với khách hàng đi xe máy, nhân viên thu ngân sẽ hướng dẫn, sắp xếp cho vị trí để xe. Khi khách tiến vào trong sẽ được đề nghị cởi giày dép bỏ vào kệ trông coi.

Tại quầy, nhân viên thu ngân vừa đóng vai trò thu ngân, vừa đóng vai trò như một lễ tân. Thu ngân sẽ nhận thông tin của khách hàng về các yêu cầu đặt món, cùng lúc đó, nhân viên phục vụ cũng sẽ hỗ trợ tư vấn chọn món cho khách hàng. Các nhân viên kiểm tra khả năng đáp ứng của quán, vì một số loại sản phẩm chỉ có thể đáp ứng theo mùa. Nếu có thể cung cấp sản phẩm cho khách hàng, nhân viên thu ngân sẽ thanh toán cho khách hàng. Nhân viên thu ngân sẽ giao cho khách hàng một hóa đơn thanh toán và một thẻ bàn (thẻ bàn dùng để nhân viên phục vụ xác định vị trí ngồi của khách hàng để giao sản phẩm đúng nơi). Ngoài ra, nhân viên thu ngân sẽ xuất ra một phiếu Order, phiếu Order sẽ được phục vụ giao cho phòng bếp. Phiếu Order bao gồm tên sản phẩm, số lượng sản phẩm, các yêu cầu thêm về sản phẩm, số thẻ bàn.

Nhân viên pha chế làm việc ở bếp khi nhận được phiếu Order sẽ bắt đầu làm việc. Sau khi đã làm xong, nhân viên phục vụ sẽ kiểm tra lại sản phẩm xem có đúng theo phiếu Order hay không. Nếu đúng sẽ mang giao cho khách hàng. Nếu sai, sẽ yêu cầu phòng bếp làm lại, vì không thể để khách hàng dùng sản phẩm không đúng theo yêu cầu.

Tiếp theo là đo lường sự thỏa mãn của khách hàng thông qua cảm nhận của nhân viên, khách hàng tỏ ra vui vẻ hay khó chịu, khách hàng có ý kiến đóng góp gì với quán. Quán sẽ có một thùng thư góp ý điện tử và số điện thoại của chủ quán, để khách hàng có thể đóng góp ý kiến cho quán về chất lượng sản phẩm, thái độ phục vụ của nhân viên.

Cuối cùng là lập báo cáo về tình hình doanh thu của quán trong ngày, công việc này sẽ do thu ngân đảm nhiệm. Nhân viên thu ngân chào hẹn gặp lại khách hàng khi ra về

3.4. Phương pháp quản lý

- ***Sự định hướng công việc cho nhân viên***: Một người quản lý xuất sắc cần đảm bảo mỗi nhân viên của mình nhận thức rõ ràng về công việc được giao. Nhân viên sẽ hiểu rõ vai trò của mình, làm việc với năng suất và đạt hiệu quả cao nhất nếu có sự ủng hộ cũng như hướng dẫn của Quán. Đây cũng chính là yếu tố quan trọng nâng cao mối quan hệ giữa nhân viên và chủ quán.

- ***Làm việc theo nhóm***: Làm việc theo nhóm sẽ tạo được sự đoàn kết, liên kết chắc chắn giữa các thành viên và các thành viên sẽ quan tâm đến nhiều nhiệm vụ hơn là chỉ quan tâm đến nhiệm vụ của riêng mình.

- ***Quản lý dựa vào văn hóa quán***: Chủ quán giới thiệu với nhân viên về văn hóa của quán, các yếu tố về đạo đức nghề nghiệp, nghi lễ...và các hướng dẫn công việc.

3.5. Văn hóa của Thiên Đường DOTINY

Thiên Đường DOTINY chú trọng xây dựng một nền văn hóa của riêng mình, các thành viên trong quán đoàn kết cùng thực hiện công việc. Mỗi thành viên trong quán lấy sự hài lòng của khách hàng làm niềm vui, động lực để làm việc.

Ngoài những công việc có tính bắt buộc thuộc vào trách nhiệm của mỗi người, nhân viên trong quán cũng nhau tạo nên nét văn hóa đặt trung của Thiên Đường DOTINY:

- Tất cả các nhân viên đi làm đúng giờ, khi đi làm phải mặc đồng phục, sạch sẽ, đầu tóc gọn gàng.

- Trong quá trình làm việc phải giữ gìn vệ sinh chung, vệ sinh xung quanh quán, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, quan tâm đến sức khỏe con người.
- Trong quá trình làm việc, nhân viên phải đoàn kết, tôn trọng nhau, khi muốn đóng góp ý kiến hoặc thắc mắc thì mạnh dạn trình bày với chủ quán để giải quyết. Chủ quán có trách nhiệm lắng nghe ý kiến của nhân viên để hỗ trợ, giúp đỡ nhân viên, tiếp nhận ý kiến đóng góp của nhân viên để nâng cao chất lượng phục vụ cả quán.
- Nhân viên hạn chế sử dụng điện thoại cá nhân trong giờ làm việc, không hẹn gặp bạn bè trong giờ làm việc.
- Mọi dụng cụ, thiết bị trong quán phải để đúng nơi quy định để mọi người trong quán đều biết được
- Trong khi làm việc, không được tự ý rời khỏi vị trí làm việc, khi có việc cần phải đi ra ngoài phải báo cáo với chủ quán, nếu vắng chủ quán có thể thông báo với thu ngân, nhân viên cùng nhiệm vụ để hỗ trợ phần việc của mình.
- Khi nhân viên muốn nghỉ 01 ngày thì phải báo trước ít nhất 05 ngày. Nghỉ việc riêng đến 03 ngày thì phải báo trước 02 tuần. Khi muốn nghỉ việc phải báo trước 1 tháng. Nhân viên tuân thủ nguyên tắc không được nghỉ vào các ngày Lễ, Tết của ngành dịch vụ.
- Vào khoảng 15h30 ngày thứ 2 hàng tuần, tiến hành họp tổng kết công việc của tuần trước và phân công nhiệm vụ cho tuần tiếp theo.

CHƯƠNG 4: KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

4.1. Xây dựng ngân sách ban đầu

Bảng 4.1: Chi phí đầu tư ban đầu của Thiên Đường DOTINY

Thứ tự	Khoảng mục đầu tư	Tổng vốn đầu tư
1	Nội Thất	28,960,000 đ
2	Hàng điện máy	44,890,000 đ
3	Dụng cụ pha chế và nấu nướng	11,130,000 đ
4	Chi phí mặt bằng, thiết kế, công thợ	58,230,000 đ
5	Trang trí quán	29,070,000 đ
6	Nguyên vật liệu	24,989,000 đ
7	Ly, chén, tô, đĩa, hộp, thìa	6,770,000 đ
8	Chi phí Marketing	5,380,000 đ
9	Chi phí khác	6,150,000 đ
10	Tổng đầu tư cơ bản (1+2+3+4+5+6+7+8)	217,069,000 đ
11	Dự phòng chi phí phát sinh cơ bản (5% x 9)	10,803,450 đ
12	Tổng đầu tư (9+10)	227,922,450 đ
13	Vốn lưu động	100,000,000 đ
	Tổng vốn đầu tư (11+12)	327,922,450 đ
	Làm tròn	328,000,000 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Từ bảng trên, ta thấy dự án có tổng vốn đầu tư làm tròn là 328,000,000 đồng. Trong đó, vốn được sử dụng cho các khoản đầu tư là 227,922,450 đồng, vốn lưu động là 100,000,000 đồng. Trong đó bao gồm các khoản đầu tư về nội thất; hàng điện máy; dụng cụ pha chế và nấu nướng; chi phí mặt bằng, thiết kế, công thợ; trang trí quán; nguyên vật liệu; ly, chén, tô, đĩa, hộp, thìa; chi phí marketing và chi phí

khác. Quán có dự phòng chi phí phát sinh cơ bản với giá trị 5% của tổng đầu tư cơ bản, dự phòng này có giá trị là 10,803,450 đồng.

Bảng 4.2: Dự trù nguồn vốn

Nguồn tài trợ	Tổng vốn	Tỷ lệ
Vốn vay	228,000,000 đ	70%
Vốn chủ sở hữu	100,000,000 đ	30%

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

- Vốn chủ sở hữu: 100,000,000 đồng. Trong đó, chủ đầu tư cùng bạn góp vốn, mỗi người 50,000,000 đồng.
- Vốn vay: 228,000,000 đ . Vốn vay từ hai gia đình, với lãi suất 0%.

4.2 Kế hoạch thực hiện

4.2.1. Dự báo doanh thu

Bảng 4.3: Dự báo doanh thu năm đầu tiên

Tháng	Số lượng sản phẩm bán ra trung bình 1 ngày	Số lượng sản phẩm bán ra trung bình 1 tháng	Đơn giá trung bình 1 sản phẩm	Doanh thu
1	140	4200	18,000 đ	75,600,000 đ
2	145	4350	18,000 đ	78,300,000 đ
3	150	4500	18,000 đ	81,000,000 đ
4	185	5550	18,000 đ	99,900,000 đ
5	190	5700	18,000 đ	102,600,000 đ
6	195	5850	18,000 đ	105,300,000 đ
7	195	5850	18,000 đ	105,300,000 đ
8	195	5850	18,000 đ	105,300,000 đ
9	190	5700	18,000 đ	102,600,000 đ
10	170	5100	18,000 đ	91,800,000 đ
11	150	4500	18,000 đ	81,000,000 đ
12	145	4350	18,000 đ	78,300,000 đ
Cả năm		61500	18,000 đ	1,107,000,000 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Với giả định số lượng sản phẩm bán ra trong 1 ngày của từng tháng và đơn giá trung bình cho 1 sản phẩm có thể dự báo được doanh thu của từng tháng và cả năm. Doanh thu cả năm là 1,107,000,000 đồng, doanh thu tháng cao nhất là 105,300,000 đồng vào các tháng 6, 7, 8. Có thể thấy rằng doanh thu các tháng giữa năm sẽ cao hơn các tháng còn lại, bởi vì các tháng giữa năm thời tiết sẽ nóng hơn, nên mức tiêu thụ sẽ cao hơn.

Bảng 4.4: Dự báo doanh thu các năm tiếp theo

	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Số sản phẩm bán ra trong 1 năm	61500	64575	67804	71194	74754
Đơn giá trung bình 1 sản phẩm	18,000 đ	18,000 đ	20,000 đ	20,000 đ	20,000 đ
Doanh thu	1,107,000,000 đ	1,162,350,000 đ	1,356,075,000 đ	1,423,878,750 đ	1,495,072,688 đ
Giả định tốc độ tăng doanh thu các năm tiếp theo		5%	5%	5%	5%

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Với giả định rằng tốc độ tăng doanh thu qua các năm là 5%, lấy doanh thu năm 1 làm mốc, ta có thể dự báo doanh thu cho các năm tiếp theo.

Bảng 4.5: Dự báo tỷ lệ doanh thu theo tháng, quý của các năm

	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Tháng 1	6.8%	6.8%			
Tháng 2	7.1%	7.1%			
Tháng 3	7.3%	7.3%			
Quý 1			21.2%	21.2%	21.2%
Tháng 4	9.0%	9.0%			
Tháng 5	9.3%	9.3%			
Tháng 6	9.5%	9.5%			
Quý 2			27.8%	27.8%	27.8%
Tháng 7	9.5%	9.5%			
Tháng 8	9.5%	9.5%			
Tháng 9	9.3%	9.3%			
Quý 3			28.3%	28.3%	28.3%
Tháng 10	8.3%	8.3%			
Tháng 11	7.3%	7.3%			
Tháng 12	7.1%	7.1%			
Quý 4			22.7%	22.7%	22.7%
Cả năm	100%	100%	100%	100%	100%

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Từ giả định về doanh thu của dự án, ta có thể tính được tỷ lệ phân phối doanh thu cho từng tháng, quý của các năm. Đối với năm 1, 2 ta sẽ dự báo tỷ lệ theo tháng còn các năm còn lại, khoảng thời gian khá xa nên ta có thể dự báo theo quý. Doanh

thu quý 3, 4 sẽ cao hơn doanh thu 2 quý còn lại vì quý 3,4 sẽ tiêu thụ sản phẩm nhiều hơn.

Bảng 4.6: Dự báo doanh thu theo tháng quý, của các năm tiếp theo

Tháng	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Tháng 1	75,600,000 đ	79,039,800 đ			
Tháng 2	78,300,000 đ	82,526,850 đ			
Tháng 3	81,000,000 đ	84,851,550 đ			
Tổng Quý 1	234,900,000 đ	246,418,200 đ	287,487,900 đ	301,862,295 đ	316,955,410 đ
Tháng 4	99,900,000 đ	104,611,500 đ			
Tháng 5	102,600,000 đ	108,098,550 đ			
Tháng 6	105,300,000 đ	110,423,250 đ			
Tổng Quý 2	307,800,000 đ	323,133,300 đ	376,988,850 đ	395,838,293 đ	415,630,207 đ
Tháng 7	105,300,000 đ	110,423,250 đ			
Tháng 8	105,300,000 đ	110,423,250 đ			
Tháng 9	102,600,000 đ	108,098,550 đ			
Tổng Quý 3	313,200,000 đ	328,945,050 đ	383,769,225 đ	402,957,686 đ	423,105,571 đ
Tháng 10	91,800,000 đ	96,475,050 đ			
Tháng 11	81,000,000 đ	84,851,550 đ			
Tháng 12	78,300,000 đ	82,526,850 đ			
Tổng Quý 4	251,100,000 đ	263,853,450 đ	307,829,025 đ	323,220,476 đ	339,381,500 đ
Tổng cả năm	1.107.000.000 đ	1.162.350.000 đ	1.356.075.000 đ	1.423.878.750 đ	1.495.072.688 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Từ giả định về tỷ lệ doanh thu theo tháng, quý. Ta có thể dự báo được doanh thu phân bổ cho từng tháng, quý của các năm.

Bảng 4.7: Doanh thu bình quân theo tháng quý của các năm

Doanh thu bình quân	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Theo tháng	92,250,000 đ	96,862,500 đ	113,006,250 đ	118,656,563 đ	124,589,391 đ
Theo Quý	276,750,000 đ	290,587,500 đ	339,018,750 đ	355,969,688 đ	373,768,172 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Bảng trên cho thấy, doanh thu bình quân theo tháng của các năm. Ví dụ, doanh thu bình quân tháng năm 1 là 92,250,000 đồng. Doanh thu bình quân quý của năm 1 là 276,750,000 đồng. Các dữ liệu này dùng để so sánh với thực tế khi thực hiện kế hoạch để đánh giá hiệu quả của dự án.

4.2.2. Kế hoạch thực hiện

Bảng 4.8: Dự báo chi phí hoạt động trong 6 tháng

[illegible]

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Tiền lương nhân viên trung bình là 17,000,000 đồng/ tháng và cố định trong các năm. Ngoài ra còn có chi phí điện nước trung bình, chi phí Internet trung bình, chi phí điện thoại trung bình, chi phí marketing, chi phí mặt bằng, tiền rác và dự phòng chi phí phát sinh khác. Tổng cộng, nếu chưa tính đến nguyên vật liệu, một tháng quán cần trung bình là 37,930,000 đồng để hoạt động. Trong đó, lượng nguyên vật liệu sử dụng sẽ phụ thuộc vào tình hình kinh doanh của quán. Trong 6 tháng đầu quán sẽ chi 102,000,000 đồng cho lương nhân viên, 18,000,000 đồng tiền điện nước, 1,800,000 đồng tiền điện thoại, 3,600,000 đồng tiền Internet, 12,000,000 cho chi phí Marketing, 78,000,000 đồng tiền mặt bằng, 180,000 đồng tiền rác và dự phòng chi phí phát sinh là 12,000,000 đồng . Vậy tổng cộng trong 6 tháng , quán sẽ chi 227,580,000 đồng cho chi phí hoạt động.

Bảng 4.9: Dự báo chi phí hoạt động qua các năm.

	1 tháng	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Lương nhân viên	17,000,000 đ	204,000,000 đ	204,000,000 đ	204,000,000 đ	204,000,000 đ	204,000,000 đ
Chi phí điện nước trung bình	3,000,000 đ	36,000,000 đ	36,000,000 đ	36,000,000 đ	36,000,000 đ	36,000,000 đ
Chi phí điện thoại	300,000 đ	3,600,000 đ	3,600,000 đ	3,600,000 đ	3,600,000 đ	3,600,000 đ
Chi phí Internet	600,000 đ	7,200,000 đ	7,200,000 đ	7,200,000 đ	7,200,000 đ	7,200,000 đ
Chi phí Marketing	2,000,000 đ	24,000,000 đ	24,000,000 đ	24,000,000 đ	24,000,000 đ	24,000,000 đ
Chi phí mặt bằng	13,000,000 đ	156,000,000 đ	156,000,000 đ	156,000,000 đ	156,000,000 đ	156,000,000 đ
Tiền rác	30,000 đ	360,000 đ	360,000 đ	360,000 đ	360,000 đ	360,000 đ
Dự phòng chi phí phát sinh	2,000,000 đ	24,000,000 đ	24,000,000 đ	24,000,000 đ	24,000,000 đ	24,000,000 đ
Tổng	37,930,000 đ	455,160,000 đ	455,160,000 đ	455,160,000 đ	455,160,000 đ	455,160,000 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Bảng trên cho thấy mức chi phí hoạt động hàng năm của quán, một năm quán cần 455,160,000 cho chi phí hoạt động.

Bảng 4.10: Dự kiến thu chi tiền mặt hàng tháng trong 1 năm

Tháng	Số dư đầu kỳ	Nguồn thu : Doanh thu	Nguồn chi:		Dòng tiền
			Chi phí hoạt động	Nguyên vật liệu trung bình/tháng	
1	0 đ	75,600,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	12,681,000 đ
2	12,681,000 đ	78,300,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	15,381,000 đ
3	15,381,000 đ	81,000,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	18,081,000 đ
4	18,081,000 đ	99,900,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	36,981,000 đ
5	36,981,000 đ	102,600,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	39,681,000 đ
6	39,681,000 đ	105,300,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	42,381,000 đ
7	42,381,000 đ	105,300,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	42,381,000 đ
8	42,381,000 đ	105,300,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	42,381,000 đ
9	42,381,000 đ	102,600,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	39,681,000 đ
10	39,681,000 đ	91,800,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	28,881,000 đ
11	28,881,000 đ	81,000,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	18,081,000 đ
12	18,081,000 đ	78,300,000 đ	37,930,000 đ	24,989,000 đ	15,381,000 đ
Cả năm		1,107,000,000 đ	455,160,000 đ	299,868,000 đ	351,972,000 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Bảng trên cho thấy mức thu chi hàng tháng của quán, nguồn thu là doanh thu của quán, nguồn chi là chi phí hoạt động trung bình của quán (giả định là 37,930,000 đồng) và nguyên vật liệu trung bình trên tháng (giả định là 24,989,000 đồng). Số dư đầu kỳ của tháng này là doanh thu của tháng trước trừ đi chi phí hoạt động. Số dư đầu kỳ này dùng để sử dụng vào các công việc phát sinh khác hoặc trả nợ cho quán. Tháng đầu tiên có doanh thu trừ đi chi phí còn lại được 12,681,000 đồng, số tiền này sẽ được để lại để dùng cho tháng sau.

Năm	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Doanh thu thuần	1,107,000,000 đ	1,162,350,000 đ	1,356,075,000 đ	1,423,878,750 đ	1,495,072,688 đ
Thuế môn bài	1,000,000 đ	1,000,000 đ	1,000,000 đ	1,000,000 đ	1,000,000 đ
Thuế khoán	6,000,000 đ	6,000,000 đ	6,000,000 đ	6,000,000 đ	6,000,000 đ
Tổng tiền thuế	7,000,000 đ	7,000,000 đ	7,000,000 đ	7,000,000 đ	7,000,000 đ
% Thuế trên doanh thu	0.63%	0.60%	0.52%	0.49%	0.47%
Doanh thu sau thuế	1,100,000,000 đ	1,155,350,000 đ	1,349,075,000 đ	1,416,878,750 đ	1,488,072,688 đ

Bảng 4.11: Các loại thuế phải đóng của Quán.

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Thiên Đường DOTINY kinh doanh theo hình thức hộ gia đình, vì vậy có 2 loại thuế phải đóng là thuế môn bài và thuế khoán. Thuế môn bài mỗi năm đóng 1 lần là 1,000,000 đồng. Thuế khoán tính theo tháng, tùy vào quy mô của quán mà chi cục thuế sẽ định mức thuế, với quy mô của quán, có thể ước lượng khoảng thuế khoán

phải đóng là 500,000 đồng/tháng và có thể đóng 1 lần theo năm là 6,000,000 đồng. Tỷ lệ thuế trên doanh thu của năm đầu tiên đạt 0,63%.

Bảng 4.12: Giá trị khấu hao công cụ dụng cụ

STT	Công cụ dụng cụ	Giá Trị	Thời gian khấu hao (Tháng)	Khấu hao 1 tháng
1	Laptop cũ	3,000,000 đ	12	250,000 đ
2	Phần mềm, máy in bill	4,000,000 đ	12	333,333 đ
3	Máy chiếu Optoma s316	9,290,000 đ	12	774,167 đ
4	Ampli + Loa vi tính	1,700,000 đ	12	141,667 đ
5	Tivi 32 inch	3,500,000 đ	12	291,667 đ
6	Modem wifi Internet	4,400,000 đ	12	366,667 đ
7	Tủ đông 2 ngăn	3,000,000 đ	12	250,000 đ
8	Máy lạnh inverter 1.5HP (1 cục nóng, 2 cục lạnh)	11,000,000 đ	12	916,667 đ
9	Máy ép nắp nhựa	1,500,000 đ	12	125,000 đ
10	Máy xay sinh tố	1,500,000 đ	12	125,000 đ
11	Bình làm kem tươi	2,500,000 đ	12	208,333 đ
12	Máy chiên công nghiệp	1,400,000 đ	12	116,667 đ
13	Bếp gas	1,500,000 đ	12	125,000 đ
14	Quầy gỗ MDF + công + sơn	4,000,000 đ	12	333,333 đ
	Tổng	52,290,000 đ	12	4,107,500 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Quán có 14 loại công cụ dụng cụ cần khấu hao với tổng giá trị khấu hao là 52,290,000 đồng. Với giá trị khấu hao tương đối nhỏ nên quán quyết định khấu hao hết ngay trong năm đầu tiên. Thời gian khấu hao là 12 tháng, mỗi tháng sẽ là 4,107,500 đồng.

Bảng 4.13: Kế hoạch trả nợ

Chi tiêu	Năm 0	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Dư nợ đầu kỳ	0 đ	228,000,000 đ	182,400,000 đ	136,800,000 đ	91,200,000 đ	45,600,000 đ
Số nợ trả trong 1 năm	0 đ	45,600,000 đ	45,600,000 đ	45,600,000 đ	45,600,000 đ	45,600,000 đ
Dư nợ cuối kỳ	228,000,000 đ	182,400,000 đ	136,800,000 đ	91,200,000 đ	45,600,000 đ	0 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Tổng số nợ phải trả 228,000,000 đồng sẽ trả trong 5 năm. Trong đó, số nợ phải trả trong một năm là 45,600,000 đồng sẽ được trả vào cuối năm sau khi tổng kết lại sổ sách.

4.3. Đánh giá dự án

Bảng 4.14: Kết quả hoạt động kinh doanh trong 6 tháng

Chỉ tiêu	Tháng 7	Tháng 8	Tháng 9	Tháng 10	Tháng 11	Tháng 12
Doanh thu	105,300,000 đ	105,300,000 đ	102,600,000 đ	91,800,000 đ	81,000,000 đ	78,300,000 đ
Giá vốn	24,989,000 đ	24,989,000 đ	24,989,000 đ	24,989,000 đ	24,989,000 đ	24,989,000 đ
Lãi gộp	80,311,000 đ	80,311,000 đ	77,611,000 đ	66,811,000 đ	56,011,000 đ	53,311,000 đ
chi phí hoạt động	37,930,000 đ	37,930,000 đ	37,930,000 đ	37,930,000 đ	37,930,000 đ	37,930,000 đ
Khấu hao	4,107,500 đ	4,107,500 đ	4,107,500 đ	4,107,500 đ	4,107,500 đ	4,107,500 đ
Trả nợ	3,800,000 đ	3,800,000 đ	3,800,000 đ	3,800,000 đ	3,800,000 đ	3,800,000 đ
Thuế khoán	500,000 đ	500,000 đ	500,000 đ	500,000 đ	500,000 đ	500,000 đ
Thuế môn bài	83,333 đ	83,333 đ	83,333 đ	83,333 đ	83,333 đ	83,333 đ
Lãi sau thuế	33,890,167 đ	33,890,167 đ	31,190,167 đ	20,390,167 đ	9,590,167 đ	6,890,167 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Bảng trên cho thấy kết quả hoạt động kinh doanh trong 6 tháng của năm đầu tiên. Lợi nhuận của quán có xu hướng giảm dần từ giữa năm đến cuối năm vì vào giữa năm sẽ tiêu thụ sản phẩm nhiều hơn. Tháng 12 có lãi sau thuế đạt 6,890,167 đồng vì doanh thu thấp và phải gánh chịu thêm khoảng khấu hao và trả nợ. Trong đó, Quán khấu hao hết tài sản trong năm đầu tiên nên mỗi tháng sẽ chịu 4,107,500 đồng/ tháng tiền khấu hao. Cùng với đó là trả khoảng nợ, trung bình 3,800,000 đồng/ tháng.

Bảng 4.15: Kết quả hoạt động kinh doanh qua các năm của quán

Chỉ tiêu	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Doanh thu	1,107,000,000 đ	1,162,350,000 đ	1,356,075,000 đ	1,423,878,750 đ	1,495,072,688 đ
Giá vốn	299,868,000 đ	299,868,000 đ	299,868,000 đ	299,868,000 đ	299,868,000 đ
Lãi gộp	807,132,000 đ	862,482,000 đ	1,056,207,000 đ	1,124,010,750 đ	1,195,204,688 đ
chi phí hoạt động	455,160,000 đ	455,160,000 đ	455,160,000 đ	455,160,000 đ	455,160,000 đ
Khấu hao	52,290,000 đ				
Trả nợ	45,600,000 đ	45,600,000 đ	45,600,000 đ	45,600,000 đ	45,600,000 đ
Thuế khoán	6,000,000 đ	6,000,000 đ	6,000,000 đ	6,000,000 đ	6,000,000 đ
Thuế môn bài	1,000,000 đ	1,000,000 đ	1,000,000 đ	1,000,000 đ	1,000,000 đ
Lãi sau thuế	247,082,000 đ	354,722,000 đ	548,447,000 đ	616,250,750 đ	687,444,688 đ

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Với số liệu từ bảng trên cho thấy quán kinh doanh ổn định, lợi nhuận sau thuế năm 1 đạt 247,082,000 đồng và tiếp tục tăng qua các năm. Các khoản giảm trừ doanh thu là chi phí hoạt động, khấu hao, trả nợ, thuế khoán, thuế môn bài.

Bảng 4.16: Các chỉ số tài chính của dự án

Chỉ tiêu	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Lãi gộp/doanh thu	73%	74%	78%	79%	80%
Lãi sau thuế/doanh thu	22%	31%	40%	43%	46%

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Ta thấy, tỷ lệ lãi gộp trên doanh thu khá tốt. Cụ thể, năm 1 đạt 73% trên doanh thu và tiếp tục tăng lên 74% (năm 2), 78% (năm 3), 79% (năm 4), 80% (năm 5). Tỷ lệ lãi sau thuế đạt 22% năm 1, đây là tỷ lệ tốt, đạt mục tiêu đề ra.

Bảng 4.17: Đánh giá dự án theo NPV,PP

Chỉ tiêu	Năm 0	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Dòng tiền hoạt động	0 đ	247,082,000 đ	354,722,000 đ	548,447,000 đ	616,250,750 đ	687,444,688 đ
Đầu tư ban đầu	327,922,450 đ	0 đ	0 đ	0 đ	0 đ	0 đ
Hiện giá dòng tiền	- 327,922,450	220,608,929	282,782,207	390,373,742	391,638,492	390,074,578
Tích lũy	- 327,922,450	-107,313,521	175,468,685			
NPV	1,347,555,497					
PP	1.4					

Nguồn: Thiên Đường DOTINY

Số tiền đầu tư ban đầu là 327,922,450 đồng, dòng tiền mỗi năm mang lại chính là tiền lãi sau thuế của dự án. Từ những số liệu về vốn đầu tư ban đầu và dòng tiền mang lại với giả định lãi suất là 12% năm ta có thể tính được hiện giá thu nhập thuần và thời gian hoàn vốn.

Ta có:

$$- NPV = -327,922,450 + \frac{247,082,000}{(1+12\%)^1} + \frac{354,722,000}{(1+12\%)^2} + \frac{548,447,000}{(1+12\%)^3} + \frac{616,250,750}{(1+12\%)^4} + \frac{687,444,688}{(1+12\%)^5} = 1,347,555,497 \text{ đồng} > 0$$

☐ **Dự án khả thi.**

$$- PP = 1 + \frac{107,313,521}{282,782,207} = 1,4$$

☐ **Thời gian hoàn vốn là 1 năm 5 tháng (1,4x12 tháng)**

4.4. Giám sát dự án

Hệ thống giám sát dự án bao gồm việc theo dõi về :

- Tiến độ thời gian, đảm bảo yêu cầu kế hoạch. Nếu dự án bị chậm trễ hay có vấn đề thì chủ đầu tư sẽ nhìn vào đó mà điều chỉnh.
- Chi Phí: Giữ cho chi phí trong phạm vi ngân sách được duyệt. Vì ngân sách là có hạn nên cần phải kiểm tra tính toán thật kĩ và việc tiết kiệm được ngân sách cho dự án là điều trên cả tuyệt vời.
- Phát hiện kịp thời những tình huống bất ngờ nảy sinh và đề xuất biện pháp giải quyết. Ví dụ: Thiên tai, tai nạn do yếu tố con người và tự nhiên, đưa các biện

pháp như đánh đổi, khắc phục hay từ bỏ dự án... Hệ thống giám sát phải: đơn giản, dễ hiểu, tập trung vào những thay đổi quan trọng, những khâu chủ yếu trong hệ thống.

- Phương pháp giám sát dự án:

Kiểm soát thực hiện đối với toàn bộ dự án và từng công việc giữ vai trò rất quan trọng. Để đo lường tình hình thực hiện đối với toàn bộ dự án người ta dùng chỉ tiêu giá trị thu được (giá trị hoàn thành quy ước):

Giá trị hoàn thành quy ước

Cũng như các dự án đầu tư khác khi xây dựng kế hoạch kinh doanh trà sữa Thiên Đường DOTINY, chúng ta cần quan tâm đến bốn chỉ tiêu sau:

Chênh lệch thời gian = thời gian thực hiện tiến độ kế hoạch – thời gian thực tế

Chênh lệch chi tiêu = chi phí thực tế - giá trị hoàn thành

Chênh lệch kế hoạch = Giá trị hoàn thành – chi phí thực tế

Tổng chênh lệch = Chênh lệch chi tiêu + chênh lệch kế hoạch = chi phí thực tế - chi phí kế hoạch

Việc kiểm soát các chỉ tiêu trên chúng ta sẽ dùng công cụ MS Project để theo dõi và cập nhật tiến độ hàng tuần.

Xem Thêm ==> Kho 99+ [bài báo cáo thực tập quản trị kinh doanh](#)

<https://baocaothuctap.net/bao-cau-thuc-tap-quan-tri-kinh-doanh/>

Xem Thêm ==> [báo cáo tốt nghiệp kế hoạch kinh doanh khách sạn Caravelle sài gòn](#)

<https://baocaothuctap.net/ke-hoach-kinh-doanh-khach-san/>

