NGUYỄN NGỌC LONG

LÀM CHỦ QUÁN CÀ PHÊ

(Tái bản lần 2 có bổ sung)

NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC

Nguyễn Ngọc Long
Sinh Năm 1977, hiện sống và
làm việc tại TP.HCM
Email: long7277@yahoo.com

Hơn 10 năm hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh ẩm thực, đặc biệt trong lĩnh vực cà phê. Trải nghiệm thực tế trong vai trò là chủ quán, quản lý, giảng viên.

Tác giả của cuốn sách:
Làm chủ quán Cà phê
Cà phê Sài Gòn (sắp xuất bản)
Coffee Obsession (sách dịch)

LÀM CHỦ QUÁN CÀ PHÊ

LÀM CHỦ QUÁN CÀ PHÊ

Bản quyền tác phẩm thuộc về tác giả

BIỂU GHI BIÊN MỤC TRƯỚC XUẤT BẢN DO THƯ VIỆN KHTH TP.HCM THỰC HIỆN

General Sciences Library Cataloging-in-Publication Data

Nguyễn Ngọc Long -

Làm chủ quán Cà phê / Nguyễn Ngọc Long - Hà Nội : Hồng Đức, 2015.

268tr. ; 20.5cm.

1. Quán cà phê. 2. Thành công trong kinh doanh. 3. Doanh nghiệp mới.

1. Cafeteria. 2. Success in business. 3. New business enterprises.

658.9425 – ddc 23

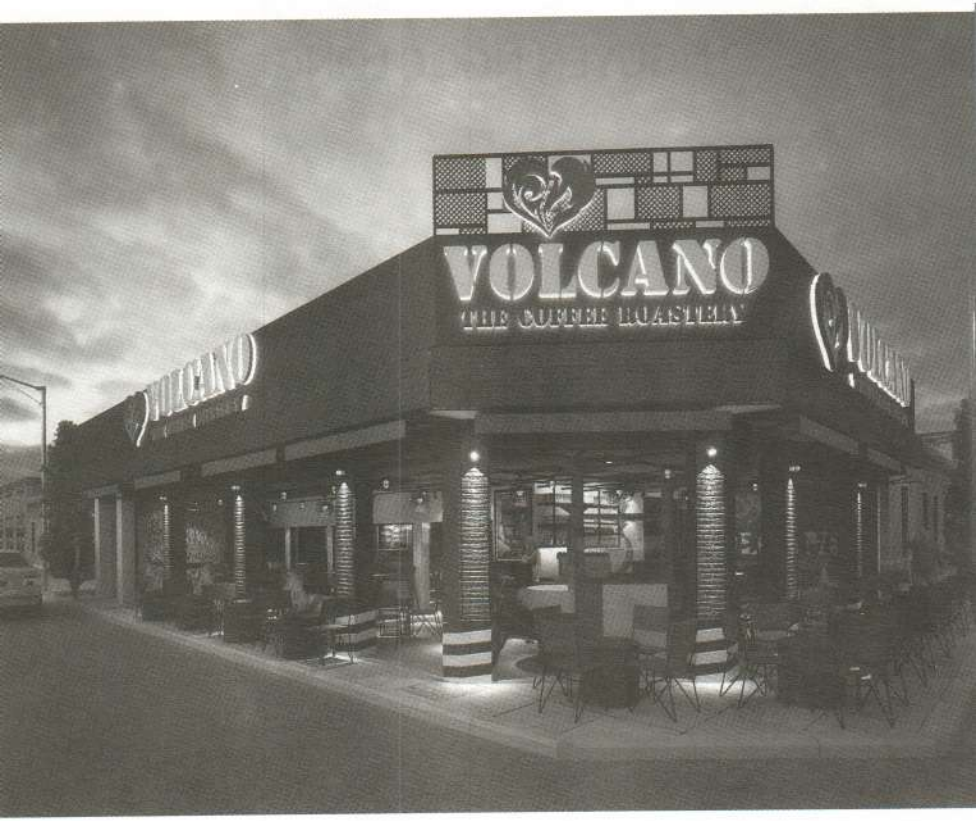
N573-L85

NGUYỄN NGỌC LONG

LÀM CHỦ QUÁN CÀ PHÊ

Tái bản lần 2 có sửa chữa bổ sung

Nhà xuất bản
HỒNG ĐỨC


VOLCANO
THE COFFEE ROASTERY
VOLCANO
VOLCANO

LỜI NÓI ĐẦU

MỖI NGƯỜI TRONG CHÚNG TA, dù làm bất cứ công việc gì vẫn luôn khát khao làm chủ, được tự do và độc lập, không muốn bị lệ thuộc hoặc làm thuê cho ai. Qua đó ta có niềm tin mạnh mẽ, cố gắng, nỗ lực sáng tạo giúp sớm đạt đến thành công.

Với một khoản tiền trong tay, chúng ta sẽ nghĩ ngay đến việc khởi nghiệp để thỏa mãn khao khát làm chủ. Mỗi người sẽ có con đường khởi nghiệp riêng như mở một quán cà phê hoặc một quán ăn, sau đó có thể phát triển thành chuỗi quán cà phê hoặc chuỗi quán ăn.

Có rất nhiều hình thức trong kinh doanh ăn uống: quán cà phê cóc, quán cà phê nguyên chất, quán cà phê sân vườn, quán cà phê đặc trưng, quán cà phê cao cấp... hoặc quán ăn gia đình, quán ăn sáng, quán cơm văn phòng, quán ăn đặc sản, nhà hàng cao cấp, nhà hàng tiệc cưới...

Tại sao rất nhiều người chọn con đường khởi nghiệp bằng việc mở quán cà phê hoặc quán ăn? Mọi người đều cho rằng đây là con đường khởi nghiệp để làm chủ dễ dàng nhất vì:

- Chỉ cần có ý tưởng
- Thuê mướn mặt bằng phù hợp
- Mua sắm trang thiết bị, bàn ghế và dụng cụ
- Xây dựng, sửa chữa và trang trí
- Tuyển dụng nhân viên
- Công việc thú vị
- Gặp gỡ nhiều người
- Luôn thu được tiền mặt, không phải giải quyết công nợ
- Và đặc biệt lợi nhuận cao...

Thế nhưng, theo nhiều nghiên cứu, ngành kinh doanh ăn uống trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng luôn có nhiều rủi ro và khó khăn, đặc biệt trong giai đoạn hiện nay, tình hình kinh tế đang khó khăn, trong khi đó các dịch vụ ăn uống mọc lên như nấm sau mưa, muôn hình muôn dạng, từ quán cà phê cho đến những quán ăn, nhà hàng cao cấp. Có 75% dịch vụ kinh doanh ăn uống thường phải đóng cửa trong những năm đầu tiên, chỉ có 25% quán có thể trụ lại và phát triển.

Những người thất bại thì cho rằng thiếu vốn, không kiên nhẫn, địa điểm không phù hợp, quản lý kém, thức ăn và thức

uống không ngon, không có chiến lược rõ ràng, không có sự khác biệt, dịch vụ không phù hợp, khách hàng thay đổi thói quen, môi trường, chính sách...

Rất nhiều nguyên nhân dẫn đến thất bại trong kinh doanh dịch vụ ăn uống được đưa ra. Làm sao chúng ta có thể kiểm soát và không rơi vào lối mòn của những thất bại khi dấn thân trong việc kinh doanh dịch vụ ăn uống? Hình dung và nhìn rõ các nguyên nhân thất bại sẽ giúp chúng ta có những kế hoạch và giải pháp tốt nhất, nhanh nhất để thành công trong lĩnh vực kinh doanh.

Xuất phát từ những trăn trở, khó khăn và ưu tư của những người khát khao khởi nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống, cuốn sách ra đời với sự đúc kết từ những năm tháng kinh doanh, trải nghiệm và trả giá trong lĩnh vực này. Đây có thể coi là cuốn cẩm nang mang tính thực tế và chọn lọc, có thể vận dụng ngay từ khi bạn xây dựng những viên gạch ý tưởng kinh doanh, cho đến khi quán đi vào hoạt động và phát triển.

Trong lĩnh vực kinh doanh cà phê, chúng ta hoàn toàn có nhiều cơ hội để thành công. Như chúng ta đều biết, Việt Nam là nước sản xuất và xuất khẩu cà phê đứng thứ 2 thế giới, chỉ sau Brazil. Người Brazil tiêu thụ cà phê bình quân 5kg/người/năm, trong khi đó người Việt nam tiêu thụ cà phê bình quân chỉ 1kg/người/năm.

Mặt khác với văn hóa uống cà phê có từ lâu đời, người Việt

có thể rủ nhau đến quán cà phê bất cứ khi nào: sáng, trưa, chiều và tối, vào bất kỳ mọi dịp: buồn, vui, họp bạn bè, gặp gỡ, giao lưu, chia tay... Ngoài ra với dân số gần 90 triệu người, thị trường kinh doanh cà phê rộng lớn và đầy tiềm năng. Vậy làm thế nào để chúng ta có thể tận dụng cơ hội, giảm thiểu rủi ro để có thể phát huy thế mạnh của mình và thành công trong kinh doanh quán cà phê?

Nội dung cuốn sách truyền tải những phân tích, kinh nghiệm, các nguyên tắc cốt lõi để dự án đạt được sự thành công và phát triển, tránh được những rủi ro, thất thoát và dẫn đến nguy cơ thất bại. Trình tự của cuốn sách được sắp xếp theo thứ tự: Ý tưởng – Xây dựng – Vận hành – Kiểm soát.

Cuốn sách bao gồm: Lập kế hoạch, lựa chọn địa điểm, thiết kế, chọn mua hàng hóa thực phẩm, dụng cụ, tuyển chọn nhân sự, vận hành và kiểm soát hoạt động quán. Cuốn sách không chỉ tập trung kinh doanh quán cà phê mà hoàn toàn có thể áp dụng được với mô hình kinh doanh dịch vụ ăn uống từ bình dân đến cao cấp. Do vậy bạn hoàn toàn có thể áp dụng những kiến thức trong quyển sách này trong lĩnh vực kinh doanh ăn uống.

Cuốn sách hướng đến đối tượng chính: những người có ước mơ khởi nghiệp trong lĩnh vực ăn uống, những người muốn đầu tư kinh doanh ăn uống, những người quản lý quán cà phê và quán ăn, hoặc đơn giản bạn muốn tìm hiểu một lĩnh vực kinh doanh mới.

Trải qua những tháng năm kinh doanh trong lĩnh vực ăn uống, cùng với trăn trở muốn sẻ chia những khó khăn, định hướng, xây dựng và vận hành quán cà phê. Tôi hi vọng cuốn sách sẽ cung cấp cho bạn những bước cơ bản và chi tiết về những khía cạnh trọng yếu trong kinh doanh ăn uống, hướng dẫn để bạn có thể áp dụng những kinh nghiệm, phân tích, nguyên tắc, quy trình và biểu mẫu một cách thực tế. Tôi tin rằng cuốn sách sẽ trở thành người bạn đồng hành trên con đường xây dựng và phát triển dự án kinh doanh ăn uống của bạn.

Tôi biết rằng, với tâm huyết, kinh nghiệm và sự trải nghiệm, chắc chắn chưa thể đáp ứng hết được mong muốn của độc giả. Chúng tôi rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của độc giả. Những góp ý của bạn chính là những lời động viên về mặt tinh thần giúp chúng tôi từng bước hoàn thiện quyển sách, nhằm mang đến cho bạn những ấn phẩm có giá trị và mang tính vận dụng cao.

Cuốn sách được biên soạn dựa trên những kinh nghiệm thực tế trong quá trình kinh doanh, xây dựng, vận hành quán cà phê, quán ăn và quá trình giảng dạy.

Ngoài ra cuốn sách còn chọn lọc những tài liệu về Marketing, kiến trúc, nhà hàng, khách sạn, quán cà phê, xây dựng, kinh doanh... và những nguồn tại liệu từ các trang web uy tín.

PHẦN MỞ ĐẦU

CON ĐƯỜNG CÀ PHÊ

LỊCH SỬ CÀ PHÊ

Năm 850

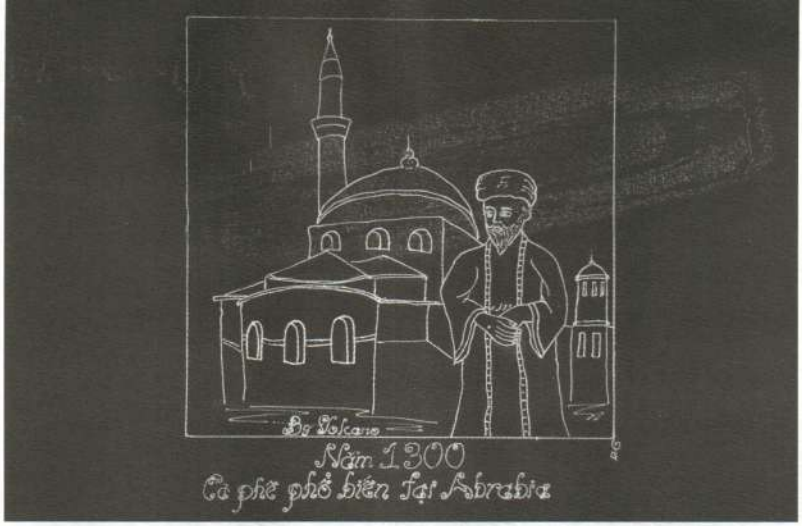
Cây cà phê được phát hiện một cách tình cờ tại đất nước Ethiopia, bởi một anh chàng chăn dê tên Kaldi, Khi thấy đàn dê nhảy múa một cách kỳ lạ sau khi ăn những trái chín màu đỏ. Kaldi cũng ăn thử những trái đỏ, và thật ngạc nhiên, anh cũng cảm thấy thật sự thoải mái và tỉnh táo.

Kaldi hái những trái đỏ, mang đến cho vị Giáo trưởng của mình và nói về sự kỳ diệu mà thứ trái đỏ mang lại. Nghe xong, vị Giáo trưởng tỏ vẻ giận dữ, hất đổ tất cả những trái đỏ vào đống lửa. Ngay sau đó, mùi thơm quyến rũ của những trái đỏ bị đốt cháy đã thực sự thu hút sự chú ý của các vị Giáo sĩ khác. Họ lập tức lấy những trái đỏ bị cháy ngâm trong nước và uống. Kỳ lạ thay, suốt đêm, những vị Giáo sĩ hoàn toàn tỉnh táo, sảng khoái và tràn đầy năng lượng trong các nghi thức cầu kinh để giao tiếp với Thượng đế.

Từ đó thức uống này đã được phổ biến trong các thánh đường Hồi giáo, và đã trở thành thức uống bắt buộc trong các nghi lễ cầu nguyện của các Giáo sĩ. Chính những giáo sĩ Hồi giáo đã làm cho cà phê trở nên phổ biến trong thế giới Ả Rập.

Năm 1100

Những thương nhân Ả Rập mang những hạt cà phê Ethiopia đến Yemen. Họ trồng cà phê tại các đồn điền. "Qahwa" là tên gọi cho loại nước uống phổ biến tại đây, công dụng của loại nước uống này là giúp tỉnh táo, loại nước uống này được pha chế bằng cách nấu sôi những hạt cà phê. Thức uống này đã trở nên được ưa thích và phù hợp với luật lệ nghiêm khắc của kinh Koran, và được sử dụng rộng rãi trong thế giới Hồi giáo.



Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng, chữ "Cà phê" có thể bắt nguồn từ chữ "Qahwa" và nó đã được sử dụng rộng rãi cho tới ngày nay.

Một số người khác thì lại cho rằng, chữ "Cà phê" được đặt theo tên một thị trấn nhỏ tại Ethiopia, đó là "Kaffa". Những người khác lại nói thị trấn "Kaffa" được đặt theo tên "Cà phê".

Có rất nhiều giả thuyết về cái tên "Cà phê", còn rất nhiều sự tranh cãi về nguồn gốc của chữ "Cà phê". Và cái tên này vẫn còn là ẩn số và chưa thể biết chính xác tên "Cà phê" xuất phát từ đâu!

Năm 1454

Cà phê dần dần được phổ biến tại những vùng cận Thánh địa Mecca, những quán cà phê đầu tiên được mở, chúng được gọi là Kaveh Kane, đây là nơi diễn ra những buổi họp tôn giáo, hội họp, ca hát và trò chuyện. Cà phê thực sự đã trở thành một thức uống làm thay đổi xã hội.

Năm 1457

Nhiều quán cà phê đã được mở tại Constantinople, những quán cà phê đã trở thành nơi diễn ra những cuộc thảo luận, hội họp và tranh luận chính trị. Quán cà phê đã trở thành một nét văn hóa đặc trưng của Thổ Nhĩ Kỳ. Họ đã từng có một đạo luật cho phép người vợ được ly dị chồng nếu người chồng không cung cấp đủ cà phê cho người vợ hàng ngày.

Năm 1511

Chỉ sau 50 năm, kể từ khi quán cà phê đầu tiên được phổ biến tại Mecca, Thống đốc Khayr Bey đã ra lệnh đóng cửa tất cả những quán cà phê tại Constantinople, vì ông sợ rằng chính tại những quán cà phê sẽ ươm mầm cho những âm mưu chính trị, những toan tính phản động, những cuộc cách mạng, chống lại và lật đổ ông. Tuy nhiên, Quốc vương Cairo, là một người đam mê cà phê, Quốc vương không đồng ý và đã hủy bỏ lệnh cấm trên

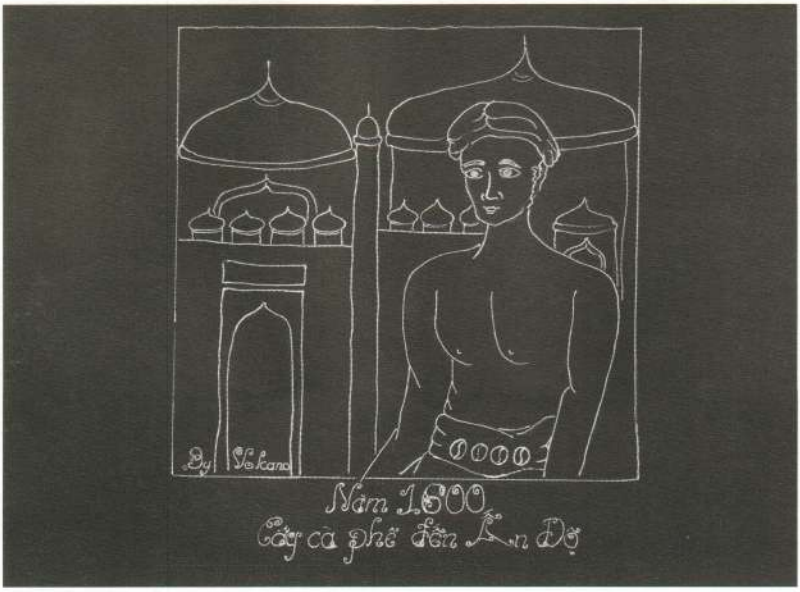
Năm 1570

Lần đầu tiên cà phê xuất hiện tại Venice, thức uống quý giá này chỉ được phục vụ cho tầng lớp quý tộc và giàu có.

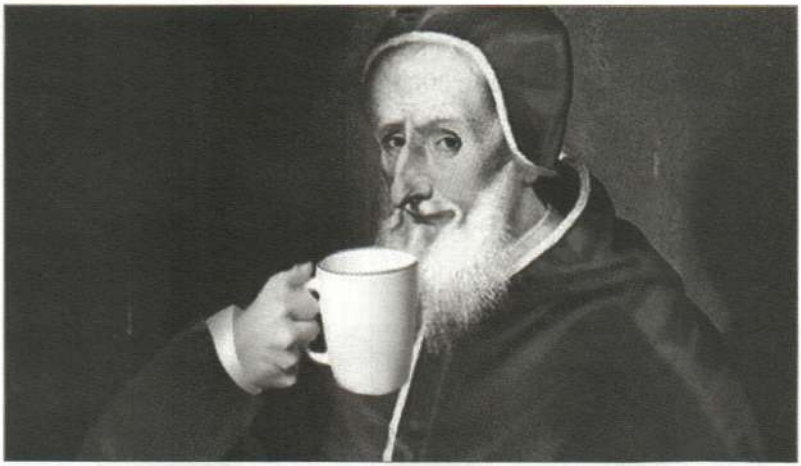
Năm 1600

Cà phê, thứ thức uống quý giá và thiêng liêng, người Ả Rập chỉ muốn giữ cà phê độc quyền cho riêng mình. Nếu có xuất khẩu hạt cà phê, họ sẽ rang hoặc luộc chín hạt cà phê, đảm bảo cà phê không thể nảy mầm, nên hạt cà phê càng trở nên có giá trị và nhiều người cố lén mang những hạt cà phê ra bên ngoài.

Baba Budan, một người Ấn Độ, đến hành hương tại thánh địa Mecca, đã cố giấu những hạt cà phê chưa rang vào người. Trở về Ấn Độ, Baba Budan đã gieo trồng những hạt cà phê. Ngày nay, 1/3 sản lượng cà phê của Ấn Độ có nguồn gốc từ những hạt cà phê đầu tiên này. Để tưởng nhớ công ơn của ông, người ta đã lấy tên ông để đặt tên cho một khu vực tại Ấn độ



Trong khi đó, tại Venice, những tín đồ Thiên chúa giáo nhận ra sự phổ biến của cà phê, thứ nước uống ma quái của những kẻ ngoại đạo thuộc đế chế Ottoman. Đức giáo hoàng Pope Clement VIII đã quyết định kiểm chứng thứ nước uống ma quái này. Sau khi kiểm chứng, mùi thơm và hương vị quyến rũ của thứ nước uống ma quái đã mê hoặc Ngài: "Tại sao thứ nước uống ngon này lại để những kẻ ngoại đạo độc quyền và thưởng thức, Ta sẽ thanh tẩy, để cà phê trở thành thứ nước uống của Kitô giáo, cảm ơn Chúa đã ban cho chúng con loại thức uống tuyệt vời".



Năm 1652

Pasqua Rosee, một người nhập cư Do Thái, người tiên phong mở quán cà phê đầu tiên tại London, ông rang xay cà phê tại nhà và bán cà phê cho tất cả mọi người, ông mở ra một xu hướng và phong cách thưởng thức cà phê hoàn toàn mới cho tất cả mọi người.

Cà phê đã trở thành một thức uống kỳ diệu. Đến thế kỷ XVIII khắp London đã có khoảng 200 quán cà phê, đa phong cách phù hợp cho mọi đối tượng khách hàng. Quán cà phê chính là nơi trao đổi thông tin, trò chuyện, bàn công việc làm ăn... Chính tại những quán cà phê này, nhiều ngành nghề, loại hình kinh doanh mới đã được hình thành...

Năm 1654

Hơn 70 năm sau khi tách cà phê được giới thiệu tại Venice, quán cà phê đầu tiên đã được mở để phục vụ cho du khách và thương nhân. Quán cà phê Forian, phục vụ cho những người giàu. Quán cà phê nổi tiếng này vẫn còn hoạt động cho tới ngày nay.

Chỉ 30 năm sau, đã có hơn 200 quán cà phê được mở tại Venice

Năm 1668

Cà phê có mặt ở Bắc Mỹ, ngay sau đó, quán cà phê được mở tại New York, Philadelphia, Boston và các thị trấn khác. Thị trường chứng khoán New York và Ngân hàng New York cũng bắt đầu hoạt động tại các quán cà phê (Wall Street ngày nay).

Năm 1672

Pascal, một người Armenia, là người đầu tiên bán những tách cà phê cho người Paris. Pascal đã cho những nhân viên phục vụ đi khắp các nẻo đường Paris rao lớn "cà phê, cà phê..." Họ mang theo tách và bình cà phê, phục vụ khách hàng tại chỗ.

Những quán cà phê bắt đầu được hình thành, từ những quán cà phê cho tầng lớp bình dân cho đến những quán cà phê dành cho giới quý tộc, thượng lưu Paris.

Năm 1686

Francesco Procopio dei Coltelli, người Ý đã mở quán cà phê Café Procope, là quán cà phê văn học đầu tiên tại Paris, của kinh đô ánh sáng. Đây là quán cà phê cổ nhất Paris và nó còn hoạt động cho tới ngày nay, tại số 13 rue de l'Ancienne Comédie.

Năm 1669

Thời gian này, những người Hà Lan cũng lấy được một ít hạt cà phê, mang về chính quốc để trồng nhưng điều kiện thổ nhưỡng và khí hậu không phù hợp với cây cà phê. Sau đó người Hà Lan đã mang những hạt cà phê quý giá trồng tại quần đảo Batavia nay là Java, Indonesia. Cà phê được trồng trong những khu đồn điền rộng lớn, họ bắt những người nô lệ bản xứ trồng và chăm sóc cây cà phê. Năm 1704, hạt cà phê đầu tiên đã được thu hoạch tại những đồn điền này, cung cấp cà phê chủ yếu cho thị trường Châu Âu.

Năm 1710

Những người Pháp cải tiến cách pha cà phê, họ đã cho cà phê bột vào túi vải rót nước sôi vào, cà phê được chiết xuất ra trong khi bã cà phê không bị hòa lẫn, người ta thưởng thức tách cà phê mà không còn sợ uống phải bột cà phê trộn lẫn.

Năm 1713

Tại Pháp, Vua Louis XIV đã được những người Hà Lan tặng cho cây cà phê quý giá. Cây cà phê giá trị đã được Vua trồng trong vườn thượng uyển và được canh giữ cẩn mật.

Năm 1714 - 1720

Vài năm sau, Gabriel Mathieu de Clieu, một đô đốc hải quân trẻ, về tới Paris sau khi trở về từ quần đảo Martinique, một thuộc địa của Pháp. Chàng sĩ quan trẻ đã bị thu hút bởi cây cà phê trong vườn thượng uyển của nhà Vua. Chàng rất muốn mang cây cà phê về trồng tại quần đảo Martinique, nhưng đã bị nhà Vua khước từ.

Đêm đó, Gabriel Mathieu de Clieu đã đột nhập vào vườn thượng uyển và trộm cây cà phê mang về quần đảo Martinique.

Sau hải trình vượt Đại Tây Dương đầy sóng gió và nguy hiểm, cây cà phê cuối cùng đã bén rễ, sinh trưởng và phát triển tốt tại đây. Sau đó cây cà phê được trồng tại nhiều quần đảo thuộc địa của Pháp. 50 năm sau, 19 triệu cây cà phê đã được phát triển tại các vùng thuộc Địa Trung Hải, Trung và Nam Mỹ, từ chính cây cà phê đầu tiên này.

Cũng trong khoảng thời gian này, cà phê đã chính thức xuất hiện tại Mỹ

Năm 1721

Quán cà phê đầu tiên đã được mở tại Berlin, Đức.

Năm 1727

Chính phủ Brazil đã nhận ra rằng, cà phê chính là tương lai, yếu tố sống còn của họ. Với chiêu bài là giải quyết tranh chấp biên giới giữa Guiana thuộc Pháp và Guiana thuộc Hà Lan, Chính phủ Brazil đã gởi đại tá điển trai Francisco de Melo Palheta để tham gia thương lượng. Nhưng mục đích chính là cây cà phê. Sau tất cả những cố gắng và nỗ lực Francisco de Melo Palheta đạt được những thành công trong thương lượng hòa bình. Nhưng chàng không được Chính phủ Pháp chấp thuận nhượng cho những cây cà phê.

Francisco de Melo Palheta không bỏ cuộc, trong bữa ăn tối trước khi về nước, chàng đã quyến rũ người vợ xinh đẹp của thống đốc. Cuối cùng, trên con đường trở về, trong sự lưu luyến của người tình trẻ, ôm trong tay bó hoa oải hương đưa tiễn rực rỡ, lẫn bên trong là những cây cà phê giống. Francisco de Melo Palheta đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ khi mang về Brazil những cây cà phê đầu tiên.

Chính từ những cây cà phê đầu tiên này, Ngày nay Brazil đã trở thành nước sản xuất và xuất khẩu cà phê đứng đầu thế giới.

Năm 1730

Nicolas Law, thống đốc Anh tại Jamaica, thuộc địa Anh, một người nổi tiếng trong việc truy quét những tên cướp biển khét tiếng hoạt động trong vùng. Ông là người đầu tiên mang cây cà phê đến trồng tại vùng núi Blue Mountain, Jamaica. Ngày nay, cà phê Arabica được trồng tại vùng núi Blue Mountain là một trong những loại cà phê ngon và giá trị nhất trên thế giới.

Năm 1818

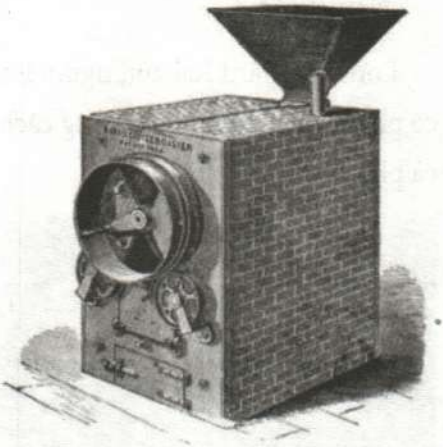
Laurens, người Pháp, một người thợ rèn, đã phát minh ra bình lọc cà phê đầu tiên.

Năm 1822

Louis Bernard Rabaut, người Pháp, đã phát minh ra máy pha cà phê Espresso đầu tiên, bằng cách dùng hơi nước để chiết xuất cà phê.

Năm 1864

Jabez Burns, sống tại New York, được ca ngợi như là người chế tạo ra máy rang cà phê đầu tiên trên thế giới. Ông được cấp bằng sáng chế cho phát minh này. Ông được xem là ông tổ của chiếc máy rang cà phê đầu tiên và là tiền thân của những chiếc máy rang cà phê hiện đại ngày nay.



Năm 1901

Luigi Bezzera, người Ý, được cấp bằng sáng chế cho máy pha cà phê Espresso thương mại đầu tiên. Máy sử dụng nước nóng và hơi nước, áp xuất của hơi nước chiết xuất cà phê một cách nhanh chóng, nó có tên là máy Espresso. Phát minh của ông xuất phát từ việc những nhân viên của ông mất quá nhiều thời gian (từ 7-10 phút) để có thể pha một tách cà phê trong giờ giải lao. Chiếc máy Espresso ra đời, sẽ tiết kiệm thời gian cho nhân viên, điều đó có nghĩa là sẽ tăng thời gian lao động, năng suất tăng, sẽ thu được tiền nhiều.

Năm 1903

Cà phê không có chất caffein được phát minh, thương hiệu cà phê đầu tiên là Sanka.

Năm 1908

Sản lượng sản xuất và xuất khẩu cà phê của Brazil chiếm 97% sản lượng cà phê thế giới.

Năm 1909

George Constant Washington, nhà hóa học người Anh, phát minh ra cà phê uống liền đầu tiên.

Năm 1940

Nước Mỹ nhập khẩu 70% sản lượng cà phê thế giới.

Năm 2000

Cuộc thi pha chế cà phê (Barista) đầu tiên, được tổ chức tại Monte Carlo.

Năm 2009 đến nay

Cà phê trở thành thức uống phổ biến nhất trên thế giới, trung bình mỗi ngày trên thế giới có 2,25 tỷ tách cà phê được tiêu thụ. Mỹ là nước nhập khẩu 27% sản lượng cà phê sản xuất trên toàn thế giới. Giá trị giao dịch thương mại của cà phê trên thế giới chỉ đứng thứ 2 sau dầu mỏ.

CÂY CÀ PHÊ TẠI VIỆT NAM

Năm 1857

Cây cà phê theo chân những linh mục truyền giáo vào Việt Nam, lần đầu tiên được trồng tại tỉnh Hà Nam, Bố Trạch, Quảng Trị. Những cây cà phê Arabica đầu tiên được trồng tại đây. Tên gọi cà phê được bắt nguồn từ chữ "Café" trong tiếng Pháp.

Năm 1865

Thực dân Pháp chiếm nước ta, chúng thành lập những đồn điền cà phê ở vùng trung du phía bắc Như Xuân, Sơn Tây làm theo phương thức du canh, năng suất cao nhất những năm đầu là 400 – 500 kg/ha. Sau đó thấp dần chỉ còn 100 – 150 kg cà phê nhân /1 ha.

Năm 1908

Thực dân Pháp đã đưa vào Việt Nam loại cà phê vối (C.Robusta) và cà phê mít (C.excelsa Chari) thay thế cho loại cà phê chè (Arabica) năng suất thấp, không thích hợp với điều kiện thổ nhưỡng và khí hậu tại vùng đất này.

Năm 1910

Những đồn điền cà phê mới lại tiếp tục mọc lên ở Hà Tĩnh, Yên Mỹ (Thanh Hóa), Nghĩa Đàn (Nghệ An). Đồng thời cũng thăm dò khả năng thích nghi của cà phê ở Tây Bắc.

Năm 1925

Cà phê được phát triển ở Tây Nguyên, sau đó được trồng phổ biến tại các tỉnh miền Đông Nam Bộ như Bình Phước và Đồng Nai.

Năm 1937-1938 tổng cộng trên toàn lãnh thổ Việt Nam có 13.000ha cà phê, sản xuất được 1.500 tấn.

Năm 1963

Miền Bắc trồng được khoảng 10.000ha cà phê tại các nông trường quốc doanh, cà phê trồng tại đây chủ yếu là giống cà phê chè (Arabica), năng suất khoảng 400-600kg/ha, những khu vực màu mỡ, sản lượng có thể đạt 1tấn/ha.

Năm 1975

Diện tích cây cà phê tại Miền Nam khoảng 10.000ha trong đó

Đắk Lắk 7.000ha, Lâm Đồng 1.700ha, Đồng Nai 1.300ha. Giống cà phê được trồng chủ yếu tại đây là cà phê vối (Robusta). Cà phê Chè (Arabica) chủ yếu được trồng tại Lâm Đồng.

Năm 1994

Tổng số diện tích cà phê ở nước ta đã đạt khoảng 150.000 ha và sản lượng đạt trên 150.000 tấn, năng suất bình quân 1 tấn/ha, những khu vực đất màu mỡ, áp dụng phương pháp trồng và chăm sóc khoa học, năng suất đạt 2 -3 tấn/ha. Đặc biệt có nhiều khu vực, sản lượng đạt 8 -10 tấn/ha.

Việt Nam sản xuất từ 800.000 đến 1 triệu tấn cà phê mỗi năm nhưng Việt Nam chỉ tiêu thụ 10%, số lượng còn lại chủ yếu được xuất khẩu thô.

Năm 1994 đến nay

Mặc dù chính phủ tiếp tục khuyến nghị duy trì diện tích cà phê của cả nước là 500.000 ha do sức cạnh tranh về giá của cà phê so với các loại cây trồng khác không cao trong 3 năm trở lại đây nhưng diện tích gieo trồng cà phê vẫn tiếp tục được mở rộng tại các khu vực chính như Đắk Lắk, Lâm Đồng và Đắk Nông.

Trong 3 năm gần đây, giá cà phê liên tục tăng khiến người nông dân càng thêm động lực để mở rộng hoạt động sản xuất. Theo số liệu ước tính của các Sở NN&PTNT, Bộ NN&PTNT, diện tích trồng cà phê nước ta năm 2013 vào khoảng 633.295 ha, tăng 3% so với năm ngoái.

Sản xuất cà phê nước ta tăng đều trong vòng 3 năm gần đây, do 5 yếu tố chính:

ở miền Bắc, ở Tây Nguyên chín sớm hơn từ tháng 12 đến tháng 2. Đặc biệt loại cà phê Robusta không ra hoa kết quả tại các mắt cũ của cành. Nhân hình hơi to tròn, to ngang, vỏ lụa màu ánh nâu bạc. Màu sắc của nhân xám xanh, xanh bạc, vàng mỡ gà.

Hạt cà phê Robusta có tròn, sậm màu, vị đậm đà, hàm lượng caffein khoảng 2 – 2.5%.

Robusta được trồng phổ biến tại Việt Nam, đặc biệt tại khu vực Tây Nguyên, Việt Nam hiện là nước sản xuất và xuất khẩu cà phê Robusta đứng đầu thế giới.

Cà phê Charry

Thường gọi là cà phê mít. Nguồn gốc ở xứ Ubangui Chari thuộc Biển Hồ gần sa mạc Xahara, loại này được đưa vào Việt Nam 1905. Giống cà phê này có khả năng chống sâu bệnh tốt, cho năng suất cao, có khả năng phát triển tốt tại những vùng đất khô, đầy gió và nắng của vùng cao nguyên.

Cây cà phê Chary trưởng thành cao 6- 15m lá hình trứng hoặc lưỡi mác, gân lá nổi nhiều ở mặt dưới. Quả hình trứng, núm hơi lồi và to. Quả chín cùng một lúc với đợt hoa mới, cho nên trên cùng một đốt cành có thể có đồng thời quả chín, quả xanh, nụ hoa, hoa nở và nụ quả. Đó là điều bất lợi trong thu hoạch. Quả thường chín vào tháng 5 đến tháng 7.

Cà phê Charry có vị chua nhẹ, hơi chát, hàm lượng caffein thấp 1 -1.2%, hương vị rất khác lạ, hạt cà phê màuvàng, sáng bóng rất đẹp. Khi pha tạo ra mùi thơm nhẹ.

Cà phê Moka

Moka là một loài cà phê thuộc chi Arabica, được người Pháp di thực từ những năm 30 của thế kỷ. Được trồng ở Đà Lạt, Lâm Đồng, giống cà phê này phát triển tốt tại Cầu Đất, Lâm Đồng. Trong các họ, giống cà phê này khó trồng nhất, đòi hỏi công chăm sóc rất kỹ, cẩn thận, giống cà phê này dễ bị sâu bệnh và năng suất thấp. Cây cà phê Moka chỉ có thể trồng và sinh trưởng ở độ cao trên 1.500m nên không trồng được ở Buôn Mê Thuột, thủ phủ của cà phê Việt Nam.

Loại cà phê Moka tại Việt Nam thực sự quí hiếm, luôn có giá cao hơn các loại cà phê khác. Chúng ta khó có thể có điều kiện thưởng thức một tách Moka nguyên chất.

Hạt cà phê Moka to và đẹp hơn nhiều so với giống khác, hương thơm của nó rất đặc biệt, thơm ngây ngất, vị hơi chua, dành cho người sành điệu. Những người nước ngoài đặc biệt thích loại cà phê này vì hương thơm của nó.

VĂN HÓA CÀ PHÊ VIỆT NAM

Một sáng sớm thứ Bảy, thu Sài Gòn, nói vậy cho văn thơ chứ Sài Gòn khó mà có được mùa thu đúng nghĩa, nắng nhẹ, tiết trời mát mẻ, phố phường thư thả, không thật đông đúc. Trong một quán cà phê cóc, nhìn cũ kỹ nhưng ngăn nắp, gọn gàng và sạch sẽ, ngồi bên tách cà phê cùng chú Tư, một cư dân Sài Gòn chính gốc. Chú Tư thong thả lật từng trang báo còn thơm màu mực in, chăm chú đọc từng câu chuyện, từng mẩu tin, khi thì chuyện Sài Gòn, khi thì chuyện Tây, khi thì chuyện Ta, chuyện trong nhà ngoài phố... Một lúc sau, đặt tờ báo xuống bàn, chú bắt đầu quan sát xung quanh, nhìn bộ mặt ngơ ngác, và hiếu kỳ của tôi, chú Tư bắt chuyện: "Nhìn cậu lạ lạ, chắc cậu mới đến quán lần đầu hả?". "Dạ, chú chắc là khách hàng quen ở đây hả?" tôi đáp. Chú Tư nói "Hai phần ba cuộc đời của chú uống cà phê ở quán này". Ngồi trò chuyện cùng chú Tư, vỡ ra nhiều điều tưởng bình dị, đời thường nhưng thật sâu sắc và lạ. Những câu chuyện về cà phê, về tách cà phê, văn hóa cà phê, thưởng thức cà phê, cách uống cà phê, từ cổ chí kim đặc biệt là cà phê của người Sài Gòn... Có lẽ khó có thể nói hết chuyện khi ngồi tại những quán cà phê.

Không biết từ bao giờ, cà phê đã trở nên một thức uống quen thuộc với người Việt Nam, mọi người đều có thể uống cà phê, và cà phê được uống mọi lúc mọi nơi. Cà phê không phân biệt giai tầng, không phân biệt giới tính, nhưng có lẽ sẽ phân biệt độ tuổi vì trẻ em sẽ không được khuyến khích uống cà phê. Một điều

chắc chắn cà phê sẽ không thể thiếu trong đời sống sinh hoạt và lao động của nhiều người. Nếu một ngày nào đó, không còn cà phê, mọi người sẽ uể oải, không thể tập trung, và đó sẽ là một mất mát thật to lớn.

Đất nước Việt Nam, trải dài hơn 2.000 cây số, tạo ra sự đa dạng trong văn hóa vùng miền, tính cách cư dân, điều kiện địa lý... hình thành nên những nét văn hóa đặc trưng riêng, văn hóa thưởng thức cà phê cũng không là ngoại lệ và hoàn toàn khác biệt giữa các vùng.

Văn hóa cà phê Hà Nội

Không giống Sài Gòn, Hà Nội dường như gắn liền với văn hóa trà, nói đúng cách người Hà nội đó là "Văn hóa uống Chè". Các quán "chè" tại Hà Nội khá thịnh hành, mọi góc phố, mọi ngõ ngách, mọi con phố đều có sự hiện diện của những quán "chè". Gọi là quán nhưng thực chất đó chỉ là một hoặc hai chiếc bàn gỗ sập xệ, với dăm ba chiếc ghế gỗ, đặt xung quanh chiếc bàn, món ăn và nước uống phục vụ tại quán chủ yếu là: Nước chè, rượu đế, trái cây, bánh kẹo... và đặc biệt phục vụ thuốc lào. Chủ quán kiêm luôn nhân viên phục vụ là lão bối lớn tuổi, ăn mặc dân dị, miệng tróm trém nhai trầu. Đối tượng khách hàng đủ mọi thành phần từ nhân viên văn phòng, công nhân, xe ôm, khách vãng lãi... Khách thường tạt vào gọi một bát nước chè nóng, ngồi thưởng thức nước chè và buôn chuyện. Chè được phục vụ trong chén chứ không phải trong ly.

Những quán nước chè ra đời do văn hóa trà nước, cùng với tính cách niềm nở, vồn vã, hiếu khách của người Hà Nội, mọi người thường tụ tập, mời nhau chén nước chè nóng, trong tiết trời lạnh giá.

Văn hóa cà phê vì vậy chỉ đứng sau văn hóa trà, chính vì vậy quán cà phê Hà Nội cũng không nhiều, không phong phú và không đa dạng như tại Sài Gòn. Hà nội nổi tiếng với những quán cà phê lâu đời như quán cà phê : Nhân, Đinh, Giảng và Lâm.

Cách gọi cốc cà phê của người Hà Nội cũng khác, khách vào quán thường gọi: "Cho một cốc đen nóng/nâu nóng/nâu đá/đen đá đi!". Giống như Huế, cà phê tại đây được phục vụ trong những

cốc trà đá nhỏ, và rất ít đá, chỉ là một cục đá to (nếu là cà phê đá), Điểm khác nữa của quán cà phê Hà Nội là phục vụ hạt dưa hoặc hạt bí trong quán, có rất ít quán tận tình phục vụ trà đá. Khách hàng dường như không phải là thượng đế ở trong những quán cà phê Hà Nội, nếu vào quán quá lâu, bạn sẽ bị chủ quán hoặc nhân viên phục vụ nhìn với ánh mắt không thiện cảm, hoặc có những hành động giống như đuổi khách.

Những quán được nhiều người yêu thích là những quán cà phê ven bờ hồ, quán cà phê bên nhà hát lớn, những quán cà phê dọc theo những con đường dẫn ra bờ hồ. Nhưng có lẽ quán cà phê cóc vẫn luôn là lựa chọn của người Hà Nội, bởi không gian thông thoáng, giá cả hợp lý và dễ buôn chuyện. Quán cà phê Hà Nội dường như chật chội, đôi khi tồi tàn và cũ kỹ.

Người Hà Nội thường thích uống cà phê vào buổi tối, họ gặp mặt, tán gẫu, nhìn ngắm dòng người, đoàn xe qua lại, cũng ồn ào bon chen nhưng không hối hả hoặc bận rộn như Sài Gòn.

Văn hóa cà phê Huế

Trải qua bao thăng trầm lịch sử, bao thay đổi của thời gian, bao thế hệ con người, nhưng nếp sống, nét văn hóa cung đình, phong kiến vẫn luôn in đậm, hằn sâu và ảnh hưởng đến con người và đời sống và văn hóa người Huế. Huế luôn êm đềm, nhẹ nhàng, thanh bình, không ồn ào, không hối hả, luôn chậm rãi như dòng sông Hương thơ mộng.

Nếp sống cung đình và văn hóa phong kiến xưa, định hình nên tính cách và con người xứ này, họ trầm tĩnh, dân dị, mộc mạc, thanh lịch nhưng khá tinh tế.

Văn hóa cà phê của người Huế cũng được hình thành từ đây. Người Huế thưởng thức cà phê hoàn toàn khác với người Sài Gòn. Mỗi sáng, trong tiết trời se lạnh, người Huế vào quán cà phê, họ nhìn ngắm xung quanh, nhỏ nhẹ chào hỏi mọi người, tìm kiếm "chiến hữu", tìm cho mình một chỗ ngồi ưng ý.

Sau khi gọi một ly cà phê phin đúng chất Huế, họ thư thả, chậm rãi, nhìn ngắm những giọt cà phê, đen đậm, sóng sánh, rớt xuống đáy ly. Người Huế chưa vội thưởng thức, đặt phin cà phê qua một bên, đưa ly cà phê còn nóng ấm lên mũi, hít một hơi thật sâu, dường họ họ sợ rằng nếu không làm như vậy, những tinh túy và mùi vị của cà phê sẽ bay mất. Chỉ một chút đường, thậm chí nhiều người còn chẳng cần thêm đường, họ thưởng thức vị thanh, mộc, đắng se đầu lưỡi, nhưng với mùi thơm nhẹ nhàng

và hậu vị ngọt của cà phê nguyên chất. Tách cà phê phản chiếu cuộc sống của người Huế luôn nhẹ nhàng, chậm rãi, đậm đà và nguyên vị.

Cà phê phục vụ nơi đây cũng thật khác, cà phê nóng được đặt trong chén nước nóng, để giữ cà phê luôn ấm khi thưởng thức, nếu bạn chọn cà phê đá, nhân viên sẽ phục vụ cho bạn một chén nước đá (đá tròn, cục lớn), bạn tự gắp đá cho vào ly của mình.

Dù là vùng đất Kinh thành, nhưng Huế vẫn là một thành phố nhỏ, ít những địa điểm vui chơi và giải trí, và cũng ít công sở nên người Huế dành nhiều thời gian để đi uống cà phê. Họ chọn những quán cà phê bình dân, quán cóc, quán có nhiều cây xanh, họ thích những quán cà phê dọc bờ sông Hương trên những trục đường như Lê Lợi, Hàn Mạc Tử, Nguyễn Sinh Cung... Có thể Huế không có nhiều quán cà phê sang trọng và lớn như Sài Gòn để chọn lựa, nhưng lý do chính là họ luôn thích gần gũi thiên nhiên, gần gũi sự mộc mạc và giản dị giống con người họ.

Người Huế có thể uống cà phê mọi lúc: sáng, trưa, chiều và tối. Nếu bạn là du khách, lần đầu tiên đến Huế, bạn sẽ không khỏi ngạc nhiên vì Huế đi ngủ khá sớm, sau 21h bạn sẽ khó tìm được nhiều hàng quán còn hoạt động, đặc biệt là các quán cà phê. Có lẽ nếp sống cung đình xưa đã in sâu vào cuộc sống của người Huế.

Bạn sẽ khó tìm thấy một bản nhạc rock hay bản nhạc sôi động trong những quán cà phê Huế, vì người Huế luôn thích sự tĩnh lặng và thanh bình. Họ luôn thích thể loại nhạc tiền chiến, nhạc Trịnh, nhạc hòa tấu...hoặc đơn giản ngắm dòng sông Hương,

nhìn ngắm cuộc sống bình yên bên đôi bờ dòng sông, lắng nghe tiếng chim hót, tiếng lá reo khi gió nhẹ thổi qua, tiếng mái chèo hay tiếng nước trong trẻo va vào mạn gỗ khi thuyền rẽ nước. Nếu bạn là người ồn ào, vồ vập và to tiếng, bạn sẽ bị nhìn ngó bằng những ánh mắt không vui, vì bạn đã phá tan bầu không khí của quán rồi. Người Huế chỉ nhỏ nhẹ và chậm rãi khi trò chuyện trong quán, chứ không ồn áo và náo nhiệt.

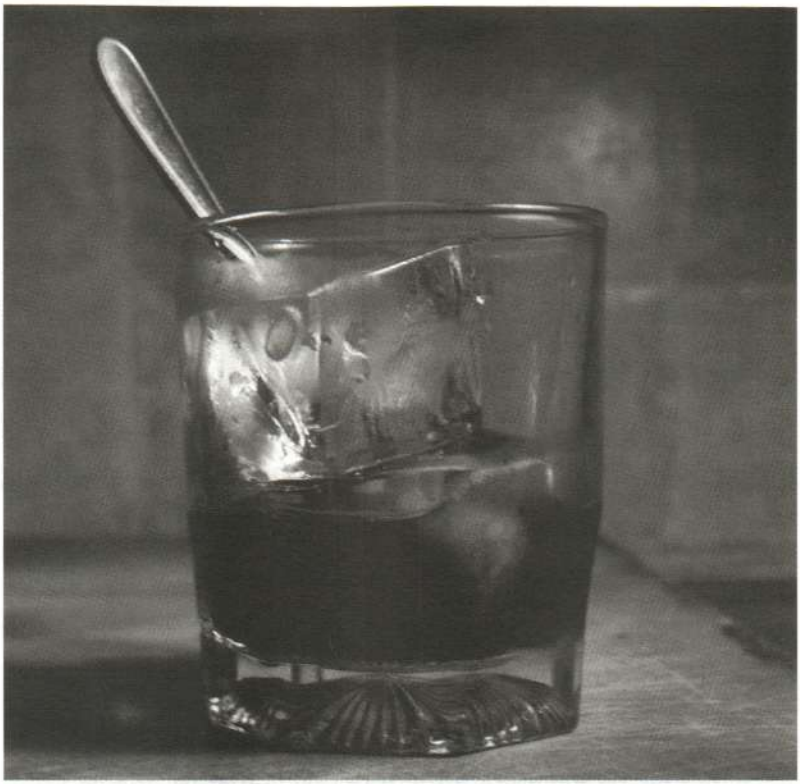
Văn hóa cà phê Buôn Ma Thuột

Dưới tiết trời se lạnh buổi sáng, thưởng thức một tách cà phê tại phố cà phê trên đường Nguyễn Tất Thành, Lê Duẩn, khu Quảng trường... của Buôn Ma Thuột, bạn sẽ không thể nào quên không khí, hương thơm và vị cà phê đậm đà tại "thủ phủ vàng đen" của Việt Nam.

Nếu có cơ hội, bạn hãy thưởng thức một tách cà phê chính gốc Buôn Ma Thuột, do chính tay những người nông dân trồng, chọn lựa, rang xay và pha chế. Tách cà phê mang đậm hương vị tự nhiên, mùi thơm nhẹ, vị đậm đà, màu nâu cánh gián. Nếu không phải là tín đồ cà phê, bạn sẽ bị say ngay sau khi thưởng thức tách cà phê này.

Sau mỗi vụ mùa, những người nông dân sẽ tự tay chọn lựa cho mình những hạt cà phê to, chắc, đặc biệt là những hạt cà phê 1 nhân. Sau quá trình sơ chế, phơi khô, họ cẩn thận bảo quản tránh ẩm ướt hoặc mối mọt. Những người bản địa chỉ thích thưởng thức cà phê nguyên chất, không tẩm ướp. Vì uống cà phê tẩm

ướp ít nhiều sẽ làm hỏng vị giác và khó có thể phân biệt được một tách cà phê ngon.



Với đặc thù của Phố Núi, tiết trời thường se lạnh, nhất là vào buổi sáng sớm và chiều tối, người Buôn Ma Thuột thưởng thức cà phê nóng trong ly trà đá nhỏ, ly được ngâm trong chén nước nóng, để giữ ấm. Người Buôn Ma Thuột thưởng thức cà phê đá cũng khác lạ, cà phê được phục vụ trong ly trà đá nhỏ, chỉ cho duy nhất một hoặc 2 viên đá lớn. Nếu bạn là một du khách, hoặc không phải là người bản xứ, bạn đừng ngạc nhiên khi nhân viên

phục vụ hỏi: "Anh uống cà phê đá Sài Gòn hay cà phê đá Buôn Ma Thuột?", bởi cà phê đá Sài Gòn phục vụ trong ly lớn và nhiều đá.

Một điểm đặc biệt của những phố cà phê tại đây, khách chỉ đến quán cà phê vào buổi sáng sớm và buổi chiều tối, các giờ khác trong ngày dường như vắng khách, có chăng chỉ là những khách du lịch hoặc khách vãng lai.

Văn hóa cà phê Sài Gòn

Vùng đất Sài Gòn, hơn 300 tuổi, một thành phố trẻ và năng động. Nơi đây tập trung đủ mọi thành phần, đủ mọi đối tượng khắp mọi miền của đất nước. Sài Gòn còn là cửa ngõ của trung tâm giao lưu văn hóa, chính trị, khoa học, lối sống, phong tục, tập quán... của cả nước. Chính vì vậy Sài Gòn không những chịu sự ảnh hưởng văn hóa của các địa phương khác mà còn bị ảnh hưởng bởi các trào lưu văn hóa phương Tây.

Chắc không nơi nào trên đất nước hình chữ S này, lại có nhiều quán cà phê, đa dạng mô hình, trang trí lạ mắt và độc đáo như tại Sài Gòn.

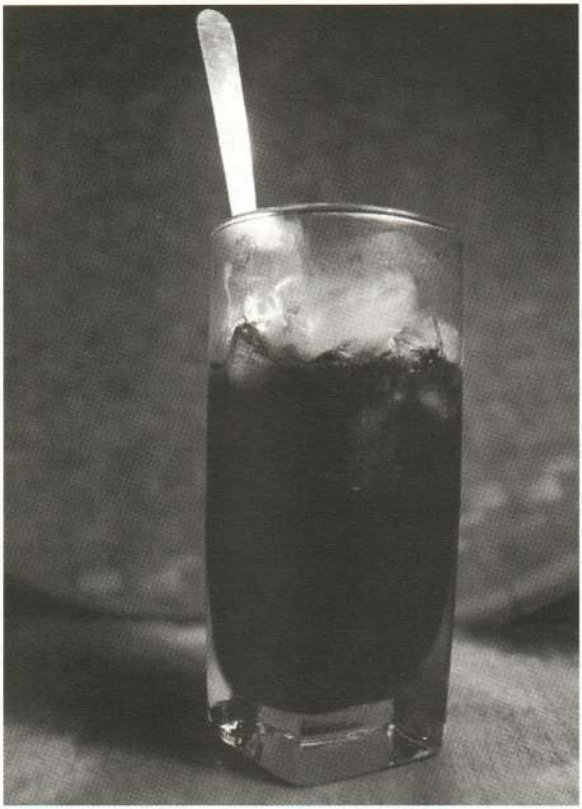
Cà phê máy lạnh, cà phê sân vườn, cà phê sách, cà phê đá xay (giới trẻ), cà phê mang đi (phong cách nước ngoài), các quán cà phê mang đi (Việt nam), quán cà phê đặc thù (cà phê chim, cà phê cây cảnh), cà phê nguyên chất, cà phê bệt và rất nhiều quán cà phê "cóc" bình dân tại những góc phố, những con hẻm, khu

vực dân cư lao động...

Trước đây cà phê của người Sài Gòn chỉ có 4 loại: đen nóng, đen đá, sữa nóng và sữa đá. Trung Nguyên, một công ty chuyên sản xuất cà phê, tiên phong trong việc phát triển nhiều loại cà phê, bằng cách đấu trộn các loại hạt khác nhau, theo tỉ lệ khác nhau, đa dạng hóa các sản phẩm cà phê: nào là cà phê số 1, số 2, số 3 cho đến số 9. Mỗi loại sẽ đều có thể thưởng thức với bốn cách khác nhau là: đen nóng, đen đá, sữa nóng và sữa đá.

Người Sài Gòn thưởng thức cà phê hoàn toàn khác với các vùng khác, mọi người đều cho rằng cà phê ngon phải đảm bảo: hương thơm lâu, màu càng đen càng tốt, nước pha sánh đặc, càng nhiều bọt càng tốt. Thời tiết Sài Gòn nắng nóng nên ly cà phê đá cũng lạ: phải thật nhiều đá trong ly to, nhiều bọt, cà phê thật đắng và có hậu vị ngọt, đôi lúc có cảm giác là một ly chè. Thế nhưng sau hàng loạt bài báo về cà phê bẩn, cà phê pha trộn, cà phê hóa chất, nhiều người Sài Gòn đã dần nhận diện và chọn được những loại cà phê ngon, chất lượng và an toàn để thưởng thức mỗi ngày.

Sài Gòn là thành phố năng động, người Sài Gòn vào quán uống cà phê phần lớn chẳng phải để thưởng thức cà phê, mà là "uống không gian", quán cà phê là nơi gặp gỡ, trò chuyện, giao lưu và trao đổi công việc, đôi khi cũng chỉ để giết thời gian. Khách hàng đến quán cà phê bất kể thời điểm nào trong ngày, vì vậy các quán cà phê Sài Gòn phục vụ suốt ngày, thậm chí nhiều quán phục vụ 24/7.



Quán cà phê Sài Gòn luôn niềm nở và quý khách, khách hàng luôn là thượng đế, có khi chỉ 1 ly cà phê 12.000 đồng, bạn có thể uống trà đá đến no bụng, bởi nhân viên sẽ không ngừng châm trà cho bạn. Bạn đừng lấy làm ngạc nhiên khi nhân viên hỏi thưởng thức cà phê theo cách nào: "Anh chị muốn cà phê pha phin hay pha sẵn?". Hoặc khi trả tiền người Sài Gòn thường nói: "Tính tiền dùm anh/chị nha em?" trong khi người Hà Nội thì khác: "Thanh toán đi em!". Bạn hoàn toàn có thể "ngồi đồng" hàng giờ trong quán mà chẳng ai mời bạn về hoặc đuổi đi chỉ vì bạn ngồi trong

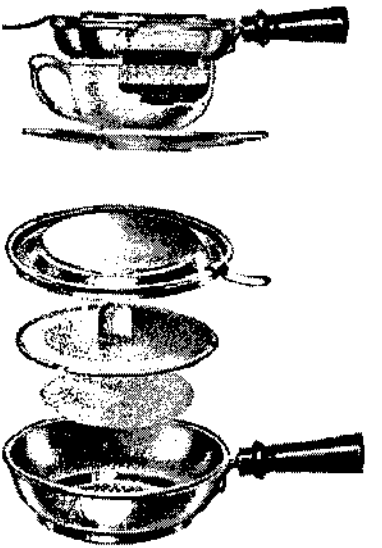
TRÀO LƯU THƯỞNG THỨC CÀ PHÊ Ở VIỆT NAM

CÀ PHÊ CÓ MẶT TẠI VIỆT NAM chỉ hơn một thế kỷ, nhưng có lẽ không đất nước nào trên thế giới có nhiều quán cà phê như ở đây. Quán cà phê có mặt ở khắp nơi, đa dạng phong cách, thiết kế sáng tạo, phong phú thức uống từ cà phê,... Cà phê được uống mọi lúc: vui, buồn, thành công, thất bại...mọi đối tượng đều có thể đến quán cà phê: nam, phụ, lão và ấu. Cà phê như một dạng thức để gặp gỡ, đáp ứng nhu cầu giao lưu, chia sẻ tình cảm, trí tuệ, thông tin, nó gắn liền với sinh hoạt tri thức, là thức uống hợp pháp thay thế cho rượu. Đây cũng là một thức uống giúp người ta lắng đọng tâm hồn, có những khoảng lặng, nhìn lại chính mình. Quán cà phê là nơi lý tưởng để trao đổi tâm tư tình cảm, xóa tan mọi ranh giới của giai cấp, giới tính, địa vị và tuổi tác. Cà phê Việt Nam được định hình thành các trào lưu.

Trào lưu thứ nhất

Năm 1857, cây cà phê được những Nhà truyền giáo Phương Tây (Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha, Pháp, Hà Lan...) trồng thử nghiệm rải rác tại một số giáo xứ miền cao phía Bắc là Phủ

Quỳ, tỉnh Nghệ An. Năm 1884, sau khi chiếm đóng và đặt sự bảo hộ khắp Việt Nam, thực dân Pháp bắt đầu thành lập các đồn điền tại Tây Nguyên và Lâm Đồng để trồng thử nghiệm cà phê.



Chiếc phin cà phê được phát minh bởi một người Mỹ tên Benjamin Thomson vào năm 1806. Đến năm 1812 được cải tiến bởi De Belloy. Tricolette là chiếc phin cà phê hoàn thiện, được giới thiệu tại hội chợ thương mại về cà phê, tại New York vào năm 1921. Chiếc phin pha cà phê cũng được người Pháp mang đến Việt Nam. Chiếc phin cà phê hiện nay đơn giản và tiện dụng hơn so với nguyên mẫu, nhưng nguyên tắc, cách sử dụng cũng chẳng thay đổi so với chiếc phin của năm 1921.

Miền Nam Việt Nam sau hơn 80 năm trở thành thuộc địa của Pháp (1862-1949), chịu ảnh hưởng sâu bởi văn hóa và lối sống phương Tây hơn so với miền Trung và miền Bắc, lối sống Âu hóa thẩm thấu dần, bắt đầu từ thành thị đến nông thôn, từ người tri thức, nghệ sỹ đến những tầng lớp bình dân, người ta bắt đầu biết đến điện, sữa, bơ, pho mát, bia, rượu vang và đặc

biệt là văn hóa thưởng thức cà phê. Chính những công chức, những người phục vụ cho bộ máy cai trị của thực dân Pháp, binh lính Pháp... là những người thưởng thức và truyền bá văn hóa thưởng thức cà phê.

Nhà văn Sơn Nam đã từng đề cập trong tác phẩm của mình về những quán cà phê đầu tiên tại Sài Gòn, năm 1864, đó là quán Lyonnoais (trên đường La Grandière, ngày nay là đường Lý Tự Trọng) và quán Café de Paris (trên đường Catinat, ngày nay là đường Đồng Khởi).

Bị ảnh hưởng bởi văn hóa Pháp, quán cà phê trở thành không gian cộng đồng, đây là nơi giới trí thức, văn nghệ sỹ, doanh nhân, tầng lớp trung lưu và thượng lưu tập trung, không chỉ thưởng thức ly cà phê mà để kết giao và bàn luận tin tức thời sự, kinh doanh và cả những toan tính chính trị.

Bên phin cà phê, từng giọt cà phê nâu đen, đều đặn thả rơi sóng sánh xuống đáy ly, như kéo lùi mọi người tạm dừng và sống chậm trong đôi phút, tránh xa sự bon chen, bộn bề và lo toan của đời thực, hư ảo và loạn ly bên ngoài.

Quán cà phê với chiếc máy hát dĩa hoặc chiếc máy cassette, phổ biến với những dòng nhạc vàng, nhạc phản chiến, những tình khúc bất hủ của Trịnh Công Sơn, Ngô Thụy Miên, Phạm Duy... trầm lắng, bi hài, chia ly, mất mát, tuyệt vọng về cuộc chiến, về quá khứ, hiện tại và tương lai.

Không gian hoài cổ, đơn giản, mộc mạc và bình yên tại quán Chiêu

Một trong những quán cà phê mở cửa từ năm 1969, đó là cà phê Chiêu, của Bà Nguyễn Tuyết Mai, vẫn còn hoạt động cho đến ngày nay, chẳng đổi thay nhiều, vẫn không gian xưa, vẫn cung cách phục và người chủ quán xưa. Nhiều khách hàng tìm đến quán để tìm lại ký ức và kỷ niệm, dường như đã khá xa nhưng thật gần, được lắng nghe tiếng thì thầm của dòng thời gian, tâm hồn lắng đọng và bình yên.

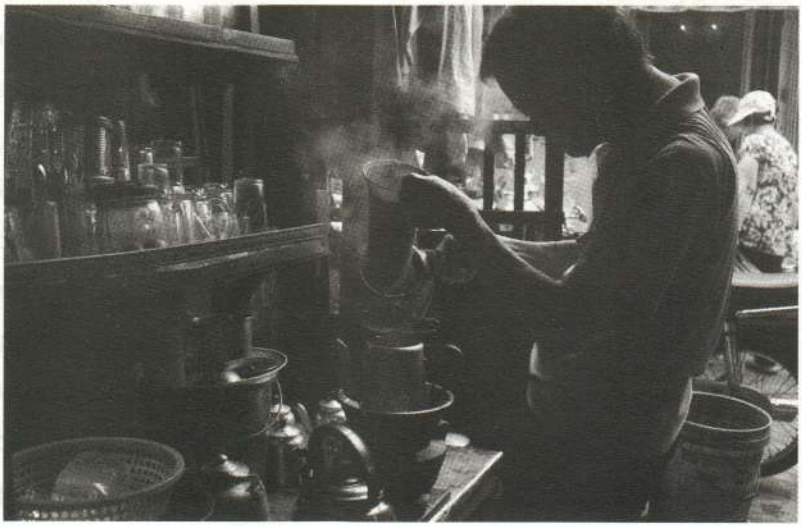
Ly cà phê phin chẳng thay đổi sau hơn nửa thế kỷ tại quán Chiêu

Những năm 1960, Sài Gòn cũng không có nhiều quán cà phê, công chức thường mua cà phê bột tại những tiệm tạp hóa, chọn cà phê hạt đã rang, yêu cầu xay tại chỗ. Cà phê với hương thơm tự nhiên, nguyên chất và ngon. Họ thường sử dụng để pha tại nhà và thưởng thức trong những buổi điểm tâm sáng.

Khác với những người lao động bình dân ưa thích la cà nơi quán cà phê đầu hẻm và góc phố, ồn áo náo nhiệt trong không gian và âm thanh vui nhộn của chợ và đường phố. Người lao động bình thường cũng được thưởng thức thứ nước uống màu nâu, thơm nhẹ đặc trưng và quyến rũ. Nhưng chẳng phải trong những quán cà phê như Chiêu, hay Café De Paris... mà tại những gánh hàng rong, xe hủ tiếu mì của những Hoa Kiều dọc trên các tuyến phố, những ngã tư đường hay trong những khu chợ. Họ thưởng thức cà phê như một thứ nước giải khát nhanh chóng và vội vàng, sau khi đã ăn sáng và tỉnh táo cho một ngày lao động mới. Thứ cà phê mà họ thưởng thức không phải được pha bằng phin, chúng được lọc bằng vợt vải, và hâm nóng bằng cách để trong những bình sành, đặt trên lửa nhỏ, đảm bảo cà phê luôn nóng, nhiều người hay gọi đó là cà phê "Kho".

Bạn sẽ khó có thể hình dung ra cách thưởng thức cà phê của người lao động bình dân trước đây, nếu bạn không tận mắt chứng kiến cách pha cà phê bằng vợt và thưởng thức ly cà phê "Kho" hay cũng gọi là cà phê "Vớ". Quán cà phê của ông Lưu Nhâm Thanh, một Hoa Kiều đã ngoài 70 tuổi, tọa lạc cạnh chợ

Thiếc, có lẽ là một trong những quán cà phê xưa còn tồn tại với cách pha cà phê bằng vợt, giống hệt như cách đây hơn 40 năm. Không gian quán vằn vện, loang ố, ám khói hằn dấu thời gian. Ngồi trong quán thưởng thức ly cà phê "Kho", ký ức về thời khó khăn, chật vật, thiếu thốn của đất nước, hiện hữu và đối lập hoàn toàn với sự hiện đại, sung túc và náo nhiệt bên ngoài khung cửa quán.



Cà phê vợt đã theo Ông Thanh gần 40 năm

Ông Thanh kể, sau giải phóng, cà phê vợt khá phổ biến, mọi con đường, mọi góc phố đều phục vụ cà phê vợt. Vợt cà phê khá dễ làm, một miếng vải, một cọng kẽm là có thể pha cà phê được tách cà phê. Thời bao cấp khó khăn, cà phê đã hiếm, chiếc phin nhôm còn khó kiếm hơn. Thế nhưng khi cuộc sống đã trở nên dễ chịu hơn, hàng hóa dồi dào phong phú hơn, phin nhôm

không thiếu, nhưng Ông vẫn duy trì pha cà phê bằng vợt, vì khách của quán đã quá quen với gu cà phê vợt rồi.

Tách cà phê vợt của Ông Thanh giá chỉ 4.000 đồng

Một số tài liệu lịch sử và tạp chí ghi nhận, Cà phê xuất hiện tại Hà Nội muộn hơn Sài Gòn. Theo gót giày xâm lược của Thực dân Pháp, năm 1883, quán cà phê đầu tiên có mặt tại Hà Nội. Trước 1975, Hà Nội không có cà phê đá cũng chẳng có trà đá như Sài Gòn. Cũng rất hiếm khi bắt gặp phụ nữ la cà nơi quán cà phê. Sau đó, Hà Nội cũng xuất hiện những quán mậu dịch, phục vụ cà phê đen và nâu (cà phê sữa). Các quán cà phê: Đinh, Lâm, Giảng, Nhĩ, Hùng,... ra đời, họ tự rang xay và phối trộn cà phê, tạo thành một thứ nước uống đặc trưng và một gu thưởng thức cà phê khác biệt, một số quán còn tồn tại đến ngày nay.

Miền Nam, những năm trước giải phóng 1975, khắp các thành phố lớn, thị trấn và thị xã, quán cà phê xuất hiện nhiều, từ những quán cóc vỉa hè cho những người lao động và người bình dân, đến những quán cà phê sang trọng tại các thành phố lớn, không gian thông thoáng và rộng lớn, thiết kế và sắp đặt theo theo tiêu chuẩn và phong cách phương Tây, giành cho sĩ quan, công chức người Pháp, khiến họ vơi đi nỗi nhung nhớ quê nhà, những người khác tập trung, bàn luận chuyện chính sự, thời cuộc, chia ly, di tản... hỗn tạp, mờ mịt, hoang mang trước vận mệnh đất nước, số phận của mỗi cá nhân, gia đình trước cuộc chiến khốc liệt.

Trào lưu thứ hai

Ngày 30/04/1975, đất nước hoàn toàn giải phóng, non sông nối liền một dãy. Tuy nhiên, đất nước phải đối mặt với vô vàn khó khăn về chính trị, an ninh, quốc phòng, thiếu thốn lương thực thực phẩm, thuốc chữa bệnh... cà phê trở thành xa xỉ phẩm, đắt giá và quý hiếm. Những đồn điền cà phê hoang tàn sau cuộc chiến và bị bỏ phế không chăm sóc dẫn đến sự thiếu hụt cà phê trầm trọng.

Trong khi đó nhu cầu một loại thức uống giải khát, một loại thức uống làm phương tiện, chất xúc tác kết nối, để tụ tập, một duyên cớ, một giao thức để sẻ chia, cảm thông, đùm bọc... trước sự độc lập tự do mới lạ, hay hoang mang, chia ly, mất mát sau cuộc chiến... đó chỉ có thể là cà phê, nhưng tìm đâu một số

lượng cà phê đáp ứng cho nhu cầu to lớn thế.

Những nhà sản xuất cà phê, với sự "sáng tạo" và "nhanh nhạy" đã tận dụng những loại ngũ cốc có sẵn: bắp, đậu nành... rang cháy và tạo nên tách cà phê đen, sánh kẹo. Vị đậm đà và hòa quyện của cà phê được tạo thành từ chút nước mắm, chút muối, một ít mỡ gà. Cau khô được xay nhuyễn và trộn lẫn trong cà phê tạo nên vị chát trong ly cà phê.

Thời kỳ này, nhiều gia đình tận dụng những mặt bằng có sẵn, mở quán buôn bán, xoay sở chi phí và tiền chợ trong gia đình. Quán cà phê tự phát, đơn giản và mọi thứ sẵn có được trưng dụng triệt để. Chúng nhỏ bé và lụp xụp với bàn cây và ghế gỗ nhỏ thấp, bếp lò than củi, trong mái hiên nhà hoặc mỗi góc phố, trước cửa trường học, cổng chợ, đầu ngõ hay cuối phố, cũng là nơi thân quen lui tới của biết bao khách hàng.

Cà phê được pha chủ yếu bằng vợt. Khách hàng là quân nhân chế độ cũ, sinh viên, công chức, người buôn bán và dân lao động... chưa quen cuộc sống mới. Không phân biệt giai cấp, trình độ mọi người dường như cùng quay trở về vạch xuất phát, trò chuyện bên tách cà phê. Giai đoạn này, cà phê vỉa hè như nấm mọc sau mưa, cà phê rẻ vì chẳng phải tốn phí mặt bằng.

Kinh tế thị trường phát triển nhanh chóng, nhu cầu về loại cà phê rẻ mà chẳng cần "ngon và bổ" càng tăng cao, cùng với việc chạy đua với lợi nhuận. Không để tâm đến sức khỏe người tiêu dùng và đạo đức nghề nghiệp, những nhà sản xuất cà phê thay thế và trộn lẫn vào tách cà phê, hương liệu, hóa chất và phụ gia thực phẩm, tệ hơn nữa là những hóa chất công nghiệp rẻ tiền và độc hại: hóa chất tạo mùi cà phê, tạo bọt của bột giặt, tạo độ sánh, chất ký ninh tạo vị đắng, đậu nành và bắp rang cháy khét tạo màu đen đậm.

Trải qua thời gian dài, người tiêu dùng thưởng thức cà phê hóa chất bị mặc định dẫn đến nhầm lẫn về ly cà phê ngon đúng nghĩa. Nhiều người vỗ ngực tự hào về khả năng thẩm định chất lượng cà phê, cùng thâm niên uống cà phê lâu năm chắc chắn rằng: ly cà phê ngon và hảo hạng là: đen đậm, đắng gắt, thơm dai dẳng, sánh sệt, bọt nhiều và bám bền nơi thành ly. Tất cả chỉ là giả tạo và hư ảo, đó chính là cà phê hóa chất, cà phê độc hại.

Trào lưu thứ ba

Năm 1996, khẳng định trở thành nhãn hiệu cà phê số 1 tại Việt Nam, cà phê Trung Nguyên tiên phong sáng tạo ra nhiều dòng sản phẩm cà phê chất lượng, gọi tên bằng số, phối trộn những loại cà phê khác nhau, khách hàng có nhiều cơ hội để chọn lựa và thưởng thức đa dạng các loại cà phê. Họ tự chọn lựa loại cà phê phù hợp và xay tại chỗ, tạo cảm giác về một sản phẩm nguyên chất và ngon. Tập trung đầu tư xây dựng hình ảnh nhận diện, xây dựng hệ thống quán đồng bộ. Trung Nguyên đã tạo nên một diện mạo, một cách thưởng thức cà phê hoàn toàn mới và khác lạ, đáp ứng đúng tâm lý thưởng thức cà phê của khách hàng. Hàng quán sạch sẽ, trang trí đẹp mắt, thưởng thức cà phê ngon trong không gian máy lạnh hoặc sân vườn. Chỉ trong vòng hơn 2 năm, đã có khoảng 1.000 điểm bán và phục vụ cà phê mang thương hiệu Trung Nguyên.

Đây cũng là thương hiệu cà phê Việt đầu tiên phục vụ cà phê "máy", sử dụng máy pha cà phê để pha chế các loại thức uống như: espresso, cappuccino, latte... phổ biến ở nước ngoài nhưng khá xa lạ với người Việt, thậm chí còn bị chê là nhạt, không phải là cà phê, giống như cà phê "dão" (cà phê pha nhiều lần)

Từ năm 2002, chứng kiến sự đổ bộ của các thương hiệu cà phê nước ngoài: Gloria Jeans Coffees, Illy, The Coffee Bean & Tea Leaf, Angel In Us Coffee, NYDC, Highland Coffee...

tọa tại khu trung tâm, tại các ngã ba, ngã tư của các con phố thương mại. Họ không tiếc tiền để giành các mặt bằng có vị trí đẹp và chiến lược. Các quán cà phê này có không gian hạn chế, tận dụng khoảng không vỉa hè, ngoài trời. Họ thu hút khách hàng bằng thức uống ngon, độc đáo và mới lạ, với không gian được thiết kế sang trọng, sáng tạo, mang lại cho khách hàng sự tiện nghi, thoải mái và đẳng cấp, và đương nhiên giá cả cũng khá cao. Đây là địa chỉ được khách hàng trẻ ưa thích, họ có cơ hội thể hiện bản thân, phô trương sự sành điệu, vọng ngoại đôi khi sa đà tội nghiệp.

Các quán cà phê tại khu bán đảo Thanh Đa nổi tiếng một thời như: quán Gió, Bờ Sông, Sông Trăng... với lợi thế tọa lạc dọc bờ sông, sân vườn rộng lớn, gần gũi thiên nhiên, thông thoáng và mát mẻ. Điểm dừng chân lý tưởng cho gia đình, nhóm bạn gặp mặt, vui chơi đặc biệt những dịp cuối tuần. Thế nhưng khu vực này cũng khá tai tiếng bởi những biến tướng của chúng, đây được gọi là khu cà phê "tình nhân", cà phê "võng", cà phê "đèn mờ", cà phê "đèn pin"... Chiều xuống, các cặp trai gái hẹn hò nơi những "thiên đường tình nhân", không cần nước uống ngon, chẳng cần không gian đẹp, các quán hoàn toàn hấp dẫn các đôi trai gái trong không gian riêng tư, ánh đèn vàng le lói, u ám, ẩm thấp, trên những chiếc ghế bố đôi hoặc chiếc ghế salon sờn cũ, một khoanh nhang muỗi, họ quấn chặt lấy nhau, thổ lộ tình yêu mãnh liệt chẳng khác nơi chốn phòng the.

Bức tranh quán cà phê tại Việt Nam ngày càng đa sắc và

sinh động, với sự giao thoa trong phong cách thiết kế, pha chế và thưởng thức Âu và Á, cùng với sự sáng tạo và khác biệt. Hàng loạt mô hình quán cà phê độc đáo, khác biệt xuất hiện, mang đến cho khách hàng nhiều sự chọn lựa và trải nghiệm.

Khu cà phê cũng dần hình thành và nổi tiếng: Thanh Đa, làng Đại học Thủ Đức, Bình Thạnh, trong những con hẻm đường Hoàng Hoa Thám, Miếu Nổi, Bắc Hải, Bàu Cát...

Quán cà phê sân vườn xuất hiện nhiều hơn, thiết kế đẹp mắt và ấn tượng, đáp ứng nhu cầu thưởng thức cà phê trong khung cảnh thiên nhiên, từ những quán nhỏ xinh như: Thềm xưa, Vô Thường... đến những quán sân vườn rộng lớn như: Quán 343, Du Miên, các quán cà phê tại làng Đại học Thủ Đức, Miền Đồng Thảo, Country House, Đông Hồ...

Cà phê sân vườn

Nắm bắt tâm lý vọng ngoại, chạy theo xu hướng phát triển của thế giới, đáp ứng nhu cầu thụ hưởng và khẳng định cái tôi cùng sự sành điệu giới trẻ, nhiều mô hình quán cà phê, chuỗi quán mang tên nước ngoài, phong cách và không khí thưởng thức mang dáng dấp của phương Tây. Mô hình quán cà phê mang đi (take away, coffee to go) ra đời, khác hoàn toàn với cách thưởng thức truyền thống, khách hàng xếp hàng, tự chọn lựa nước uống, thanh toán, cà phê được phục vụ trong những ly nhựa sử dụng một lần. Giới trẻ tỏ ra thích thú và hưởng ứng nhiệt tình với thú uống cà phê theo phong cách mới. Những khách hàng trung niên tỏ ra khó chịu với việc phải đứng xếp hàng, chờ đợi được phục vụ nước và phải thanh toán trước, khác hoàn toàn những gì "thượng đế" được hưởng. Những khách hàng uống cà phê tại chỗ cũng cảm thấy không thoải mái vì bàn ghế cao, không thể dễ dàng thưởng thức, nhâm nhi ly cà phê đúng nghĩa. Cà phê máy được phục vụ thay cho cà phê phin truyền thống, Những thương hiệu cà phê Passio, Effoc, Urban... cũng đã thành công phần nào khi tiên phong phục vụ khách hàng theo mô hình mới, chủ yếu phục vụ cho khách hàng trẻ tuổi.

Cà phê máy lạnh

Tuy nhiên, đại đa số người uống cà phê, họ chưa thể tiếp cận thường xuyên với các quán cà phê này do phong cách thưởng thức và giá thành chưa phù hợp. Một số nhà sản xuất cà phê nắm bắt nhu cầu có thực của khách hàng về cà phê sạch và nguyên chất. Họ đã nghiên cứu, sản xuất và giới thiệu sản phẩm cà phê nguyên chất đến người tiêu dùng. Một thời gian khá dài, khách hàng không ủng hộ và chê loại cà phê này, họ đã quá quen với thứ cà phê pha trộn, giả tạo và độc hại. Với sự kiên trì, sự đấu tranh của mệt mỏi của một số tờ báo về cà phê bẩn và pha trộn. Điều quan trọng hơn cả đó chính là người tiêu dùng đã nhận thức và khôn ngoan chọn lựa cà phê chất lượng, cà phê sạch, nguyên chất và đảm bảo sức khỏe.

Chuỗi quán cà phê **Volcano**, một trong những thương hiệu cà phê đầu tiên, chỉ phục vụ cà phê tươi (cà phê chỉ sử dụng trong vòng 5 -7 ngày sau khi rang), không phụ gia độc hại,

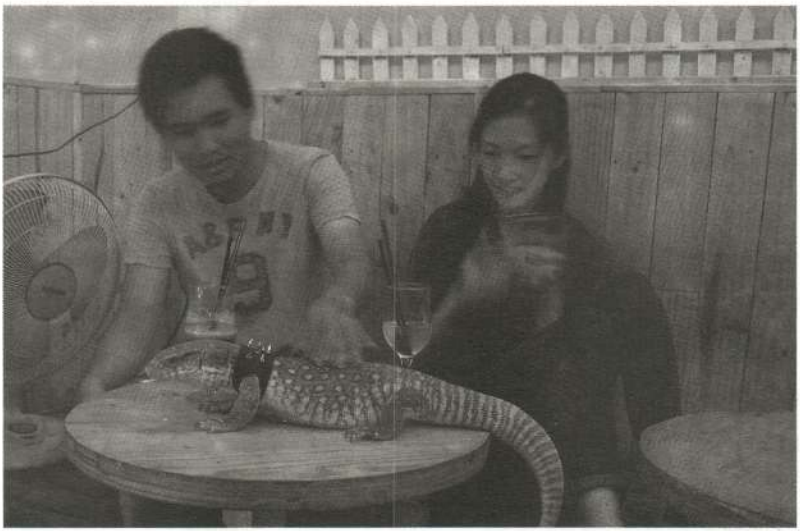
nhiều người biết đến, khu vực phục vụ cà phê "Bệt", đặc biệt đông khách vào những ngày cuối tuần nhất là vào buổi sáng và chiều tối. Thưởng thức cà phê tại quán "bệt" trong tiếng chim ca, gió hát, hơi thở và nhịp sống của Sài Gòn năng động trở thành hình ảnh quen thuộc với Sài Gòn.

Cà phê bệt

Bên cạnh hệ thống các quán cà phê máy lạnh, cà phê sân vườn vốn đã quen thuộc còn xuất hiện rất nhiều kiểu loại các quán cà phê khác. Các quán cà phê tập trung khai thác và đáp ứng nhu cầu thiết thực của khách hàng. Quán cà phê phục vụ ăn sáng, cơm văn phòng trong không gian sạch sẽ, vệ sinh và lịch sự, tại những khu trung tâm, nơi có nhiều văn phòng, trụ sở công ty. Một số quán cà phê phục vụ cà phê và chiếu phim, tạo ra một không gian giải trí, thưởng lãm những bộ phim hành động đặc sắc, phim tình cảm kinh điển hoặc bom tấn,

khách hàng không cần phải đến rạp mà vẫn xem được những bộ phim ưa thích bên tách cà phê ngon.

Một số quán chạy theo phong cách, thiết kế và xu hướng hiện đại, nhưng cũng có nhiều quán cà phê: Cục Gạch, Hồn Việt tại Thanh Đa, Bình Quới (TP. Hồ Chí Minh)... quay về với những giá trị văn hóa thuần Việt, dân dã, mộc mạc trang trí hàng cau, bụi chuối, giếng nước, bờ tre, ao cá, sân đình, nhà tranh vách đất... mang đến sự khác lạ, gần gũi, yên bình đối lập hoàn toàn với sự xô bồ, vội vã nơi phố thị. Các quán cà phê khác biệt, độc đáo trong sáng tạo không gian: **Up** (Treo Ngược), **Kujuz** – Sáng tạo thiết kế và sắp đặt, **Container** – sử dụng vật liệu tái chế, **Babo** – cà phê bò sát, **Ride** – Biển số xe, **Hồng Cường** – Trưng bày xe cổ...



Babo – Cà phê bò sát

Thiết kế sáng tạo bằng khung cửa sổ tại Kujuz

Ngày nay, sự học hỏi, sáng tạo không ngừng và đa dạng trong xu hướng mới của các quán cà phê Việt Nam đã khiến các thương hiệu nước ngoài phải vất vả để định hướng và tìm cách thích nghi tại thị trường tiềm năng và cạnh tranh khốc liệt. Người tiêu dùng ngày càng nhận thức, hiểu biết và khôn ngoan hơn trong việc chọn lựa tách cà phê cho mình. Do vậy điều tiên quyết để có thể tồn tại và phát triển là phải tạo ra ly cà phê tuyệt hảo, tự nhiên, sạch và nguyên chất. Bên cạnh đó các yếu tố quan trọng khác: địa điểm, con người, không gian, cách thức truyền thông, dịch vụ... phải luôn hoàn hảo, sáng tạo và khác biệt.

Khái niệm chuỗi quán mới xuất hiện tại Việt Nam hơn 10 năm, nhưng đã được áp dụng và khá thành công tại nước ngoài.

Việc áp dụng mô hình chuỗi tại Việt Nam, giúp đẩy nhanh sự phát triển, tạo sự đồng bộ và hiệu ứng đám đông trong nhận diện hình ảnh và thương hiệu, cắt giảm đáng kể chi phí, giá thành trong thiết kế, quảng cáo, dịch vụ và sản phẩm, nâng cao sự tự hào và kiêu hãnh của đội ngũ nhân viên. Mô hình chuỗi quán trở thành xu hướng, trào lưu trong việc phát triển và khẳng định vị trí thương hiệu cà phê. Tuy nhiên, để áp dụng mô hình thành công cần phải xây dựng nền móng căn bản, theo quy trình và hệ thống một cách khoa học và đồng bộ, đồng thời đòi hỏi vốn đầu tư lớn để xây dựng, duy trì và phát triển.

Phần 1:
CHUẨN BỊ

CHƯƠNG 1

LẬP KẾ HOẠCH KINH DOANH

BẢNG KẾ HOẠCH KINH DOANH (KHKD)

Kế hoạch kinh doanh được coi là một tấm bản đồ của nhà thám hiểm. Kế hoạch kinh doanh được viết ra dành cho các nhà đầu tư tiềm năng, chủ ngân hàng và các nhà phân tích tài chính. Căn cứ vào tính chính xác và minh bạch của nó mà những nhà đầu tư hay nhân viên quyết định góp công sức vào dự án.

KHKD là sự mô tả quá trình kinh doanh của bạn trong một khoảng thời gian. Nó mô tả kế hoạch của bạn thành công đến đâu và tìm kiếm những triển vọng để phát triển và thành công trong tương lai. KHKD sẽ mô tả mọi mặt của công ty bạn, đây là cơ sở để bạn hoặc đối tác có thể hình dung và định hướng cho công việc kinh doanh, tình hình lãi lỗ dự kiến để tiến đến việc xúc tiến kinh doanh hoặc điều chỉnh hoặc chuyển hướng kinh doanh.

Kế hoạch kinh doanh càng chi tiết, hoạt động kinh doanh càng trơn tru càng thông suốt hơn, bên cạnh đó nó còn tiết kiệm thời gian và tiền bạc. nhưng ngay cả có một kế hoạch kinh doanh hoàn hảo trong tay, bạn vẫn có thể bỏ sót một số điều. Hãy làm kế hoạch

chi tiết và thận trọng với các dự đoán về doanh số để đối phó với các nguy cơ có thể xảy ra

Tại sao phải lập KHKD?

Kế hoạch kinh doanh giải thích chi tiết những gì bạn hình dung về công việc của mình, trong đó giải thích rõ các khái niệm về kinh doanh, tại sao có thể thực hiện được, phác thảo ngân sách dự kiến. Lường trước số tiền phải chi tiêu, dự đoán doanh thu... Một bản kế hoạch kinh doanh tốt phải đảm bảo:

• Phân tích chi tiết, chính xác giúp bạn tránh được những nguy cơ và rủi ro có thể nảy sinh.

• Giúp trả lời những câu hỏi mà những nhà đầu tư hoặc tài trợ quan tâm.

• Định hướng rõ mục tiêu kinh doanh, đối tượng khách hàng và ý tưởng kinh doanh.

• Cung cấp công cụ để các nhà đầu tư tiềm năng đánh giá công việc, cách xử lý và hiểu biết về kinh doanh cũng như thị trường.

• Cung cấp phương tiện để xác định cần đầu tư bao nhiêu tiền, cần bao nhiêu tiền cho vận hành, cần bao nhiêu tiền cho việc phát triển.

• Là công cụ để sử dụng và cập nhật thường xuyên các hoạt động hàng ngày để dễ theo dõi công việc.

• Là phương tiện để quyết định có theo đuổi ý tưởng hay nên điều chỉnh hoặc chuyển hướng đầu tư.

Bố cục bản kế hoạch kinh doanh

- Mô tả dự án kinh doanh
- Nghiên cứu thị trường
- Chiến lược kinh doanh
- Phân tích tài chính

Nội dung bảng kế hoạch kinh doanh

Mô tả dự án kinh doanh

Mục tiêu của kế hoạch kinh doanh

Mô tả ngắn gọn các mục tiêu, trả lời cho câu hỏi: Mục tiêu của của công ty, của quán là gì? Điều này rất quan trọng đối với nỗ lực hoạch định của bạn, mục tiêu phải có tính hiện thực, cụ thể hóa, có thể đạt được, sử dụng phương pháp lập mục tiêu S.M.A.R.T

Việc đặt ra mục tiêu nhằm định hướng và điều chỉnh kế hoạch đảm bảo việc hoàn thành kế hoạch đã lập ra.

- **Mô tả công việc kinh doanh**

Đây là phần quan trọng của bảng KHKD, đây là phần đầu tiên các nhà đầu tư sẽ đọc khi trước khi xem xét kỹ các phần khác trong bảng KQKD. Nội dung chính của phần này phải nêu bật từng phần của bản kế hoạch bao gồm:

- Ý tưởng
- Logo
- Sản phẩm
- Dịch vụ
- Thương hiệu
- Mô hình kinh doanh
- Khách hàng mục tiêu
- Đội ngũ nhân sự

- **Nghiên cứu thị trường**

Đây là phần không thể thiếu trong bản kế hoạch kinh doanh. Bạn đang nhắm đến ai, cố gắng lôi kéo thành phần nào? Tất cả những điều này cần định nghĩa rõ trước khi nhắm đến các nhà đầu tư và xác định các đối thủ của bạn.

Cần miêu tả rõ hơn các đối tượng khách hàng bằng những thông tin về mức thu nhập hàng tháng, thói quen đi ăn uống ngoài, tần suất đi ăn uống, địa điểm ăn uống của khác. Cần nêu ra lý do thuyết phục khách hàng sẽ tới quán mình hoặc sẽ sử dụng dịch vụ của mình khi nó được mở ra.

Cần nghiên cứu các nhà hàng, quán ăn, đối thủ trong bán kính 1 -5 km, cần phân tích thị trường một cách tỉ mỉ. Trong đó xác định và miêu tả thị trường mà bạn muốn cạnh tranh và các đối thủ. Nếu bạn có thể cung cấp càng nhiều thông tin về các đối thủ càng tốt, với những thông tin khoảng cách địa lý, giờ hoạt động tại sao họ thành công, thế mạnh và thế yếu của họ, tình hình kinh doanh của họ…

Phần lớn nhiều người trước khi mở quán đều không thực hiện việc nghiên cứu thị trường. Khi có ý tưởng, họ chỉ tiến hành tìm kiếm nguồn vốn, tìm mặt bằng, mua sắm trang thiết bị, thuê nhân viên, đặt bảng hiệu, khai trương và hy vọng khách hàng sẽ đến nhà hàng ủng hộ thật đông, họ chỉ việc phục vụ và thu tiền. Nhưng tất cả đều không như họ mong đợi, chỉ một số ít nhà hàng và quán cà phê có thể may mắn thành công. Vì vậy bạn cần có một sự nghiên cứu thị trường chi tiết, cẩn thận và nghiêm túc nếu bạn thực sự muốn thành công.

Việc kinh doanh dịch vụ ăn uống không phải là một công việc kinh doanh đơn giản và dễ dàng. Bạn có tiền, có kinh nghiệm, có mặt bằng... chưa thể khẳng định tất cả những điều đó sẽ mang lại thành công cho bạn trong kinh doanh ăn uống. Theo thống kê, 75% quán kinh doanh ăn uống phải đóng cửa sau khi kinh doanh từ 6 tháng đến 1 năm, như vậy có thể hình dung rằng, việc kinh doanh ăn uống không dễ dàng và thuận lợi như nhiều người nghĩ và mong đợi. Để từng bước đạt đến thành công, bạn cần có sự nghiên cứu thị trường một cách thật tỉ mỉ và chi tiết về: khách hàng, đối thủ, sản phẩm và dịch vụ... từ đó khác biệt hóa trong sản phẩm và dịch vụ, đáp ứng đúng theo nhu cầu của khách hàng mục tiêu.

- **Nghiên cứu về khách hàng**
- Xác định và phân nhóm khách hàng mục tiêu

Đây là một điều rất quan trọng trước khi bạn khởi nghiệp trong kinh doanh ăn uống, để trả lời chính xác cho câu hỏi: Khách hàng của tôi là ai? Họ thuộc nhóm nào?

Hãy căn cứ vào những yếu tố và hình thức nhận diện để xác định và phân nhóm đối tượng khách hàng.

- Các yếu tố để xác định khách hàng:

- Nhóm tuổi: 12-18, 18-34, 18-49, 25-54, 50+, trưởng thành
- Giới tính: Nam, nữ
- Khuynh hướng tình dục: khác giới, đồng giới
- Thu nhập hàng năm: dưới 100 triệu hay trên 100 triệu

- Trình độ học vấn: Trung học, cao đẳng hay đại học

- Số lượng thành viên trong gia đình: 1-2, 3-4, 5+

- Tình trạng hôn nhân: Độc thân, đã kết hôn những chưa có con, kết hôn và đã có con, ly thân.

- Nghề nghiệp: công chức, chủ doanh nghiệp, nhà đầu tư, giới chức tôn giáo, nhân viên, học sinh.

- Địa phương: Thành thị hay nông thôn

- Thói quen tiêu dùng: tùy hứng, tính toán, có kế hoạch

- Hành vi: chậm chạp, năng động, đa tính cách

- Động cơ: nhu cầu vật chất, nhu cầu tinh thần hay lối sống

• Nhận diện 6 tầng lớp trong xã hội:

- Tầng lớp thượng lưu: Những quý tộc có vị thế gia đình vững chắc trong xã hội.

- Tầng lớp bán thượng lưu: các nhóm mới giàu, nhóm nhà giàu mới.

- Tầng lớp trung lưu: những người làm nghề tự do, các nhà điều hành, chủ doanh nghiệp lớn.

- Tầng lớp bán trung lưu: nhân viên văn phòng, thương nhân và những lao động chuyên ngành.

- Tầng lớp bình dân: công nhân chuyên môn hoặc bán chuyên môn.

- Tầng lớp phổ thông: lao động phổ thông và nhóm lao động nhập cư.

- **Nghiên cứu về sản phẩm**

Cách tốt nhất để thành công trong một thị trường hàng hóa và dịch vụ gần như bão hòa hiện nay là cố gắng định vị sản phẩm, dịch vụ và duy trì định vị sản phẩm và dịch vụ đó càng lâu càng tốt.

Để ngày càng thành công hơn, bạn phải tập trung vào một nhóm khách hàng cụ thể. Điều quan trọng là bạn phải chắc chắn rằng sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn phải thực sự đặc biệt với nhóm khách hàng mục tiêu đó.

Bạn luôn phải khôn ngoan để không định vị sản phẩm theo phong trào hay theo sự yêu thích nhất thời.

Nếu quyết định thay đổi định vị sản phẩm, hãy tiến hành thận trọng từng bước.

Quyết định cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ căn cứ vào đối tượng khách hàng mà mình mong muốn được phục vụ, sản phẩm hoặc dịch vụ của quán phải đảm bảo khác biệt về chất lượng, giá thành, phục vụ, hậu mãi...có như vậy mới đảm bảo sự tồn tại trong thị trường kinh doanh đầy cạnh tranh hiện nay.

Nếu sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn chỉ đơn thuần giống hoặc tương tự sản phẩm hoặc dịch vụ của đối thủ bên cạnh bạn, chắc chắn một điều bạn sẽ chẳng thể tồn tại được lâu.

Để có thể tạo ra sự khác biệt, bạn cần có sự nghiên cứu sâu về sản phẩm dịch vụ mới, những xu hướng ẩm thực, hoặc những trào lưu thưởng thức mới... xung quanh và trên thế giới thông qua các phương tiện truyền thông, những tạp chí chuyên đề về ẩm thực.

- **Nghiên cứu về đối thủ**

"Biết địch biết ta, trăm trận trăm thắng", nghiên cứu đối thủ không đơn thuần để để phòng và đưa ra những phương án để đối phó với đối thủ, mà là một cách để học hỏi và áp dụng những giải pháp tốt cho quán cũng những tránh những thất bại mà đối thủ gặp phải.

Vậy đối thủ của bạn là ai?

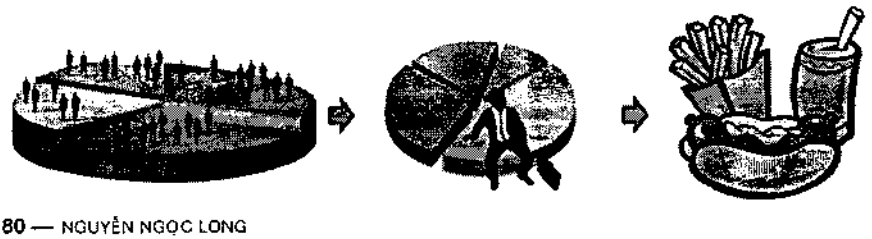
Đối thủ trực tiếp: chính là những đối thủ đang kinh doanh cùng nhóm sản phẩm và dịch vụ, nhóm khách hàng, cùng địa bàn, cùng phân khúc thị trường, cùng giá bán.

Đối thủ gián tiếp: là những đối thủ tuy không kinh doanh cùng sản phẩm hoặc dịch vụ với bạn, nhưng chia sẻ khách hàng những khách hàng mục tiêu của bạn trong chính khu vực kinh doanh của bạn.

Đối thủ tiềm năng: những đối thủ mới, những đối thủ đang tìm cách thu hút khách hàng trong khu vực hoặc trong những khách hàng mục tiêu của bạn.

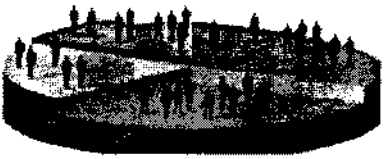
Nghiên cứu về đối thủ phải thực hiện một cách liên tục và thường xuyên, không chỉ trước khi khởi sự kinh doanh, mà còn trong suốt quá trình kinh doanh.

- **Chiến lược Marketing**



Tiến trình Marketing mục tiêu bao gồm:

- Phân đoạn thị trường
- Xác định thị trường mục tiêu
- Định vị thị trường



- **Phân đoạn thị trường**
- Phân đoạn thị trường?

Là quá trình mà những người làm công tác marketing tiến hành phân chia tổng thể thị trường (thị trường chung) thành nhiều đoạn thị trường sao cho khách hàng trong cùng một phân đoạn có hành vi tiêu dùng tương tự nhau và khác biệt tương đối với khách hàng trong các phân đoạn khác.

- Các tiêu chí để phân đoạn thị trường.

- Tâm lý: Thái độ, động cơ, cá tính, lối sống...

- Hành vi tiêu dùng: lý do mua, lợi ích tìm kiếm, lòng trung thành.

- Yếu tố địa lý: Vùng miền, thành thị, nông thôn, thời tiết, khí hậu.

- Nhân khẩu: Tuổi, giới tính, thu nhập, nghề nghiệp, trình độ, quốc tịch, tình trạng hôn nhân, giai tầng xã hội.

- **Xác định thị trường mục tiêu**

- Thị trường mục tiêu: là thị trường bao gồm các khách hàng có cùng nhu cầu hoặc mong muốn về sản phẩm và dịch vụ mà công ty có khả năng đáp ứng.

- Xác định thị trường mục tiêu: đồng nghĩa với việc bạn đã thu hẹp dần các đối tượng mà hoạt động kinh doanh của bạn hướng tới, tại thị trường này bạn có ưu thế hơn đối thủ từ đó bạn sẽ dễ dàng đưa ra được thông điệp, sản phẩm, và dịch vụ phù hợp đáp ứng yêu cầu khách hàng .
- Các tiêu chí để xác định thị trường mục tiêu:
  - Quy mô khách hàng
  - Khả năng tăng trưởng
  - Sức hấp dẫn của thị trường
  - Khả năng và mục tiêu kinh doanh của quán
  - Đối thủ và đối thủ tiềm ẩn
  - Sản phẩm thay thế
- **Định vị thị trường**

Định vị thị trường là thiết kế một sản phẩm hoặc dịch vụ có những đặc tính khác biệt so với sản phẩm hoặc dịch vụ của đối thủ cạnh tranh và tạo cho nó một hình ảnh riêng đối với khách hàng.

Định vị thị trường cũng có nghĩa là xác định vị trí của sản phẩm trên thị trường so với sản phẩm cùng loại của đối thủ cạnh tranh. Vị trí của sản phẩm trên thị trường là mức độ sản phẩm được khách hàng nhìn nhận ở tầm cỡ nào, chiếm một vị trí như thế nào trong tâm trí khách hàng so với các sản phẩm cạnh tranh.

Yếu tố để định vị thị trường:

- Sản phẩm: tính chất, công dụng, chất lượng, độ bền, tin cậy, kiểu dáng, kết cấu.

- Dịch vụ: giao hàng, lắp đặt, huấn luyện, tư vấn, sửa chữa.

- Nhân sự: Năng lực, đam mê, chuyên nghiệp.

- Hình ảnh: Biểu tượng, phương tiện, truyền thông, không khí, sự kiện, trang trí .

Thực hiện xong tiến trình Marketing mục tiêu chỉ là bước đầu tiên để xây dựng nền tảng cơ bản, trước khi các bạn có thể xây dựng kế hoạch marketing cho sản phẩm hoặc dịch vụ của quán mình hoặc doanh nghiệp của mình. Mô hình Marketing hỗn hợp (Marketing mix) còn gọi là phương pháp Marketing 4P:

Marketing hỗn hợp (Marketing Mix)

- Product – Sản phẩm
- Price – Giá bán
- Place – Phân phối
- Promotion – Chiêu thị

Sản phẩm (Product)

Thông thường sản phẩm tốt sẽ tự tiêu thụ được trên thị trường. Tuy nhiên, trong môi trường cạnh tranh ngày nay thì hiếm khi có sản phẩm nào không tốt. Ngoài ra, khách hàng có thể trả lại hàng hóa nếu họ nghĩ là sản phẩm không đạt chất lượng. Do đó, điều quan trọng là doanh nghiệp hoặc quán của bạn có tạo ra được sản phẩm mà khách hàng của họ muốn? Sản phẩm có thực sự khác biệt, sản phẩm có thực sự mang lại giá trị.

Sản phẩm hoặc dịch vụ có 3 thành phần giá trị chính:

• Giá trị vô hình: những lợi ích, công dụng mà sản phẩm mang lại.

Ví dụ: Sự tiện nghi, đẳng cấp, giá trị, tốt cho sức khỏe..

• Giá trị hữu hình: là đặc điểm lý tính nhu hình ảnh, màu sắc.

Ví dụ: trang trí đẹp, màu sắc tươi, âm nhạc hay.

• Giá trị cộng thêm: là những dịch vụ khác.

Ví dụ: Giữ xe miễn phí, quà tặng, canh miễn phí.

Giá bán (Price)

Giá bán sản phẩm được xây dựng căn cứ vào nhiều yếu tố từ bên trong và bên ngoài, việc định giá bán sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn sẽ quyết định đối tượng khách hàng, đẳng cấp, dịch vụ, hậu mãi, và vị trí loại hình phục vụ.

Những yếu tố quyết định giá bán sản phẩm và dịch vụ:

• Nguồn cung

• Đối tượng khách hàng

• Kế hoạch bán hàng

• Giá đối thủ cạnh tranh

• Giá vốn hàng bán

• Định vị sản phẩm

• Lợi nhuận

• Chất lượng sản phẩm

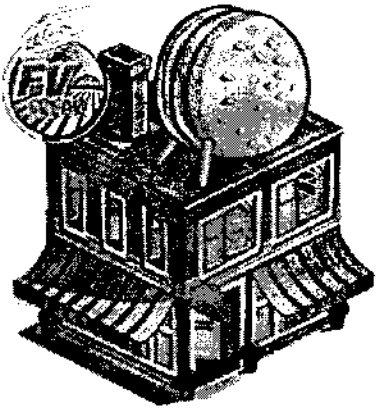
• Địa điểm

Phân phối (Place)

Hiểu theo nghĩa rộng, phân phối được đề cập đến việc tiếp cận sản phẩm hoặc dịch vụ của khách hàng. Hiểu theo nghĩa hẹp, trong việc kinh doanh ăn uống, phân phối được hiểu chính là vị trí, địa điểm mà quán hoặc nhà hàng tọa lạc. Để việc phân phối sản phẩm và dịch vụ được tối ưu, địa điểm phải được chọn lựa kỹ, phù hợp với ý tưởng, mô hình, sản phẩm, dịch vụ và đối tượng khách hàng mà dự án mong muốn đạt được.

Những yếu tố tốt về địa điểm phân phối:

- Có chỗ đậu xe
- Ra vào thuận lợi
- Dễ nhìn
- Tiện nghi
- Thuận chiều đường
- Vỉa hè thông thoáng
- Có nhiều cây xanh
- Sạch sẽ



Chiêu thị (Promotion)

Chiêu thị là tập hợp các phương pháp và nghệ thuật nhằm thông tin cho khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng về sản phẩm và dịch vụ hiện tại cũng như sản phẩm và dịch vụ mới. Đồng thời thúc đẩy việc tiêu thụ và sử dụng sản phẩm của khách hàng.

Mục đích của chiêu thị

• Kiến tạo dẫn dắt nhu cầu của khách hàng về sản phẩm hoặc dịch vụ.

• Kích thích tiêu dùng bằng cách thúc đẩy khách hàng thay đổi nhãn hiệu, sản phẩm, dịch vụ, thói quen tiêu dùng.

• Tạo thuận lợi về mặt tâm lý cho khách hàng.

• Duy trì và phát triển tốc độ bán hàng và tăng doanh thu.

• Xây dựng và củng cố hình ảnh, uy tín cho doanh nghiệp và quán.

Các hình thức chiêu thị

Quảng cáo: thông qua các phương tiện

• Bảng hiệu

• Pano quảng cáo

• Báo chí

• Tivi

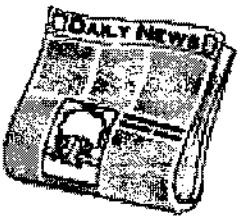
• Radio

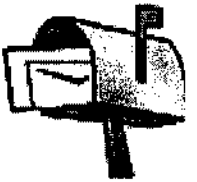
• Tờ rơi

• Catalogue

• Thư từ

• Internet





Quan hệ công chúng

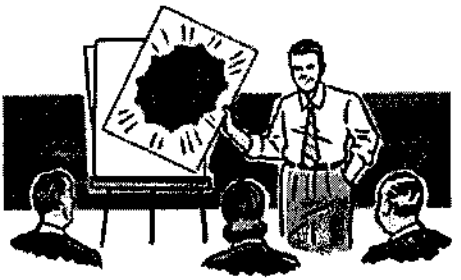
- Tài trợ
- Vận động
- Sự kiện
- Quan hệ địa phương
- Hội thảo
- Bài viết trên báo
- Bài phát biểu

Khuyến mãi

- Tặng quà kèm hàng mua
- Tặng mẫu thử
- Giảm giá
- Chiết khấu
- Phiếu quà tặng
- Quà tặng quảng cáo (sổ tay, nón, áo thun...)
- Ưu đãi khách hàng thân thiết

Chào hàng trực tiếp

- Thuyết minh bán hàng
- Hội nghị bán hàng
- Hàng mẫu
- Hội chợ
- Trưng bày sản phẩm



- Phân tích kinh doanh
  - Tỉ lệ doanh thu và chi phí trong kinh doanh ăn uống:

STT	Diễn giải	ĐVT	Trị giá
1	Doanh thu	%	100
2	Giá vốn hàng bán (COGS)	%	35
3	Chi phí quản lý	%	3
4	Mặt bằng	%	25
5	Điện nước	%	3
6	Lương và phúc lợi	%	12
7	Marketing	%	2
8	Chi phí khác	%	1
9	Khấu hao	%	5
10	**Tổng chi phí chung**	%	86
11	**Lợi nhuận**	%	14

- **Dự toán doanh thu**

Dự toán doanh thu căn cứ vào các yếu tố:

- Diện tích quán
- Số lượng ghế bố trí trong quán
- Vòng quay ghế
- Số giờ phục vụ khách
- Số ngày phục vụ khách
- Số khách phục vụ trong 1 giờ
- Số tiền bình quân một khách chi tiêu

Các yếu tố dự toán càng chính xác và thực tế sẽ đảm bảo doanh thu dự đoán càng chính xác và mang tính khả thi cao. Dự toán doanh thu chính xác là tiền đề để hoàn thiện bảng kế hoạch kinh doanh khả thi.

- **Dự toán dòng tiền mặt**

Là dự toán dòng tiền mặt nhằm nắm rõ đường đi của dòng tiền chi ra và thu vào . Làm tốt công tác này bạn sẽ hạn chế được những rủi ro và phiêu lưu trong kinh doanh. Chẳng hạn bạn sẽ thấy rõ việc mua hàng với số lượng lớn có thể làm bạn tốn nhiều tiền nhưng bù lại bạn sẽ hưởng được chiết khấu. Cần linh hoạt trong các khoản thu ngoài dự toán, quản lý vòng quay tiền mặt tức là quản lý kế hoạch chi tiêu và doanh thu trong một mốc thời gian. Chẳng hạn không nên đưa những món ăn đắt tiền vào thực đơn cho ngày đầu tuần khi biết rằng chỉ đến những ngày nghỉ cuối tuần mới mong bán được những món đó.

Quán: ABC

BÁO CÁO DÒNG TIỀN MẶT

Tháng ...../2014

Stt	Hạng mục	Đvt	Thu trong kỳ	Chi trong kỳ	Số dư cuối kỳ	Ghi chú
I	**Tiền mặt đầu kỳ**	đồng				
1	Tiền mặt tồn quỹ	đồng				
2	Lợi nhuận kinh doanh tháng trước	đồng				
II	**Tổng thu tiền mặt**					
1	Doanh thu bán hàng	đồng				

2	Tiền thu từ các khoản phải thu	đồng				
3	Thu lãi suất	đồng				
4	Các khoản vay	đồng				
III	**Tổng chi tiền mặt**					
1	Nguyên vật liệu	đồng				
2	Lương và phụ phí lương	đồng				
3	Chi phí thuê mặt bằng	đồng				
4	Chi phí marketing	đồng				
IV	**Tiền mặt tồn quỹ**					

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 1)

- **Dự toán điểm hòa vốn**

Điểm hòa vốn là khi doanh thu ngang bằng với chi tiêu. Dự toán điểm hòa vốn giúp bạn xác định rõ cần phải bán được bao nhiêu sản phẩm đủ để trả cho các khoản chi tiêu trước khi có lãi. Đây là bước quan trọng giúp điều chỉnh các khoản chi ra trong hoạt động kinh doanh.

Doanh thu hòa vốn = Chi phí cố định + chi phí biến đổi = Tổng chi phí

Quán: ABC

BẢNG DỰ TOÁN ĐIỂM HÒA VỐN

Tháng ...../2014

Stt	Hạng mục	Đvt	Giá trị	Ghi chú
I	**Mặt bằng**			
	Tổng diện tích	m2	20	*Theo hợp đồng thuê mặt bằng*
	Tổng số chỗ ngồi	chỗ	25	*Theo thiết kế mặt bằng*
	m^2 cho mỗi chỗ	m2	1	
	Thời gian thuê mặt bằng	tháng	24	*Theo hợp đồng thuê mặt bằng*
II	**Phần đầu tư**	đồng	**31.000.000**	*Theo dự toán đầu tư*
	Chi phí xây dựng quán		10.000.000	
	Chi phí đầu tư tài sản		5.000.000	
	Chi phí bàn ghế		10.000.000	
	Chi phí công cụ dụng cụ		5.000.000	

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 2)

- **Dự toán kết quả kinh doanh**

Bảng báo cáo thu nhập thể hiện doanh thu và chi phí trong một giai đoạn xác định, đây còn được gọi là báo cáo lãi lỗ.

Quán: ABC

BẢNG DỰ TOÁN KẾT QUẢ KINH DOANH

Tháng ...../2014

Stt	Diễn giải	Đvt	Trị giá	Ghi chú
I	**Doanh thu bán hàng, cung cấp dịch vụ**	**đồng**	**100.000.000**	
1	Cà phê và sinh tố	đồng	57.000.000	
2	Thức ăn	đồng	11.000.000	
3	Cà phê bột	đồng	27.000.000	
4	Khác	đồng	5.000.000	
II	**Giá vốn hàng bán**	**đồng**	**36.000.000**	
III	**Lợi nhuận gộp bán hàng và cung cấp dịch vụ (III = I - II)**	**đồng**	**64.000.000**	
IV	**Chi phí bán hàng và quản lý (IV = 1+2+3+4+5+6)**	**đồng**	**36.100.000**	
1	**Chi phí nhân viên**	**đồng**	**12.000.000**	
2	**Chi phí công cụ dụng cụ, đồ dùng VP**	**đồng**	**3.000.000,0**	
3	**Chi phí khấu hao**	**đồng**	**5.000.000**	
4	**Thuế, phí, lệ phí**	**đồng**	**2.000.000**	
5	**Chi phí dịch vụ mua ngoài**	**đồng**	**12.200.000**	

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 3)

Phương pháp S.W.O.T

(Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Sử dụng phương pháp phân tích S.W.O.T để phân tích điểm mạnh điểm yếu nội tại và cơ hội cũng như đe dọa từ bên ngoài,

qua đó bạn sẽ nhận diện rõ tình trạng thực tại của mình cũng như đối thủ, môi trường kinh doanh...ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến tình hình kinh doanh của quán trên các mặt:

- Điểm mạnh và điểm yếu
- Xu hướng thị trường
- Khách hàng
- Đối thủ: sản phẩm, địa điểm, dịch vụ và sự khác biệt
- Giá cả...

Minh họa

Sử dụng SWOT để phân tích thương hiệu cà phê nổi tiếng Starbucks.

Điểm mạnh	***Điểm yếu***
• Tài chính mạnh • Thương hiệu cà phê số 1 thế giới • Kinh nghiệm trong kinh doanh cà phê • Số lượng quán cà phê lớn • Quản lý chuyên nghiệp	• Lợi nhận phụ thuộc giá cà phê hạt • Giá thành sản phẩm cao • Chính sách không phù hợp
Cơ hội	***Thách thức***
• Nhiều nhà cung cấp • Nhiều nền kinh tế mới nổi • Nhiều sản phẩm để lựa chọn	• Giá bán sữa và giá cà phê tăng • Vi phạm nhãn hiệu hàng hóa • Các đối thủ cạnh tranh tại địa phương • Thị trường cà phê bão hòa

Bảng tính giá vốn hàng bán

Quán: ABC

BẢNG TÍNH GIÁ VỐN HÀNG BÁN

Tháng ...../2014

Stt	Thức uống	Thành phần	Đvt	Định lượng	Đơn giá	Giá vốn
1	Cà phê đen nóng	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750
2	Cà phê đen nóng	Đường cát	kg	0,04	25.000	1.000
	Cà phê đen nóng Total					4.750
3	Cà phê đen đá	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750
4	Cà phê đen đá	Đường cát	kg	0,04	30.000	1.200
5	Cà phê đen đá	Đá(25kg/ bao)	kg	0,25	680	170
	Cà phê đen đá Total					5.120
6	Cà phê sữa nóng	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750
7	Cà phê sữa nóng	Sữa đặc	kg	0,03	44.737	1.342
	Cà phê sữa nóng Total					5.092
8	Cà phê sữa đá	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750
9	Cà phê sữa đá	Sữa đặc	kg	0,03	44.737	1.342
10	Cà phê sữa đá	Đá	kg	0,25	3.000	750
	Cà phê sữa đá Total					5.842

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 4)

Bảng định giá bán sản phẩm

Quán: ABC

BẢNG ĐỊNH GIÁ BÁN SẢN PHẨM

Tháng ...../2014

Stt	Thức uống	Thành phần	Đvt	Định lượng	Đơn giá	Giá vốn	Giá bán
1	Cà phê đen nóng	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750	2
2	Cà phê đen nóng	Đường cát	kg	0,04	25.000	1.000	
	Cà phê đen nóng Total					4.750	19.000
3	Cà phê đen đá	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750	
4	Cà phê đen đá	Đường cát	kg	0,04	30.000	1.200	
5	Cà phê đen đá	Đá(25kg/ bao)	kg	0,25	680	170	
	Cà phê đen đá Total					5.120	20.480
6	Cà phê sữa nóng	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750	
7	Cà phê sữa nóng	Sữa đặc	kg	0,03	44.737	1.342	
	Cà phê sữa nóng Total					5.092	20.368
8	Cà phê sữa đá	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750	
9	Cà phê sữa đá	Sữa đặc	kg	0,03	44.737	1.342	
10	Cà phê sữa đá	Đá	kg	0,25	3.000	750	
	Cà phê sữa đá Total					5.842	23.368

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 5)

Định giá bán sản phẩm phụ thuộc vào các yếu tố:

- Đối thủ cùng ngành
- Phục vụ chuyên nghiệp
- Dịch vụ cộng thêm
- Không gian
- Chất lượng sản phẩm
- Đối tượng khách hàng
- Giá vốn hàng bán
- Vị trí
- Thương hiệu
- Lợi thế

CHƯƠNG 2

ĐỊA ĐIỂM KINH DOANH

Nguyên tắc chọn mặt bằng:

- Diện tích kinh doanh tùy theo quy mô dự án, ưu tiên mặt bằng có hai mặt tiền.

- Mặt bằng mát mẻ, thông thoáng dễ nhìn và dễ quan sát.

- Mặt bằng là nơi tập trung đông dân cư: gần chợ, trường học, bệnh viện, khu công nghiệp, khu vui chơi, khu du lịch...

- Mặt bằng là nơi dễ thấy, dễ nhìn như tại ngã ba, ngã tư hoặc vòng xoay, quảng trường hoặc khu du lịch dành cho người đi bộ.

- Mặt bằng nằm ở những dãy phố, khu phố cà phê nổi tiếng, đã được nhiều người biết.

- Mặt bằng là những nơi đang phát triển thành những thành phố trong tương lai.

- Mặt bằng là nơi có các điểm dừng đặc biệt như: cây xăng, hoặc những vị trí đặc biệt trên xa lộ.

- Mặt bằng nằm tại những khu biệt lập: tòa nhà, cao ốc,

trung tâm thương mại, siêu thị. Khách hàng là những đối tượng riêng biệt, đặc thù về công việc và nghề nghiệp.

- Mặt bằng gần hoặc đối diện công sở, khu văn phòng, gần trường học, trường đại học, gần chợ (vì lượng tiểu thương ở chợ rất lớn, và ổn định), gần siêu thị, nhà sách.

- Đường 2 chiều nhỏ, không có con lươn chính giữa, nếu là đường 1 chiều thì không nên chọn bên trái (đường dành cho xe hơi).

- Phải có chỗ để xe, nếu mặt bằng đẹp, nhưng chỗ để xe bị hạn chế, bạn không đáp ứng được yêu cầu an toàn cho xe khách thì họ cũng sẽ bỏ đi.

- Vỉa hè rộng tối thiểu 3m, thuận tiện để xe và bố trí bàn ghế phía trước.

- Mặt bằng có trần nhà không quá cao, vì như vậy, không gian của bạn sẽ bị loãng đi, không tạo được cảm giác ấm cúng.

- Tránh chọn mặt bằng không được xây dựng sửa chữa nhiều, như vậy sẽ hạn chế việc cải tạo, nâng cấp theo ý tưởng kinh doanh của bạn.

Hợp đồng thuê mặt bằng:

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do - Hạnh phúc

HỢP ĐỒNG THUÊ NHÀ

Hôm nay, ngày ..... tháng ..... năm ..... tại Thành phố Hồ Chí Minh
Chúng tôi gồm có:

A – BÊN CHO THUÊ NHÀ

Họ tên chủ sở hữu nhà: Ông/ bà:
Năm sinh:
CMND số:
Địa chỉ thường trú:
Điện Thoại :

B – BÊN THUÊ NHÀ

Họ tên người thuê: Ông/ bà :
Năm sinh:
CMND số:
Địa chỉ thường trú:
Điện Thoại :
Hai bên cùng lập hợp đồng thuê nhà để sử dụng với những cam kết sau:

Điều 1: Nội dung tài sản nhà cho thuê

a/ Nhà cho thuê:

Giấy chứng nhận Quyền sử dụng đất, Quyền sở hữu nhà ở và tài sản khác gắn liền với đất số ..... cấp ngày bởi UBND Thành phố Hồ Chí Minh
Thửa đất số: ..... Tờ bản đồ số: .....
Địa chỉ: .....
Cấu trúc thiết kế: ..... Số tầng: .....

b/ Điện tích thuê: ..... (mét vuông)

- Diện tích sử dụng: ..... (mét vuông)

c/ Trang bị tiện nghi bên thuê nhà được sử dụng gồm có:

- Nhà trống, không có nội thất.

Điều 2: **Thời hạn thuê nhà**:
- Thời hạn thuê 03 năm, bắt đầu từ ngày ..... đến .....

Điều 3: **Giá thuê nhà, tiền cọc, phương thức thanh toán:**

1. Giá thuê: ..... VNĐ/tháng (bao gồm 1 toilet phía sau)
Giá thuê trên không bao gồm chi phí sinh hoạt (chi phí điện, nước, rác).

2. Tiền cọc thuê nhà: ..... VNĐ (.....).
Được đóng theo 2 đợt (tháng đầu tiên ..... VNĐ và tháng thứ 3 (.....) đóng tiếp đợt 2 là ..... Tổng tiền đặt cọc là ..... Số tiền này sẽ được hoàn trả lại (hoặc cấn trừ vào tiền thuê nhà) cho bên thuê nhà khi chấm dứt hợp đồng theo khoản 3 điều 6 dưới đây.

3. Tiền thuê nhà được thanh toán theo phương thức sau:
- Trả bằng tiền mặt hoặc chuyển khoản vào tài khoản:
- Trả tiền thường kỳ vào ngày 10 đến ngày 15 hàng tháng.

Điều 4: **Quyền, nghĩa vụ, trách nhiệm của bên cho thuê nhà**
1. Giao nhà và trang thiết bị, tiện nghi cho bên thuê đúng ngày hợp đồng có giá trị.
2. Bảo đảm quyền sử dụng trọn vẹn và riêng rẽ của bên thuê nhà (đối với phần diện tích ghi trong hợp đồng nếu chủ nhà ở chung).
3. Sửa chữa kịp thời hư hỏng.
4. Phải bồi thường mọi thiệt hại về vật chất và sức khoẻ gây ra cho bên thuê nhà trong trường hợp nhà bị sụp đổ không sửa chữa kịp thời.
5. Chịu trách nhiệm chi trả các khoản phí công cộng, sở hữu, thuế đất, bảo hiểm, bảo dưỡng nhà (nếu có).
6. Nếu bên cho thuê nhà muốn lấy lại nhà trong năm đầu thì phải đền gấp 2 lần tiền cọc và tiền sữa chữa thiết kế quán cho bên thuê nhà.

Điều 5: **Quyền, nghĩa vụ, trách nhiệm của bên thuê nhà**
1. Trả tiền thuê nhà đầy đủ và đúng thời hạn qui định. Nếu không thì phải chịu tiền phạt theo lãi suất ngân hàng.
2. Khi cần sửa chữa, cải tạo theo yêu cầu sử dụng riêng phải được sự

đồng ý của chủ nhà và phải tuân theo những qui định về xây dựng cơ bản.
3 Chịu trách nhiệm chi trả các khoản phí sinh hoạt phát sinh như: tiền điện (phải gắn đồng hồ điện riêng), rác và nước...
4. Chấp hành các qui tắc về giữ gìn vệ sinh môi trường và các qui định về trật tự an ninh chung.
5. Được quyền chuyển nhượng hợp đồng thuê nhà hoặc cho thuê lại. Trường hợp cần chấm dứt việc thuê nhà trước thời hạn đã ký, phải thông báo cho chủ nhà biết trước ít nhất một tháng (30 ngày) thì sẽ không mất tiền cọc.

Điều 6: **Cam kết chung**
1. Khi thời hạn thuê chấm dứt, người thuê có quyền mướn tiếp tục với thời hạn như cũ và với tiền thuê có thể thay đổi theo thỏa thuận đã ký kết.
2. Hai bên cam kết thực hiện đúng nội dung thoả thuận trong hợp đồng. Trường hợp có tranh chấp, hoặc một bên vi phạm hợp đồng thì cả hai bên phải trình Uỷ ban nhân dân thành phố (hoặc tỉnh) xem xét và xử lý.
Khi một trong hai bên không thoả mãn với kết quả xử lý của UBND phường thì đề nghị toà án xét xử.
3. Hợp đồng sẽ chấm dứt trong các trường hợp sau:
a/ Thời hạn của hợp đồng đã hết và bên thuê nhà không muốn tiếp tục thuê nữa.
b/ Nhà cho thuê bị phá huỷ hoặc phải phá dỡ theo quyết định của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền.

Điều 7: **Thời hạn hiệu lực của hợp đồng**
Hợp đồng này được lập thành 02 bản, gồm 03 (ba) trang, 07 (bảy) điều, bằng tiếng việt, có giá trị pháp lý như nhau. Mỗi bên giữ 01 (một) bản

BÊN CHO THUÊ NHÀ	**BÊN THUÊ NHÀ**
(Ký và ghi rõ họ tên)	**(Ký và ghi rõ họ tên)**

Một số lưu ý khi thuê mặt bằng:

- Mặt bằng đang cầm cố tại ngân hàng: nếu chủ nhà làm ăn thua lỗ, khi bị ngân hàng thu hồi nhà, người thuê nhà sẽ bị ảnh hưởng.
- Hợp đồng thuê nhà càng cụ thể càng tốt , cần chi tiết hóa về thời gian thuê, giá thuê, diện tích, trang thiết bị đi kèm, giá trị bồi thường khi đơn phương chấm dứt hợp đồng trước thời hạn. Thời gian thuê thông thường ký từ 2 đến 5 năm. Tỷ lệ tăng giá thuê hàng năm không vượt quá 10%.
- Khi thuê nhà cần lưu ý với chủ nhà về tiền thuế thuê nhà, thông thường chủ nhà sẽ đóng phần chi phí này, tuy nhiên cần phải thể hiện rõ trên hợp đồng tránh tranh chấp.
- Trong hợp đồng cũng ràng buộc chủ nhà phải hỗ trợ cho mình các thủ tục phát sinh với phường, hoặc công ty điện, nước. Trường hợp xảy ra sự cố, họ cũng có trách nhiệm xử lý vấn đề cùng với mình.

CHƯƠNG 3

THIẾT KẾ

PHỐI MÀU TRONG THIẾT KẾ

Ý nghĩa của màu sắc

Nhiều chuyên gia thiết kế và quảng cáo đã nhận thức ra rằng màu sắc có thể tạo ra sự khác biệt giữa thành công và thất bại. Sử dụng màu đúng có thể làm tăng doanh thu cho sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Người tiêu dùng không những mua sản phẩm mà họ còn mua cả màu sắc của nó nữa.

Màu đỏ

Trong nhiều năm liền, màu đỏ dường như mang lại thành công nhất định. Màu đỏ chính là màu của thiết kế và quảng cáo. Nó là biểu tượng của tình yêu, có sự nồng ấm, sự hấp dẫn giới tính và niềm đam mê. Đây là màu mạnh mẽ và năng động nhất, có khả năng tạo ra hành động nhiều nhất. Nó thể hiện niềm vui sướng trong việc chinh phục và trong các cuộc cách mạng.

Màu đỏ làm huyết áp tăng, làm căng cơ và tăng nhịp thở. Đó là màu của tình dục. Màu đỏ vừa là màu của hoạt động, sức mạnh, sự chuyển động và một khát khao mãnh liệt. Màu đỏ toát ra nét nam tính rất đặc biệt.

Màu đỏ thẫm được xem là màu của sự mãnh liệt, màu truyền thống và màu của sự giàu có.

Màu đỏ tía là màu của sự sang trọng và thanh lịch.

Màu đỏ anh đào biểu hiện cho sự hấp dẫn giới tính.

Màu đỏ nhạt thể hiện cho sức mạnh, năng lượng, niềm vui sướng và chiến thắng.

Màu đỏ có thể được sử dụng cho:

- Các sản phẩm phòng cháy chữa cháy.
- Những sản phẩm mang tính chất mạnh mẽ như: xe hơi thể thao, thuốc lá, kem cạo râu.
- Những mặt hàng thuộc nhóm những nhóm nhu cầu cơ bản: socola, kẹo cao su.
- Những sản phẩm cần khẳng định chất lượng và giá trị sản phẩm.
- Những bảng thông báo và cảnh báo.

Những nhà hàng thức ăn nhanh sơn màu đỏ lên các bức tường để thúc giục thực khách nhanh chân hơn và để nhà hàng phục vụ được nhiều khách hơn.

Màu cam

Màu cam tạo ra cảm giác ấm áp, của ngọn lửa, mặt trời, ánh sáng và mùa thu. Màu cam tạo ra sự háo hức kích thích và sự trẻ trung của tuổi trẻ. Màu cam tạo ra cảm giác bay bổng không giới hạn.

Màu vàng

Màu vàng tượng trưng cho sự hạnh phúc, sức sống và sự

thân thiện. Màu vàng là màu của sự hóm hỉnh, niềm vui sướng trong cuộc sống. Màu vàng rất tươi tắn và sáng sủa. Màu vàng mang đến cảm giác ấm áp và rạng rỡ. Màu vàng thích hợp để thu hút sự chú ý của khách hàng, đặc biệt khi đi chung với màu đen. Trong tiếp thị, màu vàng tượng trưng cho "giá rẻ".

Màu xanh lá cây

Màu xanh lá cây thể hiện sự điềm đạm và yên tĩnh. Nó giúp cho huyết áp giảm và làm giãn nở các ống mao dẫn. Màu xanh lá tượng trưng cho sức khỏe tốt, sự tươi mát và là màu của thiên nhiên. Màu xanh lá còn là màu của hy vọng.

Màu nâu

Màu nâu tượng trưng cho màu đất, màu rừng. Màu nâu thể hiện sự ấp áp và thoải mái. Màu nâu thể hiện một lối sống cùng những công việc hàng ngày lành mạnh. Nó bộc lộ một khao khát sở hữu. Màu nâu bộc lộ sự nam tính, đẳng tính và chuyên nghiệp. Màu nâu phù hợp cho sản phẩm và dịch vụ dành cho nam giới.

Màu đen

Màu đen tạo ra cảm giác chết chóc, đau buồn hay mất mát. Nó khoác lên mình những đặc tính của bóng tối, sự huyền bí khó hiểu. Màu đen là màu của sự vô vọng và không tương lai.

Đồng thời màu đen lại mang lại cảm giác quý tộc, độc đáo, nổi bật, sang trọng, đẳng cấp và sự tao nhã. Nó biểu hiện sự tinh tế, thích hợp cho các sản phẩm chất lượng cao như nước hoa và rượu vang.

Màu đen được sử dụng trong quảng cáo khi bạn muốn tạo

ra sự đối lập. Hơn thế nữa màu đen có thể làm nổi bật tất cả những màu xung quanh.

Màu trắng

Màu trắng tạo cảm giác sáng, yên lặng và trầm tĩnh. Trong một không gian lớn, màu trắng làm bạn hoa mắt, khi đứng một mình, màu trắng tạo cảm giác trống vắng. Màu trắng còn tượng trưng cho sự trong trắng, sự hoàn hảo, hợp thời trang, sự ngây thơ, tuổi trẻ, sự điềm đạm và yên bình. Màu trắng thể hiện sự sạch sẽ, đặc biệt khi kết hợp với màu xanh dương. Màu trắng thích hợp với các màu sắc khác, giúp cho các màu này có cảm giác sâu lắng hơn và toàn vẹn hơn.

Màu xám

Màu xám thể hiện sự nghi ngờ, sự nhợt nhạt của nó tạo cảm giác sợ hãi, tuổi già và cái chết. Tuy nhiên màu xám kim loại lại là màu thể hiện sức mạnh, sự riêng biệt và sự thành công.

Màu hồng

Màu hồng tượng trưng cho sự nhẹ nhàng, nữ tính, tình cảm và sự thầm kín. Màu hồng thể hiện sự rụt rè và lãng mạng.

Sự kết hợp giữa các loại màu sắc dễ đọc và dễ nhận diện (theo thứ tự giảm dần) – *theo Matthew Luckiesh.*

Stt	Diễn giải
1	Đen trên nền vàng
2	Xanh lá trên nền trắng
3	Đỏ trên nền trắng
4	Xanh dương trên nền trắng

Stt	Diễn giải
5	Trắng trên nền xanh dương
6	Đen trên nền trắng
7	Vàng trên nền đen
8	Trắng trên nền đỏ
9	Trắng trên nền xanh lá
10	Trắng trên nền đen
11	Đỏ trên nền vàng
12	Xanh lá trên nền đỏ
13	Đỏ trên nền xanh lá

Những màu sắc được yêu thích nhất:

Một vài màu sắc có thể làm khách hàng hài lòng, trong khi nhiều màu khác thường gây ra màu khó chịu. Eysenk đã tóm tắt một cuộc nghiên cứu được thực hiện bởi 40 nhà thống kê trong tổng số 21.000 mẫu vật từ nhiều quốc gia khác nhau. Kết luận những màu thông dụng được yêu thích theo thứ tự giảm dần.

Stt	Diễn giải
1	Màu xanh dương
2	Màu đỏ
3	Màu xanh lá
4	Màu tím
5	Màu cam
6	Màu vàng

Những màu nguyên chất thường được yêu thích hơn những màu trung gian.

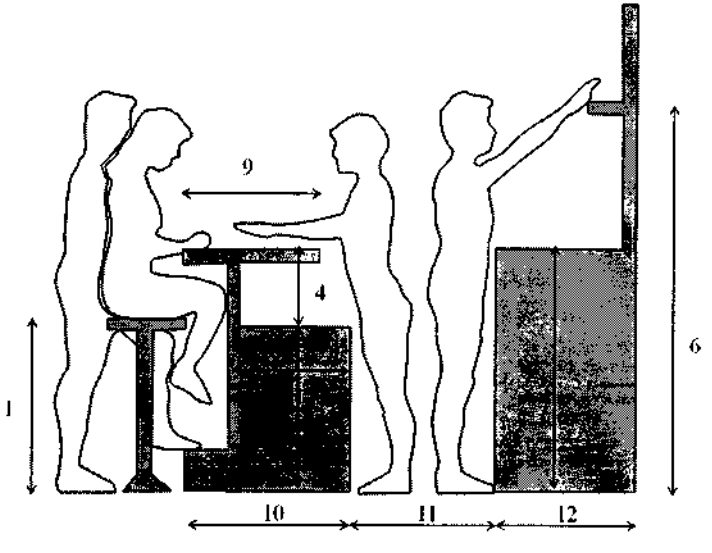
Nữ giới thường thích màu xanh dương hơn màu đỏ.

Nam giới thích màu xanh dương hơn xanh lá.

Chúng ta nên nhớ rằng sự yêu thích màu sắc tùy thuộc vào độ tuổi. Người trẻ thường thích màu nguyên chất và chói mắt như màu cam và màu đỏ. Những người lớn tuổi thường thích màu lạnh, màu nhẹ nhàng và có sắc thái.

Những người nghèo và những người ít học thường thích những màu mạnh như đỏ và cam. Những người có địa vị xã hội cũng như trình độ văn hóa cao thường thích màu lạnh, nhẹ nhàng và có sắc thái.

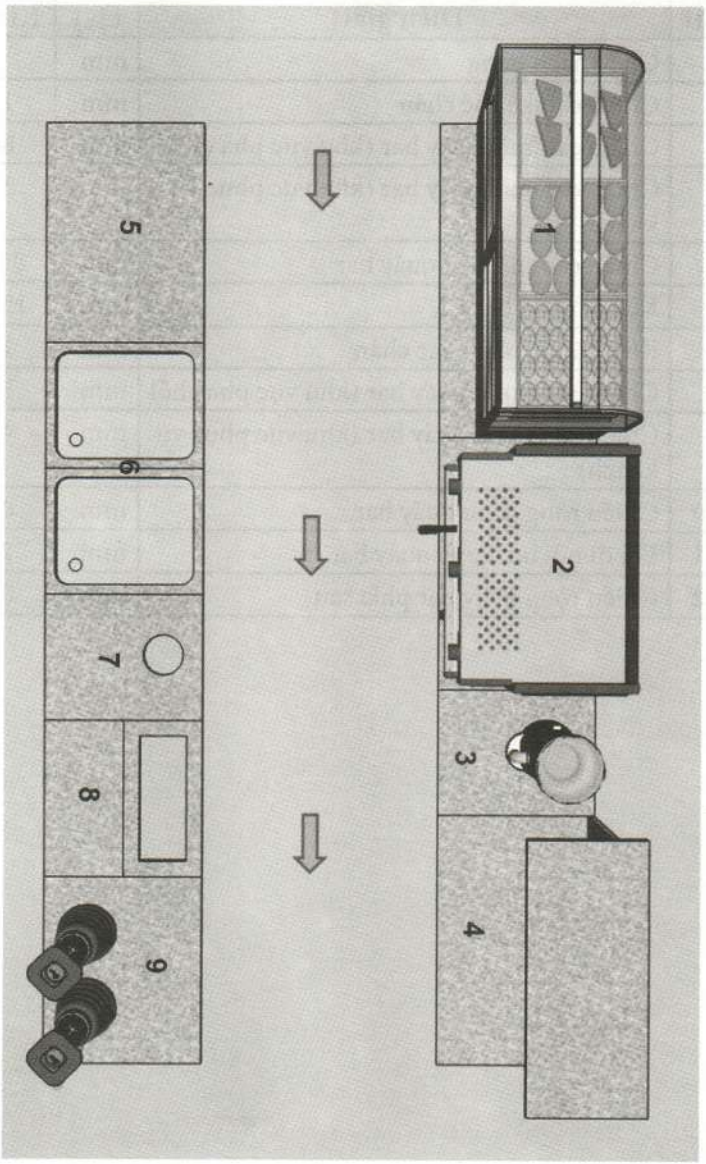
Nguyên tắc thiết kế quầy bar



Chú thích

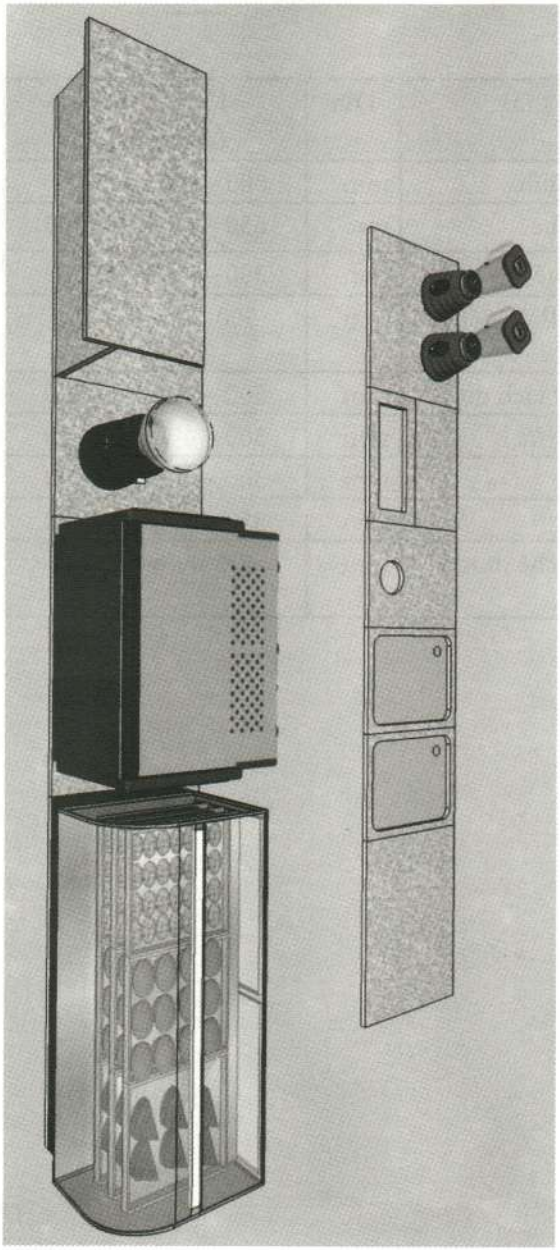
Stt	Diễn giải	Đvt	Kích thước
1	Ghế khách hàng	mm	850
2	Chiều cao kệ gác chân	mm	150-200
3	Chiều cao mặt quầy bar (khu vực pha chế)	mm	800-900
4	Chiều cao mặt quầy bar (khu vực phục vụ khách)	mm	300-350
5	Chiều cao mặt sau quầy bar	mm	800- 1050
6	Kệ sau quầy bar	mm	1500-1750
7	Kích thước phần gác chân	mm	150-200
8	Chiều rộng mặt quầy bar (khu vực pha chế)	mm	500-650
9	Chiều rộng mặt quầy bar (khu vực phục vụ khách)	mm	450-600
10	Chiều rộng chân quầy bar	mm	600-700
11	Lối đi nội bộ trong quầy bar	mm	750-900
12	Chiều rộng quầy bar phía sau	mm	600-750

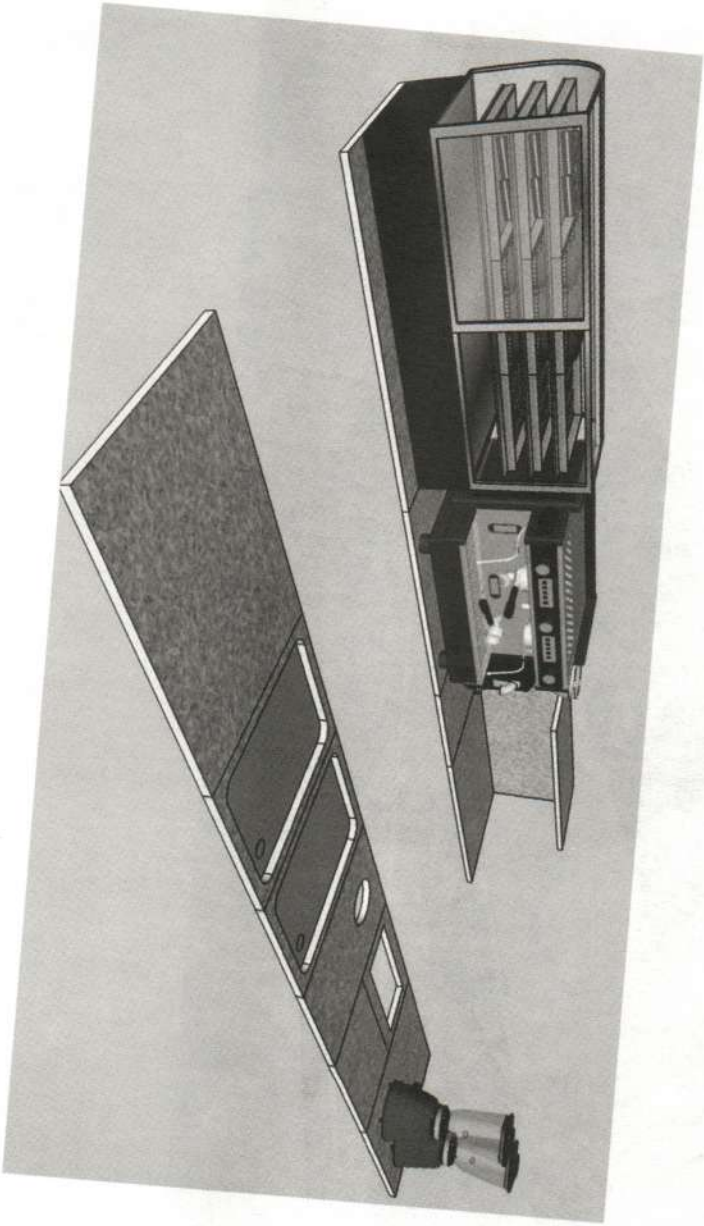
Nguyên tắc bố trí quầy pha chế

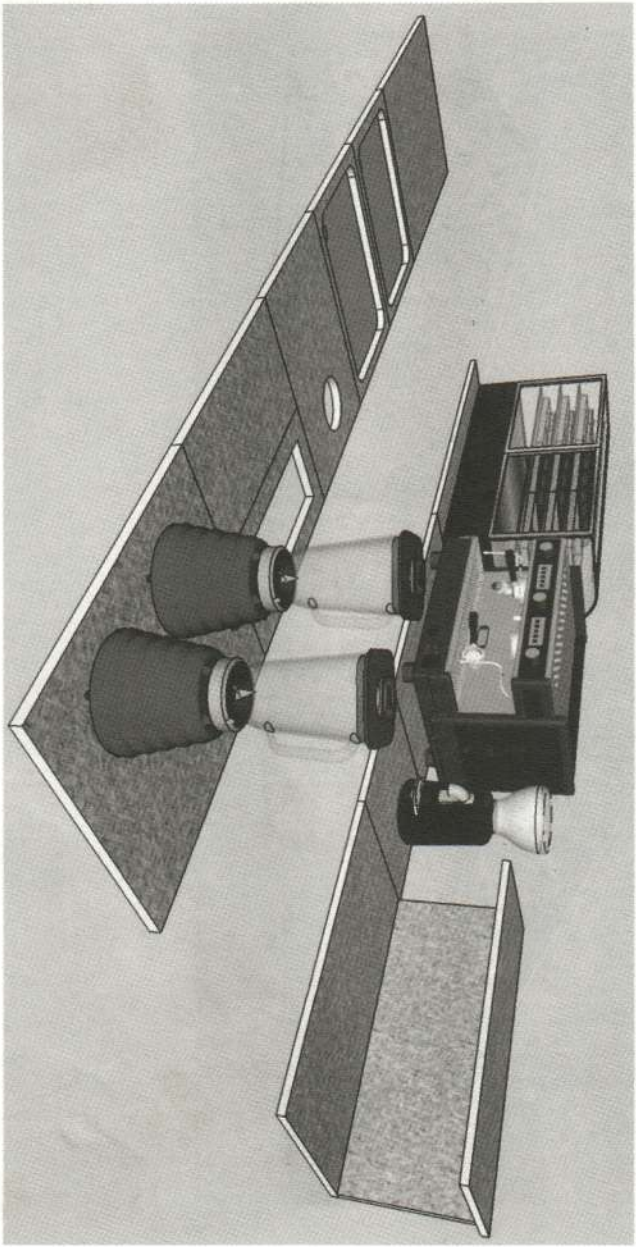


Chú thích:

Stt	Diễn giải	Đvt	Kích thước (dàixrộng)
1	Khu vực tủ bánh	mm	800 - 900x 400-500
2	Máy pha cà phê	mm	650 – 800x400-500
3	Máy xay cà phê	mm	300 – 400x400-500
4	Khu vực pha thức uống nóng	mm	500-800x400-500
5	Khu vực để ly tách dơ	mm	500 – 700x400-500
6	Khu vực bồn rửa ly	mm	300 – 400x400-500
7	Thùng rác	mm	300 – 400x400-500
8	Thùng đá	mm	350 – 500x400-500
9	Khu vực pha chế thức uống lạnh	mm	400-600x400-500





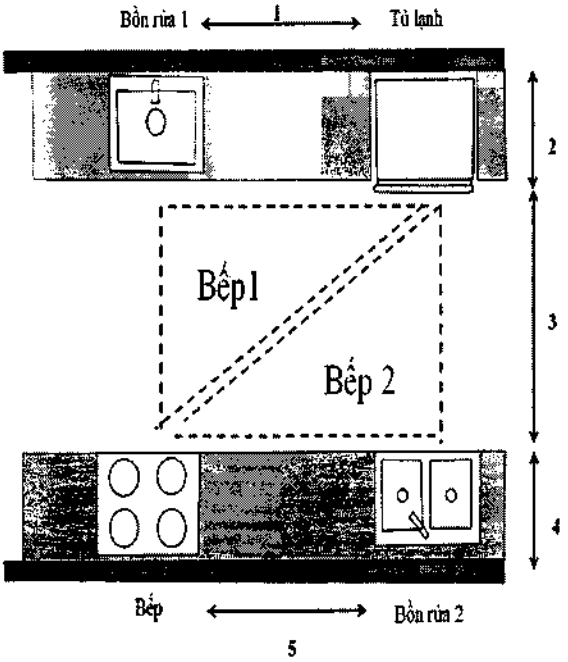


Nguyên tắc thiết kế bếp

Lưu ý khi thiết kế khu vực nhà bếp

- Bố trí theo nguyên tắc một chiều, đảm bảo thuận tiện cho việc tiếp thực, phục vụ và dọn dẹp, ngay cả khi quán hoạt động trong giờ cao điểm.
- Căn cứ theo thực đơn và đặc trưng món của nhà hàng để tập trung vào những khu vực hoạt động nhiều nhất trong khu vực bếp.
- Bố trí đầy đủ trang thiết bị sử dụng trong bếp (tủ đông, tủ mát.) theo đúng nguyên tắc bố trí bếp.
- Nhà bếp nên được bố trí tại khu vực phục vụ chính.

Bếp dành cho 1 -2 người.



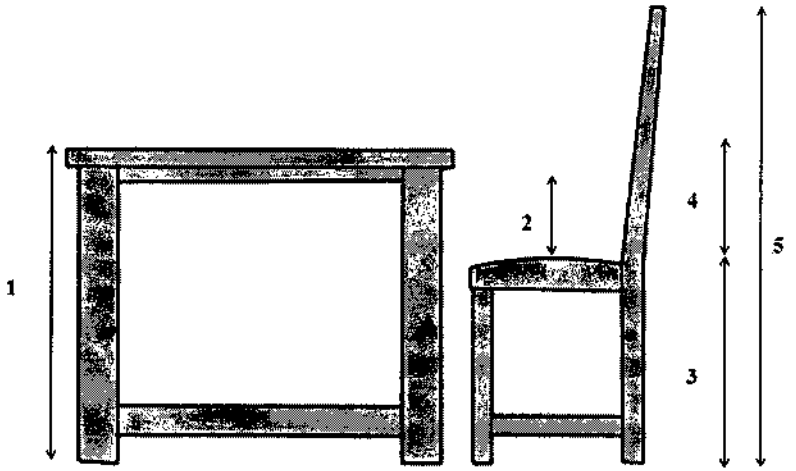
Chú thích:

Stt	Diễn giải	Đvt	Kích thước
1	Khoảng cách bồn rửa và tủ lạnh	mm	1000 - 1200
2	Chiều rộng mặt quầy bếp (khu vực chế biến)	mm	600-650
3	Lối đi	mm	1000 - 1200
4	Chiều rộng mặt quầy bếp (khu vực chế biến)	mm	600-650
5	Khoảng cách bồn rửa và bếp	mm	1000 - 1200

Nguyên tắc thiết kế trong khu vực phục vụ

- Tính toán đường đi của thức ăn và bát đĩa dơ. Công việc của người phục vụ cần một lối đi thông thoáng, không trơn trượt và không có chướng ngại vật.
- Lối đi cho khách hàng: từ khu vực ăn uống đến quầy bar, nhà vệ sinh... cần đảm bảo rộng rãi, sạch sẽ, nhằm tạo sự thoải mái cho khách hàng.
- Bố trí bàn ghế đảm bảo sự khoa học, tiện dụng, vừa tiết kiệm không gian vừa đảm bảo sự riêng tư cũng như sự thuận tiện trong thao tác và phục vụ của nhân viên. Tránh đặt bàn tại khu vực gần nhà vệ sinh hoặc trực tiếp đối diện nhà vệ sinh.
- Nhà vệ sinh nữ phải luôn rộng hơn nhà vệ sinh nam.
- Bố trí khu vực phục vụ (wait station) hợp lý. Vì đây là khu vực quầy chờ và tác nghiệp của nhân viên.

Nguyên tắc thiết kế bàn ghế



Chú thích:

Stt	Diễn giải	Đvt	Kích thước
1	Chiều cao bàn	mm	700 - 760
2	Chiều cao từ mặt ghế đến gầm bàn	mm	100 - 200
3	Chiều cao mặt ghế ngồi	mm	450 - 550
4	Chiều cao từ mặt ghế đến mặt bàn	mm	200 - 300
5	Chiều cao ghế	mm	700 - 900

Nguyên tắc trong thiết kế thực đơn

Những điều nên tránh khi thiết kế thực đơn:

- Tên các món ăn trong thực đơn phải đơn giản và có sức gợi tả về món ăn. Nội dung thực đơn phải rõ ràng, chính xác và trung thực. Tránh sử dụng những từ hoa mỹ sẽ làm khách hàng bối rối và bực bội.
- Nếu thực đơn miêu tả các thành phần của món ăn, thì phải miêu tả chính xác, nếu không thực khách có thể trả lại món ăn khi họ phát hiện ra có điều gì đó không trung thực. Nếu thực đơn chỉ liệt kê danh sách món ăn, thì nhân viên phải mô tả được những điểm cơ bản của món ăn: món ăn bao gồm thành phần gì, được chế biến ra sao, ăn như thế nào.
- Thực đơn phải luôn tinh tươm, sạch sẽ, không lem nhem dầu mỡ, tránh làm khách hàng có ấn tượng xấu về món ăn thông qua thực đơn của nhà hàng.
- Không nên tẩy xóa trong menu, trong trường hợp một số món ăn không còn phục vụ trong nhà hàng, hãy mạnh dạn loại bỏ và in lại menu khác.
- Thực đơn phải ghi rõ đơn giá, bao gồm VAT, phí dịch vụ... tránh làm mất lòng khách khi thông tin giá không rõ ràng.

Các loại thực đơn

Thực đơn một tờ

Đây là loại thực đơn được dùng phổ biến, sử dụng hai mặt, đa dạng kích cỡ và đủ màu sắc và cách trình bày,

Ưu điểm

- Dễ dàng chỉnh sửa hay cập nhật thêm món mà không cần tốn nhiều chi phí.

- Đơn giản, nên khách hàng dễ dàng và nhanh chóng tìm và lựa chọn món.
- Việc chọn lựa món ăn nhanh chóng, giúp cho việc phục vụ được nhanh chóng, nhà hàng xoay vòng nhanh hơn.

<u>Nhược điểm</u>

- Không đủ không gian để nhấn mạnh những món đặc biệt.
- Đơn điệu: những món ăn được kê ra đơn giản, không hình ảnh minh họa.. ẽ khó làm hài lòng những khách hàng khó tính.

Thực đơn quyển

Đây là loại thực đơn liệt kê danh mục dài các món ăn, phân chia ra nhiều danh mục rõ ràng: khai vị, gỏi, lẩu, món tráng miệng hoặc món đặc biệt của nhà hàng.

<u>Ưu điểm</u>

- Các món ăn được liệt kê và mô tả chi tiết: thành phần, phương pháp chế biến, thưởng thức, hình ảnh minh họa.. khách hàng sẽ hiểu rõ các món ăn và trực quan.
- Tạo được tính chuyên nghiệp trong phục vụ khách hàng.

<u>Nhược điểm</u>

- Khách hàng bối rối trước sự đa dạng của thực đơn.
- Chi phí thiết kế và đầu tư cao.
- Khó khăn khi thay mới hoặc đổi món.

Đồng phục nhân viên

Nhiều người không đánh giá cao việc trang bị đồng phục cho nhân viên, vì họ nghĩ rằng đồng phục sẽ làm phát sinh một

khoảng chi phí đáng kể. khi bạn mặc đồng phục, khách hàng sẽ tin tưởng và tôn trọng vào công việc của nhân viên. Với bộ đồng phục của mình, nhân viên sẽ luôn bộc lộ được sự chuyên nghiệp và tinh thần sẵn sàng phục vụ.

Nếu nhân viên của bạn không mặc đồng phục hoặc quần áo không chỉnh tề, có thể bạn đã gởi một thông điệp không tốt của quán đến cho khách hàng.

Chi phí để trang bị đồng phục cho nhân viên sẽ hoàn toàn tương xứng với sự tin cậy và cảm giác an tâm của khách hàng khi đến quán của bạn để sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ. Hãy luôn chắc chắn và đảm bảo rằng ngay cả khi nhân viên của bạn chưa có đồng phục, thì họ phải luôn chăm chút trang phục của họ, ít nhất quần áo và giày dép của họ phải luôn sạch sẽ tinh tươm và chỉnh chu.

Để đồng phục nhân viên luôn là hình ảnh đẹp, chuyên nghiệp, phong cách, khác biệt và thực sự có mối liên hệ đến sản phẩm hoặc dịch vụ kinh doanh tại quán, cần chú ý đến các tiêu chí sau:

- Kiểu dáng
- Chất liệu
- Màu sắc
- Sự tiện dụng
- Sự thoải mái
- Hình ảnh đặc trưng quán
- Chi phí
- Hiệu quả

CHƯƠNG 4

HƯỚNG DẪN CƠ BẢN VỀ HÀNG HÓA VÀ THỰC PHẨM

Phân biệt cà phê nguyên chất và cà phê pha trộn

Đối với nhiều người, một tách cà phê được đánh giá là ngon khi có hương thơm ngào ngạt, dai dẳng, nước pha đen, sánh và sệt. Khi thưởng thức đắng gắt, càng đắng càng ngon, bọt nhiều, bền và khó bể. Điều đáng buồn là việc định hình cách thưởng thức một tách cà phê ngon theo các tiêu chí trên đã được khá nhiều người đồng tình bởi đã từ rất lâu, khách hàng được thưởng thức những thức uống được cho là cà phê nguyên chất, cà phê ngon, nhưng thực sự đã được tẩm ướp rất nhiều hóa chất, độn nhiều tạp chất, cà phê chỉ là một phần rất nhỏ.

Giá bán cà phê thành phẩm bên ngoài thị trường dao động từ 80.000 - 120.000 đồng/kg, thậm chí khá nhiều cơ sở cung cấp cà phê cho các quán cà phê chỉ 60.000 – 80.000 đồng/kg, trong khi giá cà phê nhân đã 45.000 đồng/kg, sau khi rang cà phê sẽ hao hụt 30-40%, 1kg cà phê chỉ còn 0,6kg. Họ pha trộn 30-70% là bắp và đậu nành, hàm lượng caffein chỉ dao động 0,2 -1%. Để tăng màu, mùi và vị cho cà phê độn, những cơ sở

sản xuất sẽ cho thêm các hóa chất tạo mùi cà phê, chất tạo màu (màu công nghiệp), chất tạo độ sánh và chất tạo bọt (chất tạo bọt trong nước tẩy rửa).

Bên cạnh đó khách hàng khá dễ dãi trong việc thưởng thức một tách cà phê đúng nghĩa, vô hình chung ngầm thỏa hiệp với những người sản xuất trong việc tẩm độn nhiều chất như đậu nành, bơ, nước mắm, hạt cau, rượu... hoặc tai hại hơn là những hóa chất, phẩm màu công nghiệp độc hại. Chính những chất tẩm độn này đã dần bào mòn khẩu vị thưởng thức cà phê của khách hàng, dần dần định hình trong tiềm thức, chính đó mới là cà phê ngon và nguyên chất. Làm thế nào để có thể phân biệt được cà phê nguyên chất và không nguyên chất, căn cứ chủ yếu vào các tiêu chí sau.

Trước khi pha

Thành phần chính của hạt cà phê là Cellulo, chính vì vậy khi rang đến một nhiệt độ nhất định, các liên kết Cellulo sẽ bị bẻ gẫy, hình thành các khoảng không, chính vì vậy làm cho hạt cà phê giãn nở, kích thước tăng 1.5 – 2 lần, trọng lượng giảm 30-40%, hạt cà phê trở nên xốp. Vì vậy bạn sẽ dễ dàng phân biệt khi cầm 1kg cà phê nguyên chất và 1 kg cà phê pha trộn, gói cà phê nguyên chất sẽ to hơn và sẽ nhiều hơn.

Khi cảm nhận bột cà phê bằng tay, cà phê nguyên chất sẽ cho ta cảm giác xốp, nhẹ, tơi, khô và rời. Cà phê pha trộn bắp và đậu nành, có cảm giác kết dính, bám chặt vào tay và ẩm, do đặc tính cố hữu của chúng, là những chất có tỉ lệ tinh bột khá cao.

Khi mở bao bì, cà phê nguyên chất sẽ cho hương thơm nhẹ, thoang thoảng khác với cà phê pha trộn, mùi thơm gắt, nồng, đôi khi khá khó chịu.

Trong khi pha

Bột cà phê nguyên chất khi tiếp xúc với nước sôi, sẽ bị giãn nở, do khoang không khí trong bột cà phê giãn nở nhanh, đột ngột làm cho cà phê bị phồng, sủi bọt thậm chí trào mạnh ra ngoài phin, hương thơm nhẹ nhàng, thoáng qua.

Cà phê pha trộn, do chứa nhiều tinh bột nên khi gặp nước sôi sẽ trở nên dẻo, dính và xẹp xuống. Hương cà phê xộc thẳng vào mũi, gắt và mạnh, đôi khi gây khó chịu.

Sau khi pha

Tiêu chí	Cà phê nguyên chất	Cà phê pha trộn
Màu sắc	Nước pha màu nâu cánh gián, trong trẻo, khi đổ vào ly đá, cho màu hổ phách, nhẹ nhàng và đẹp mắt.	Nước pha màu đen, hơi đục và trông đậm đặc.
Mùi	Mùi thơm nhẹ, đặc trưng, quyến rũ, thanh tao và sâu lắng.	Mùi thơm nồng, mạnh, gắt, dai dẳng, gây cảm giác khó chịu nếu ngửi lâu.
Vị	Vị đắng thanh, xen vị chua nhẹ, hậu vị ngọt.	Vị đắng gắt, dai dẳng cảm giác lợn cợn nơi cuống lưỡi.
Bọt	Khi khuấy cà phê, tạo bọt nhỏ, đều dễ bể và mau xẹp.	Khuấy sẽ tạo nhiều bọt, óng ánh, đẹp mắt và lâu tan.

Nguyên tắc bảo quản hàng hóa

Nguyên tắc chung:

- Áp dụng nguyên tắc FIFO (nhập trước xuất trước, nhập sau xuất sau).
- Tuyệt đối không để chung hóa chất, nước tẩy rửa với thực phẩm.
- Tủ hoặc kho phải luôn sạch sẽ và khô thoáng.
- Dán hạn sử dụng trên bao bì thực phẩm.
- Thực phẩm phải được bảo quản trong hộp có nắp đậy.
- Hàng hóa phải được sắp xếp đúng khu vực bảo quản (kho khô, tủ mát hoặc tủ đông).
- Sắp xếp hàng hóa đúng quy định tránh lây nhiễm chéo.
- Nhiệt độ và độ ẩm bảo quản phải đúng quy định.

Bảo quản hàng hóa khô

- Hàng hóa khô bao gồm:

o Thực phẩm: gạo, đường, bột, mì sợi, cà phê...

o Chất tẩy rửa: nước rửa chén, xà bông...

o Hóa chất: cồn, xăng...

- Bảo quản:

o Nhiệt độ phòng 23 – 33^{0}C, độ ẩm 50% - 60%.

o Hóa chất được cất giữ xa khu vực chứa thực phẩm.

o Hóa chất và chất tẩy rửa phải chứa trong thùng hoặc chai chuyên dụng hoặc dán nhãn rõ ràng.

o Khu vực bảo quản mát, sạch sẽ, sắp xếp ngăn nắp, gọn gàng và theo chủng loại.

o Không để thực phẩm dưới sàn nhà kho, thực phẩm phải để cách mặt đất 20cm.

o Kệ bảo quản hàng cách xa tường kho 10cm.

o Thực phẩm phải được để trong thùng, tránh bị ẩm ướt hoặc côn trùng xâm nhập.

Bảo quản thực phẩm trong tủ mát

- Thực phẩm bảo quản trong tủ mát bao gồm:

o Rau củ quả chưa sơ chế và đã sơ chế.

o Các sản phẩm từ trứng và sữa: bơ, sữa, yogurt, phô mát.

o Thịt heo, bò, gà vịt, thủy sản... đã qua sơ chế tẩm ướp.

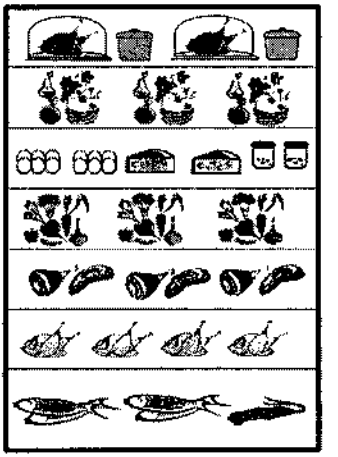
- Bảo quản:

o Nhiệt độ tủ mát dưới 19°C

o Thực phẩm để trong tủ mát phải bảo quản trong hộp sạch sẽ.

o Thực phẩm khác nhau phải được sắp xếp trong những hộp khác nhau.

o Thực phẩm chín đặt bên trên và thực phẩm sống đặt bên dưới, tránh lây nhiễm chéo.



o Luôn dán nhãn trên thực phẩm: tên thực phẩm, hạn sử dụng.

- Thứ tự sắp xếp thực phẩm trong tủ mát:

o Thực phẩm chín

o Trái cây

o Trứng, sữa, thực phẩm từ sữa

o Rau củ quả

o Thịt bò và thịt heo đã tẩm ướp

o Thịt gia cầm: gà, vịt đã tẩm ướp

o Hải sản: cá, tôm, mực đã tẩm ướp

Bảo quản trong tủ đông

- Thực phẩm bảo quản trong tủ đông bao gồm:

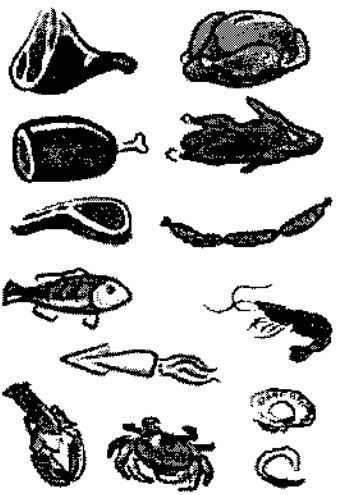
o Thịt gia súc: thịt bò, thịt cừu, thịt heo

o Thịt gia cầm: thịt gà, thịt vịt..

o Hải sản: cá, tôm, mực..

- Bảo quản

o Nhiệt độ tủ đông dưới 0^0C



o Thực phẩm tươi sống, chưa chế biến hoặc chưa tẩm ướp, phải được bảo quản trong tủ đông.

o Thực phẩm phải được đặt trong từng hộp riêng trước khi bảo quản trong tủ đông.

o Nên tách các khối thịt lớn thành nhiều thành phần nhỏ

o Sắp xếp thực phẩm ngăn nắp, gọn gàng, có khe hở để không khí lạnh dễ dàng lưu thông.

o Thực phẩm đông lạnh phải phải được rã đông theo đúng quy trình.

o Không tái trữ đông thực phẩm khi đã rã đông.

Quy trình chế biến đồ ăn và đồ uống

Một số lưu ý

Thực phẩm được nhập về sẽ được sơ chế (nếu là rau củ hoặc thịt cá) và được lưu trữ vào tủ lạnh, tủ mát hoặc kho.

Trước khi pha chế hoặc chế biến, Thực phẩm được lấy ra sơ chế ở khu sơ chế.

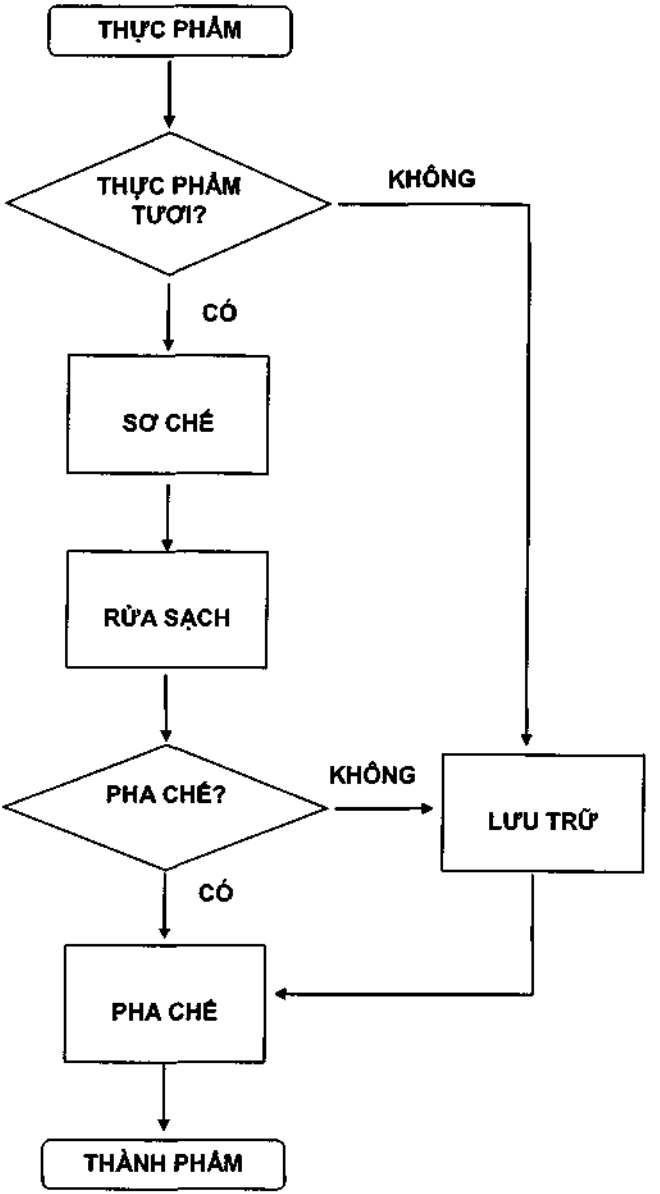
Sau khi sơ chế, thực phẩm sẽ được pha chế hoặc đưa vào các bàn lạnh ở khu nấu để chuẩn bị nấu.

Các món nguội như rau, salad được chế biến ở khu bếp nguội.

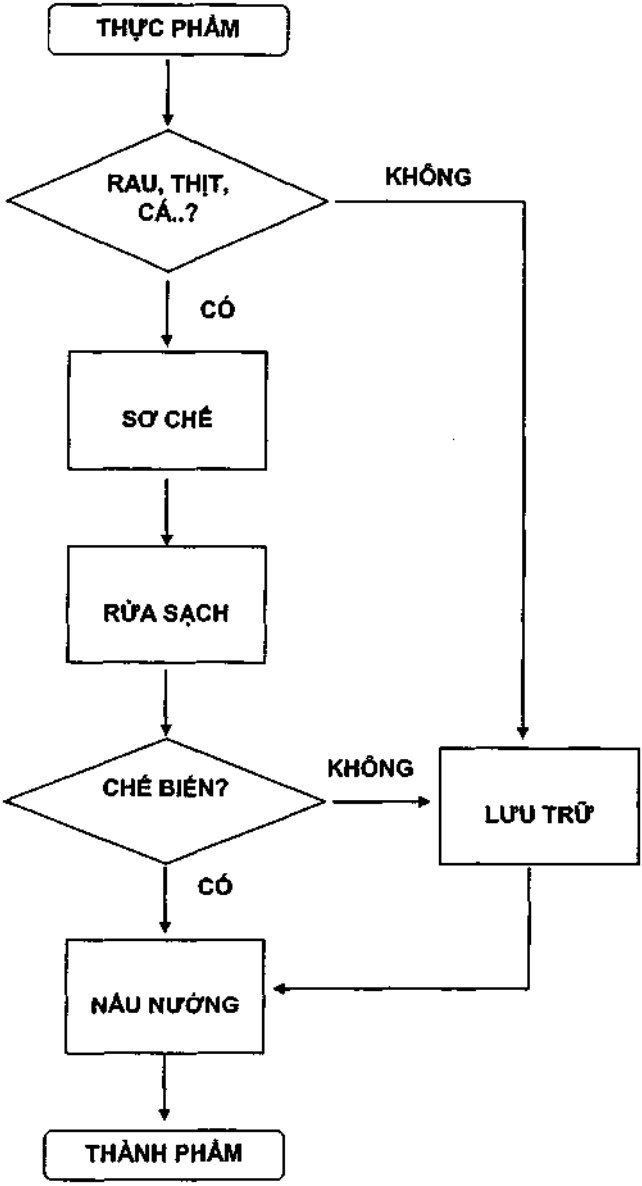
Thực phẩm sau khi pha chế hoặc chế biến xong sẽ được đưa ra ở khu vực phục vụ.

Sau khi phục vụ khách xong, dụng cụ, vật dụng sẽ được đưa vào khu rửa để làm sạch.

Qui trình pha chế đồ uống:



Qui trình chế biến đồ ăn:



Khu vực lưu trữ/bảo quản

Bảo quản và dự trữ thực phẩm bao gồm cả thực phẩm khô và thực phẩm tươi sống, các trang thiết bị gồm có:

- Tủ đông, tủ mát
- Kệ inox 4 tầng để thực phẩm khô: Gạo, gia vị...)

Khu vực sơ chế

Sơ chế thực phẩm sau khi trước khi lưu trữ hoặc trước khi pha chế hoặc chế biến, các thiết bị gồm:

- Thớt trên bàn.
- Bàn chậu rửa.
- Một thùng rác di động dưới gầm chậu đảm bảo gọn gàng vệ sinh.
- Giá inox treo tường.
- Thiết bị xử lý thực phẩm: máy xay thịt, máy cắt thịt...
- Dụng cụ để chứa đựng thực phẩm.

Khu vực pha chế/chế biến

Đây là khu vực để pha chế đồ uống hoặc chế biến món ăn, cần có các trang thiết bị sau:

- Thiết bị giữ nóng thức ăn
- Bàn trong gian inox
- Bếp gas, bếp khè
- Nồi, niêu, soong, chảo
- Hút khói

- Chén, dĩa...
- Máy xay sinh tố
- Máy ép
- Ly, tách, muỗng...

Khu vực rửa dụng cụ

Đây là khu vực làm sạch trang thiết bị, dụng cụ sau khi sơ chế, pha chế và chế biến đồ ăn và đồ uống cũng như dụng cụ: chén, dĩa, ly… sau khi khách hàng sử dụng xong, lưu ý quan trọng: cần tách khu vực rửa công cụ, thiết bị và đồ dùng sống và chín, để tránh việc lây nhiễm chéo. Trang thiết bị dụng cụ trong khu vụ này bao gồm:

- Khay kệ chứa dụng cụ trước và sau khi rửa
- Bồn rửa hoặc chậu rửa
- Dụng củ làm sạch trang thiết bị
- Thùng rác
- Vòi phun nước để làm sạch thức ăn thừa
- Máy rửa chén

CHƯƠNG 5

PHÁP LÝ

Giấy phép kinh doanh (GPKD)

1. Căn cứ pháp lý

Căn cứ Nghị định số 43/2010/NĐ-CP ngày 15/4/2010 của Chính phủ về đăng ký doanh nghiệp;

Căn cứ Thông tư 01/2013/TT-BKHĐT ngày 21 tháng 01 năm 2013 của Bộ kế hoạch đầu tư về việc hướng dẫn về đăng ký doanh nghiệp;

2. Trình tự thực hiện:

a) Đối với cá nhân, hộ kinh doanh cá thể:

- Cá nhân hoặc đại diện hộ gia đình tự lập, hoàn thiện hồ sơ hoặc đến Bộ phận một cửa của UBND cấp huyện để được cung cấp hồ sơ, tư vấn hướng dẫn lập các giấy tờ có trong thành phần hồ sơ, yêu cầu hoặc điều kiện (nếu có yêu cầu).

- Nộp hồ sơ tại Bộ phận một cửa của UBND cấp huyện.

- Nhận phiếu hẹn trả kết quả.

- Nhận kết quả và nộp lệ phí tại Bộ phận một cửa của UBND.

b) Đối với Phòng Tài chính Kế hoạch cấp huyện:

- Tiếp nhận, kiểm tra hồ sơ hợp lệ của cá nhân, đại diện hộ gia đình từ bộ phận một cửa của UBND cấp huyện chuyển đến.

- Trả kết quả giải quyết cho cá nhân hoặc đại diện hộ gia đình về bộ phận một cửa của UBND cấp huyện.

3. Cách thức thực hiện:

Trực tiếp tại trụ sở cơ quan hành chính nhà nước.

4. Thành phần, số lượng hồ sơ:

a) Thành phần hồ sơ bao gồm:

- Giấy đề nghị đăng ký kinh doanh của hộ kinh doanh (theo mẫu).

- Bản sao hợp lệ Giấy chứng minh nhân dân.

- Bản sao hợp lệ chứng chỉ hành nghề của cá nhân hoặc đại diện hộ gia đình(nếu có).

b) Số lượng hồ sơ: 01 bộ

5. Thời hạn giải quyết:

Hồ sơ sẽ được giải quyết trong 05 ngày làm việc kể từ ngày nhận đủ hồ sơ hợp lệ.

6. Đối tượng thực hiện TTHC:

Cá nhân hoặc tổ chức

7. Cơ quan thực hiện TTHC:

a) Cơ quan có thẩm quyền quyết định theo quy định: Phòng Tài chính - Kế hoạch.

b) Cơ quan hoặc người có thẩm quyền được uỷ quyền hoặc phân cấp thực hiện: không.

c) Cơ quan trực tiếp thực hiện TTHC: Phòng Tài chính - Kế hoạch.

d) Cơ quan phối hợp: Bộ phận một cửa của UBND cấp huyện.

8. Kết quả của việc thực hiện TTHC:

Được cấp giấy chứng nhận.

9. Lệ phí:

- Tên: Lệ phí cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

Mức lệ phí: 100.000 đồng/1 lần cấp.

10. Tên mẫu đơn, mẫu tờ khai:

- Giấy đề nghị đăng ký kinh doanh của hộ kinh doanh

11. Yêu cầu, điều kiện thực hiện thủ tục hành chính:

Trường hợp kinh doanh ngành nghề phải có chứng chỉ hành nghề, cá nhân hoặc đại diện hộ gia đình phải có chứng chỉ hành nghề.

Giấy phép xây dựng (GPXD)

Đối với xây dựng sửa chữa:

Được áp dụng cho những quán cà phê hiện đang hoạt động, nhưng muốn xây dựng sữa chữa, nâng cấp quán:

- Hợp đồng thuê nhà
- Hợp đồng nhượng quyền

- Đơn xin sữa chữa
- Hộ khẩu thường trú và CMND của chủ cửa hàng

Đối với xây dựng mới:

Áp dụng đối với những cửa hàng xây dựng mới hoàn toàn, cần chuẩn bị giấy tờ sau:

- Giấy chủ quyền sử dụng đất hoặc hợp đồng thuê mướn nhà đất (thời hạn sử dụng ít nhất từ 3 năm trở lên).
- Bản vẽ thiết kế xây dựng
- Hợp đồng nhượng quyền
- Đơn xin cấp phép xây dựng
- Hộ khẩu thường trú, CMND của cửa hàng

Tất cả những chứng từ trên sẽ nộp tại UBND phường, nơi quán tiến hành hoạt động kinh doanh. Thời gian cấp phép không quá 7 ngày sau khi nộp đầy đủ hồ sơ.

Giấy phép giữ xe

Các bước tiến hành

- Bước 1: Chuẩn bị hồ sơ theo quy định.
- Bước 2: Nộp tại phường và chờ phản hồi, khi đi cần mang theo bản sao GPKD và CMND.
- Bước 3: Sau khi UBND phường sở tại đồng ý cấp giấy phép sử dụng một phần lề đường làm bãi giữ xe, chủ cửa hàng phải đóng tiền thuê cho kho bạc nhà nước.

Thủ tục xin giấy phép giữ xe

- Đơn xin sử dụng lề đường (mua tại phường).

- Bản vẽ vị trí mặt bằng đề nghị cấp giấy phép của cá nhân, tổ chức có nhu cầu sử dụng tạm thời một phần vỉa hè.
- Giấy đăng ký kinh doanh hoặc văn bản của người có thẩm quyền cho phép (photo).

Giấy chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm

Sở Y tế TP.HCM cấp giấy chứng nhận cho các cơ sở được thành phố và trung ương cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh; các nhà hàng, bếp ăn tập thể có qui mô từ 200 người ăn trở lên; các dịch vụ ăn uống từ các khu công nghiệp, siêu thị, chợ, bệnh viện, các khu du lịch do thành phố quản lý, các khách sạn một sao trở lên và các trường học từ THPT trở lên.

UBND quận, huyện cấp giấy chứng nhận cho các cơ sở do quận, huyện cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh; các cửa hàng ăn, các căn-tin, nhà hàng ăn uống, bếp ăn tập thể, khách sạn không thuộc diện thành phố cấp giấy chứng nhận, trường THCS trở xuống, các khu du lịch, chợ và bệnh viện do quận, huyện quản lý.

UBND phường, xã cấp giấy chứng nhận cho các cơ sở không thuộc diện phải *đăng ký kinh doanh* như các hộ gia đình, các quán ăn, quầy bán thực phẩm chế biến sẵn để ăn ngay trong ngày, các chợ, khu du lịch do phường, xã quản lý, các trường tiểu học, mầm non không thuộc diện quản lý của cấp trên...

Trước khi được cấp giấy chứng nhận VSATTP, chủ cơ sở, người trực tiếp tham gia sản xuất, kinh doanh thực phẩm phải được khám sức khỏe, được tập huấn kiến thức về VSATTP, được cơ quan y tế thẩm định điều kiện VSATTP.

Hồ sơ xin cấp giấy chứng nhận gồm:

- Đơn đề nghị cấp giấy chứng nhận (theo mẫu)
- Bản sao công chứng giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh (trừ đối tượng không có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh);
- Bản thuyết minh về cơ sở vật chất, trang thiết bị, dụng cụ bảo đảm điều kiện VSATTP;
- Bản cam kết đảm bảo VSATTP đối với nguyên liệu và sản phẩm thực phẩm (theo mẫu);
- Bản sao công chứng giấy chứng nhận đủ điều kiện sức khỏe;
- Bản sao công chứng giấy chứng nhận đã được tập huấn kiến thức về VSATTP.

Giấy phép phòng cháy chữa cháy (PCCC):

Hồ sơ xin cấp giấy phép phòng cháy chữa cháy

- Bản sao công chứng Đăng ký kinh doanh của công ty
- Sơ đồ mặt bằng Công ty
- Hợp đồng thuê nhà trực tiếp
- Đơn đề nghị cấp "Giấy chứng nhận đủ điều kiện về PCCC" (theo mẫu);
- Bản sao "Giấy chứng nhận thẩm duyệt về PCCC" và văn bản nghiệm thu về PCCC đối với cơ sở xây dựng mới hoặc cải tạo;
- Bản thống kê các phương tiện PCCC, phương tiện thiết bị

cứu người đã trang bị (theo mẫu);

- Quyết định thành lập đội PCCC cơ sở kèm theo danh sách những người đã qua huấn luyện về PCCC;
- Phương án chữa cháy.

Nếu hồ sơ phải do chủ nhà làm thì cần thêm những giấy tờ sau:

- Đơn đề nghị cấp biên bản kiểm tra xác nhận điều kiện về phòng cháy và chữa cháy;
- Bản cam kết phòng cháy chữa cháy;
- CMND photo của chủ nhà;
- Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất (bản sao công chứng);
- Hợp đồng thuê nhà (bản sao);
- Giấy Chứng nhận Đăng ký kinh doanh (bản sao công chứng).

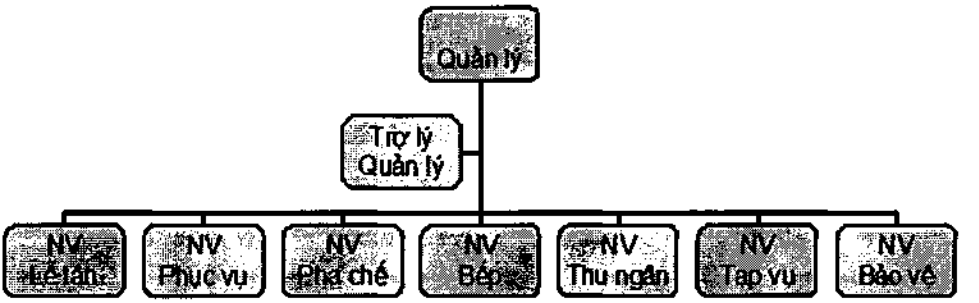
Cơ quan và thời hạn cấp giấy phép

- Cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận hồ sơ và cấp "Giấy chứng nhận đủ điều kiện về PCCC" Phòng Cảnh sát phòng cháy và chữa cháy.
- Trong thời hạn 7 ngày làm việc kể từ khi nhận đủ hồ sơ hợp lệ, Phòng Cảnh sát phòng cháy và chữa cháy có trách nhiệm xem xét cấp "Giấy chứng nhận đủ điều kiện về PCCC".

CHƯƠNG 6

NHÂN SỰ

Mô hình tổ chức nhân sự



Nguyên tắc trong tuyển dụng nhân sự

1. Xây dựng các bản mô tả công việc rõ ràng. Các bản mô tả công việc phải có những nhiệm vụ đặt ra cho từng vị trí, kỹ năng chuyên môn mà ứng viên phải có, cá tính, phẩm chất quan trọng ứng viên cần có để hoàn thành nhiệm vụ và những kinh nghiệm riêng có của một ứng viên so với các ứng viên khác.

2. Soạn ra một mẫu hồ sơ thành công điển hình. Ngoài việc xây dựng các bản mô tả công việc, doanh nghiệp phải soạn ra một mẫu hồ sơ của một nhân viên thành công điển hình cho các vị trí chủ chốt - những vị trí vốn có ý nghĩa quyết định đối

với việc thực hiện các kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp. Chẳng hạn, doanh nghiệp bạn hiện có 20 nhân viên bán hàng. Trong số này, 4 người (20%) có thành tích tốt nhất, 12 có thành tích trung bình, còn lại là không có thành tích gì nổi bật. Nếu số nhân viên có thành tích nổi bật có thể tăng từ 20% lên 33% thì rất có ý nghĩa đối với kết quả hoạt động kinh doanh.

3. Để đạt được mục tiêu nói trên, bạn cần phải lập hồ sơ của tất cả các nhân viên trong phòng kinh doanh để xác định xem những người thuộc hàng "xuất sắc" khác với các nhân viên bình thường ở những điểm nào. Với những thông tin này, bạn có thể xây dựng được một hồ sơ mẫu thành công điển hình để tuyển dụng những người có khả năng thành công cao nhất ở một vị trí nào đó.

4. Phác thảo quảng cáo tuyển dụng, mô tả vị trí cần tuyển dụng và các yêu cầu đặt ra cho ứng viên. Mặc dù trên thực tế có nhiều ứng viên bỏ qua những thông tin này, cứ "tự nhiên" nộp đơn xin việc không cần suy nghĩ, thì việc mô tả công việc và yêu cầu đặt ra cho ứng viên trên quảng cáo tuyển dụng sẽ giúp giảm bớt số hồ sơ xin việc không đặt yêu cầu gửi đến doanh nghiệp.

5. Đăng quảng cáo tuyển dụng trên các phương tiện có khả năng tiếp cận với các ứng viên tiềm năng nhiều nhất. Theo khuynh hướng hiện nay, Internet đang trở thành công cụ mạnh nhất cho các quảng cáo tuyển dụng. Tuy nhiên, quảng cáo trên các bản chuyên ngành và các tờ báo địa phương đôi khi cũng có tác dụng rất tốt.

6. Xây dựng những câu hỏi sơ tuyển qua điện thoại. Việc soạn ra những câu hỏi sơ tuyển qua điện thoại giúp doanh nghiệp nhanh chóng xác định được các ứng viên đạt yêu cầu và loại bỏ những ứng viên không đạt yêu cầu.

7. Xem xét các lý lịch (resume, C.V) của ứng viên và xác định các ứng viên tốt nhất. Số hồ sơ xin việc nhận được đôi khi vượt qua ước tính của doanh nghiệp. Trong quá trình xem xét các hồ sơ này, hãy xác định đâu là những điểm doanh nghiệp cần tìm xét về kinh nghiệm, trình độ học vấn, kỹ năng làm việc. Việc làm này sẽ giúp doanh nghiệp nhanh chóng xác định được các ứng viên tiềm năng.

8. Sơ vấn các ứng viên qua điện thoại. Sau khi đã rút ngắn danh sách những ứng viên tiềm năng thông qua việc xem xét hồ sơ việc làm tiếp theo là bạn nên gọi điện thoại để sơ vấn các ứng viên này nhằm rút ngắn hơn nữa số ứng viên đã đạt yêu cầu qua việc xem xét hồ sơ. Các bảng câu hỏi cần phải nhất quán, kể cả trong giai đoạn này lẫn giai đoạn phỏng vấn trực tiếp, nhằm bảo đảm tính công bằng trong cách đánh giá ứng viên.

9. Chọn ứng viên để đánh giá. Dựa trên các câu trả lời của ứng viên thông qua các cuộc sơ vấn bằng điện thoại, doanh nghiệp có thể chọn ra những ứng viên đạt yêu cầu tốt nhất cho bước tiếp theo của quá trình tuyển dụng.

10. Đánh giá kỹ năng và phẩm chất của các ứng viên tiềm năng thông qua các công cụ đánh giá đã được công nhận. Ở

các bước trên, doanh nghiệp chưa thể hiểu nhiều về ứng viên. Vì vậy, cần phải có một công cụ đánh giá đáng tin cậy nhằm phân tích những điểm mạnh thuộc về tư duy và cách ứng xử của ứng viên. Chẳng hạn, thông qua một bài kiểm tra, doanh nghiệp có thể biết được ứng viên là người cẩn thận hay cẩu thả, hướng nội hay hướng ngoại, dễ chịu hay khó nhượng bộ, cởi mở với các ý tưởng mới hay là người bảo thủ... Thông qua hồ sơ mẫu thành công điển hình, doanh nghiệp có thể xác định những phẩm chất nào là quan trọng đối với một vị trí nào đó. Những bài kiểm tra có thể được thực hiện trực tiếp hoặc thông qua Internet. Kết quả của các bài kiểm tra này sẽ là căn cứ mời các ứng viên đạt yêu cầu tham dự phỏng vấn.

11. Sắp xếp các cuộc hẹn phỏng vấn và thực hiện phỏng vấn. Trong bước này, doanh nghiệp nên dựa trên một bảng câu hỏi gồm từ 10 - 12 câu hỏi thống nhất làm cơ sở để đánh giá các ứng viên.

12. Lựa chọn ứng viên: Việc chọn lựa thường được dựa trên các hồ sơ mẫu của các cá nhân thành công điển hình.

13. Thực hiện kiểm tra quá trình làm việc hoặc học tập trước đây của ứng viên nhằm phát hiện ra những vấn đề mà ứng viên chưa bộc lộ trong các cuộc phỏng vấn và thi tuyển.

14. Gửi thư mời làm việc cho ứng viên. Những thông tin thu thập được trong quá trình phỏng vấn sẽ giúp doanh nghiệp có những cơ sở để xác định mức lương bổng cũng như các chương trình đào tạo cần thiết cho ứng viên được tuyển dụng.

Nguyên tắc phỏng vấn tuyển dụng

1. Trước khi phỏng vấn cần xem xét lại bản mô tả công việc và bản tiêu chuẩn công việc, hồ sơ của ứng viên, các điểm trắc nghiệm, các thông tin về ứng viên, kiểm tra mục đích của từng cuộc phỏng vấn và xác định các câu hỏi cần thực hiên.

2. Xây dựng và duy trì quan hệ tốt với ứng viên bằng cách chào hỏi vui vẻ, bày tỏ sự quan tâm chân thành đến ứng viên để cho ứng viên được tự nhiên. Tôn trọng nhân cách, quyền lợi của người bị phỏng vấn, tránh thái độ ban ơn, "ông chủ". Phỏng vấn viên cần có tính hài hước, khả năng suy đoán, khách quan và không nên có quan điểm thái quá về các vấn đề.

3. Hãy lắng nghe chăm chú, cố gắng hiểu ứng viên nói gì, tránh cãi lý, không bị lôi cuốn vào các câu chuyện phiếm và khuyến khích ứng viên nói nhiều.

4. Quan tâm đến sự thay đổi động thái, cử chỉ, hành động của ứng viên để hiểu được quan điểm, tình cảm của ứng viên. Nên quan sát xem ứng viên có các hành động tiêu biểu gì: kiểu múa tay, kiểu run rẩy, kiểu rung đùi, gãi tai hay có phản ứng hoặc sự thay đổi nào của nét mặt khi đề cập đến các vấn đề phức tạp trong công việc.

5. Trả lời thẳng thắn các câu hỏi của ứng viên, chân thành cung cấp các thông tin cần thiết cho ứng viên. Tuy nhiên, không nên tiết lộ quan điểm riêng của phỏng vấn viên trước khi cần phải tiết lộ và không nên thể hiện sự hài lòng hay khó chịu khi ứng viên trả lời đúng hay sai.

6. Sử dụng các câu hỏi có hiệu quả, tỏ ra bình tĩnh, nhẹ nhàng, nói dễ hiểu rõ ràng, dễ nghe tránh lối nói chữ, không đặt những câu hỏi để ứng viên chỉ trả lời "có" hoặc "không". Phỏng vấn viên nên tỏ ra bình tĩnh, nhẹ nhàng khi đặt câu hỏi, không nên nói quá to, cũng không nên nói quá nhỏ khiến ứng viên lo lắng hoặc không hiểu.

7. Ghi chép cẩn thận trong quá trình phỏng vấn, cần ghi lại những dữ liệu thông tin thực tế, các đánh giá suy luận của phỏng vấn viên. Tuy nhiên nên lưu ý phân biệt để riêng các yếu tố, sự kiện với các suy luận, đánh giá của phỏng vấn viên. Nên có sự so sánh với đánh giá của các phỏng vấn viên khác.

8. Cố gắng tránh các thiên kiến, định kiến về tuổi đời, giới tính, dung mạo của ứng viên.

9. Luôn kiểm soát được nội dung và toàn bộ quá trình phỏng vấn, cho phép ứng viên được đặt câu hỏi để tìm hiểu thêm về doanh nghiệp và công việc. Nhưng phỏng vấn viên cần chủ động được tình huống để đạt được mục đích của phỏng vấn tránh tình trạng để ứng viên nói dông dài về những vấn đề không quan trọng.

10. Tập trung đánh giá những nét chính của ứng viên như khả năng hòa hợp với mọi người, động cơ làm việc, kinh nghiệm thực tế, mức độ hiểu biết công việc. Phỏng vấn viên nên bình tĩnh xem xét kỹ lưỡng các thông tin trước khi ra quyết định. Nên có các chương trình huấn luyện về phỏng vấn định kỳ đối với các quản trị gia thường xuyên thực hiện công tác phỏng vấn.

Một số câu hỏi trong phỏng vấn:

1. Hãy tự giới thiệu về Anh/Chị!

2. Anh/Chị có thể mang đến cho chúng tôi điều gì mà các ứng viên khác không có?

3. Điểm mạnh của Anh/Chị?

4. Anh/Chị đã từng gặt hái thành công chưa?

5. Giới hạn của Anh/Chị?

6. Mức lương mong muốn của Anh/Chị?

7. Anh/Chị có tham vọng gì trong tương lai?

8. Anh/Chị muốn biết điều gì về công ty?

9. Tại sao Anh/Chị nộp đơn vào vị trí này?

10. Năng lực cá nhân nào khiến Anh/Chị nghĩ rằng sẽ đạt được thành công tại đây?

11. Điều gì trong công việc là quan trọng nhất với Anh/Chị?

12. Trong bao lâu thì Anh/Chị có thể đóng góp cho công ty?

13. Là một nhà quản lý, Anh/Chị tìm kiếm điều gì khi tuyển dụng nhân viên?

14. Là một nhà quản lý, Anh/Chị đã từng phải sa thải một nhân viên nào đó chưa?

15. Nếu có, vui lòng kể lại và trình bày hướng giải quyết?

16. Hãy nói cho tôi biết về một mục tiêu trong công việc

vừa qua mà Anh/Chị đã thất bại và nguyên nhân tại sao?

17. Anh/Chị học được điều gì từ những sai lầm của mình?

18. Vì sao Anh/Chị rời bỏ công việc hiện tại?

19. Theo Anh/Chị thế nào là môi trường làm việc lý tưởng?

20. Anh/Chị phải quản lý bao nhiêu nhân viên trong thời gian gần đây?

21. Trong công việc vừa qua, điều gì khiến Anh/Chị thích nhất và ghét nhất?

22. Hãy kể lại một số thành công nổi bật của Anh/Chị trong công việc vừa qua.

23. Tại sao Anh/Chị không tìm một công việc mới sau nhiều tháng?

24. Anh/Chị nghĩ gì về người chủ trước đây?

25. Theo nhận định riêng của Anh/Chị, mức lương thích hợp của vị trí này là bao nhiêu?

26. Nếu được nhận vào vị trí này, Anh/Chị sẽ mang đến cho công ty sự thay đổi gì?

27. Anh/Chị có phản đối không khi chúng tôi tiến hành bài kiểm tra tâm lý?

28. Điều gì tạo động lực cho Anh/Chị nhiều nhất?

29. Nêu lên 01 hay 02 ví dụ thể hiện sự sáng tạo của Anh/Chị?

30. Mục tiêu lâu dài của Anh/Chị?

31. Mối quan hệ của Anh/Chị với các đồng nghiệp, cả cấp trên và cấp dưới?

Bảng biểu trong phỏng vấn nhân sự

PHIẾU PHỎNG VẤN TUYỂN DỤNG

Họ tên ứng viên :	.....	Ngày sinh :	.....
Vị trí dự tuyển :	.....	Thuộc đơn vị :	.....
Trình độ học vấn :	.....	Chuyên ngành:	.....

A. Nội dung phỏng vấn *(nêu các tình huống, câu hỏi phỏng vấn và giải đáp của ứng viên)*

B. Đánh giá và kết luận

Điểm mạnh của ứng viên	Điểm yếu của ứng viên

Khả năng đào tạo và phát triển: Chưa nhận thấy Có tiềm năng

Kết luận: Tuyển thử việc Thỏa thuận tiếp

Không đạt (loại)

Ngày nhận việc: ..... Thời gian thử việc: .....

Lương chính thức: ..... Thử việc = ...% chính thức.

GIÁM ĐỐC

Họ tên: .....

Chức vụ: .....

Ngày ..... / ..... /.....

NGƯỜI PHỎNG VẤN

Họ tên: .....

Chức vụ: .....

Ngày ..... / ..... /.....

Nội qui nhân viên

1. Thời gian làm việc

- Quán hoạt động liên tục trong tuần từ thứ Hai đến Chủ Nhật (kể cả ngày Lễ)

- Nhân viên làm việc theo ca, được sắp xếp nghỉ luân phiên 01 ngày trong tuần.

- Ngày nghỉ lễ sẽ có thông báo cụ theo từng thời điểm.

- Nhân viên có mặt tại vị trí làm việc đúng ca với tác phong và đồng phục chỉnh tề.

- Giờ làm việc của mỗi quán được sắp xếp phù hợp với đặc thù kinh doanh riêng của từng địa phương và khu vực.

- Ca làm việc thông thường gồm:

  - Ca A: 6:30 – 14:30
  - Ca B: 14:30 – 22:30
  - Ca C: 8:00 – 17:00
  - Ca gãy: tùy thuộc tình hình kinh doanh của quán, Quản lý có thể sắp xếp giờ làm việc phù hợp với nguyện vọng của nhân viên sao cho thời gian làm việc đảm bảo không quá 8 tiếng một ngày.

- Quản lý chủ động sắp xếp cho nhân viên trong ca thay phiên ăn cơm và nghỉ ngơi giữa ca làm việc.

2. Những quy định chung trong giờ làm việc

- Toàn thể nhân viên quán phải chấp hành nghiêm chỉnh

ca và thời gian làm việc đã được sắp xếp và phân công và phải xác nhận ngày công bằng việc ký tên vào sổ chấm công hoặc chấm công bằng máy máy chấm công hằng ngày.

- Phải chấp hành sự phân công và điều hành của Quản lý, chấp hành các quy trình làm việc của bộ phận.

- Mặc đồng phục được cấp phải theo chức danh công việc, đồng phục phải luôn giữ sạch sẽ và tươm tất khi đến nơi làm việc.

- Đối với nhân viên nữ, không được trang điểm quá đậm (lòe loẹt) và không đeo nhiều trang sức (chỉ nên đeo nhẫn cưới, hoa tai và dây chuyền nhỏ gọn...).

- Tác phong phải luôn nghiêm túc, tươi cười, niềm nở, tận tâm với khách hàng, không đùa giỡn, nói chuyện và làm việc riêng (sử dụng điện thoại, chơi game, facebook...) trong khi làm việc và phục vụ khách hàng.

- Giao tiếp, phục vụ khách hàng với thái độ tận tình, lịch sự với khách hàng và đồng nghiệp.

- Không ăn uống, hút thuốc, nhai kẹo trong khi phục vụ khách hàng trong giờ làm việc.

3. Vệ sinh và an toàn lao động

- Vệ sinh và sắp xếp các khu vực: trưng bày sản phẩm, quầy pha chế, bếp, khu phục vụ khách hàng, nhà vệ sinh. Đảm bảo quán luôn sạch sẽ và không mùi.

- Định kỳ vệ sinh, dọn dẹp và sắp xếp tổng thể cả quán vào một ngày cố định trong tuần, căn cứ vào tình hình kinh doanh của quán.

- Đảm bảo trang thiết bị, dụng cụ và vật dụng trong quán phải luôn sạch sẽ và trong tình trạng hoạt động tốt.

- Đồng phục luôn sạch sẽ, tươm tất và không mùi hôi.

- Nhân viên phải được tập huấn về vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Nhân viên đảm bảo được tập huấn và hiểu về PCCC.

- Tất cả nhân viên phải được kiểm tra sức khỏe định kỳ (khám sức khỏe thẻ xanh)

4. Bảo quản tài sản và bí mật kinh doanh

Bảo quản tài sản

- Tất cả nhân viên phải có trách nhiệm bảo vệ tài sản, vật dụng và dụng cụ của quán, không tự tiện tháo gỡ, di dời bất kỳ thiết bị, vật tư khi chưa có sự đồng ý của Quản lý.

- Trường hợp chuyển tài sản và xuất hàng hóa ra khỏi quán phải tuân theo quy định của quán, và phải được sự đồng ý của Quản lý và giám sát của bảo vệ.

- Nhân viên không mang túi xách vào khu vực làm việc và phải chịu sự kiểm tra, giám sát của bộ phận bảo vệ hoặc Quản lý khi ra vào Quán.

Bí mật kinh doanh của Quán

- Nhân viên có trách nhiệm giữ bí mật kinh doanh liên quan đến công thức pha chế thức uống, bí quyết chế biến thức ăn, chính sách và chiến lược kinh doanh.

- Không được cung cấp thông tin liên quan đến tình hình kinh doanh quán khi chưa được sự chấp thuận của người chuyên trách.

5. Quy định về kỷ luật lao động và trách nhiệm vật chất

Cảnh cáo và nhắc nhở với những hành vi sau:

- Làm việc riêng: ăn uống trước mặt khác, sử dụng điện thoại, chơi game, đọc báo... trong giờ làm việc

- Không tuân thủ quy định về đồng phục và tác phong.

- Không đảm bảo công việc được giao: về vệ sinh, phục vụ khách hàng...

- Thái độ không lịch sự đối với khách hàng và đồng nghiệp.

- Khạc nhổ bừa bãi.

- Nói chuyện, tranh cãi hoặc làm phiền lòng khách hàng.

- Ngồi hoặc nằm trong tại khu vực phục vụ trong giờ làm việc.

- Đi làm trễ hoặc về sớm.

- Không ký vào bảng ký chấm cộng theo quy định .

Khiển trách bằng văn bản

- Ngủ trong giờ làm việc hoặc tự ý rời vị trí khi còn đang làm việc mà không được sự đồng ý của Quản lý.

- Tự ý ra về không xin phép.

- Không chấp hành sự bố trí, sắp xếp và phân công của Quản lý, có hành vi cự cãi gây mất trật tự trong khu vực làm việc.

- Ngắt hoa, bẻ cành làm hư hỏng cây cối hoặc làm ô nhiễm môi trường, ảnh hưởng đến vệ sinh bộ mặt của quán.

- Không tuân thủ quy định về chế độ kiểm tra và giám sát của bảo vệ khi rời khỏi quán.

- Không tham tập huấn khi được phân công và điều động.

- Cãi nhau với đồng nghiệp trong giờ làm việc ảnh hưởng đến công việc và khách hàng.

- Nghỉ không xin phép.

- Đã bị khiển trách và nhắc nhở.

Gia hạn tăng lương không quá 06 tháng hoặc chuyển làm công việc khác có mức lương thấp hơn trong thời hạn tối đa là 06 tháng hoặc cách chức trong trường hợp:

- Cố ý xé bỏ thông báo hoặc văn bản có liên quan đến quán.

- Chưa được phép nhưng tự ý thao tác hoặc thay đổi quy định làm việc.

- Lơ là trong công việc hoặc thiếu giám sát, thiếu tinh thần trách nhiệm gây ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm, dịch vụ và uy tín thương hiệu.

- Lãng phí nguyên vật liệu quá mức quy định, gây tổn thất cho quán.

- Ký chấm công thay người khác.

- Có hành vi tổ chức đánh bạc trong quán.

- Có những hành vi phá hoại tài sản, danh tiếng và thương hiệu có chủ đích.

- Không phục tùng sự sắp xếp công việc hợp lý, có hành vi chống đối hoặc có hành vi làm nhục và hành hung đồng nghiệp cũng như Quản lý.

- Đã bị khiển trách bằng văn bản và tái phạm trong thời gian 3 tháng kể từ ngày bị khiển trách.

Sa thải trong trường hợp:

- Đánh nhau trong giờ làm việc vì bất cứ nguyên nhân nào gây hậu quả nghiêm trọng.

- Có hành vi trộm cắp tài sản của đồng nghiệp hoặc quán hay gây thiệt hại về vật chất nghiêm trọng.

- Cố ý thao tác sai, gây hư hỏng máy móc hoặc làm tổn thất nghiêm trọng tài sản của quán.

- Có hành vi gian trá, tham ô, làm giả chứng từ văn bản, gây tổn thất nghiêm trọng đến tài sản nhân viên quán.

- Có hành vi sử dụng bạo lực, dọa nạt và tống tiền gây hậu quả nghiêm trong quán.

- Nghỉ làm 05 ngày/tháng hoặc 20 ngày/năm mà không có lý do chính đáng.

- Người lao động bị xử lý kỷ luật kéo dài trong thời hạn nâng lương không quá 06 tháng hoặc chuyển làm công việc có mức lương thấp hơn trong thời hạn tối đa là 06 tháng hoặc cách chức mà tái phạm trong thời gian chưa xóa kỷ luật.

- Bị khiển trách bằng văn bản 3 lần.

Biện pháp chế tài kèm theo sa thải trong trường hợp:

Đối với những trường hợp gây thiệt hại đến tài sản (có giá trị từ 1 triệu đến 5 triệu) và lợi ích của quán. Nhân viên vi phạm những điều sau đây có trách nhiệm bồi thường và sa thải:

- Chiếm tài sản của quán khi chưa có sự đồng ý của Quản lý, lấy tài sản của người khác trong phạm vi làm việc của quán.

- Có hành vi lừa đảo khách hàng hoặc nhân viên của quán với mục đích chiếm đoạt tài sản.

- Nhận hối lộ người xin việc với mục đích để bạt bổ nhiệm và tuyển dụng .

- Lợi dụng chức vụ để cố tình nâng giá hoặc giảm giá sản phẩm của Công ty mà không thông qua ý kiến của cấp Quản lý trực tiếp

Đình chỉ công việc

Khi nhân viên vi phạm có tình tiết phức tạp và nghiêm trọng nhưng lại cố ý gây khó khăn cho quá trình điều tra (thời gian đình chỉ không quá 15 ngày)

Các quy định khác.

- Có hành vi bao che cấp dưới sẽ bị xử lý cùng mức độ như người được bao che.

- Nếu vi phạm đến mức kỷ luật "sa thải", Quản lý lập biên bản và xử lý theo quy định.

- Quán nghiêm cấm cán bộ Quản lý áp dụng các hình thức xử phạt như sau:

- Phạt tiền, hoặc tự ý giữ lại hoặc khấu trừ tiền lương của nhân viên.

- Xúc phạm danh dự bằng lời nói, dọa nạt hoặc hăm dọa.

• Xâm phạm thân thể nhân viên bằng hành động đánh hoặc tấn công.

Khen thưởng

Định kỳ hàng tháng tổ chức họp nhân viên vào cuối tháng, bình chọn nhân viên xuất sắc trong tháng thông qua các quy định của quán:

- Có phẩm chất đạo đức tốt, khả năng vượt trội, chấp hành tốt nội quy, thực hiện đúng theo yêu cầu của cấp Quản lý, xứng đáng làm gương cho người khác

- Có phẩm chất đạo đức tốt, có tài năng vượt trội, chăm chỉ và sáng tạo trong công việc và được thể hiện trong việc làm cụ thể.

- Giúp quán giải quyết những khó khăn, nghiêm trọng khi xảy ra những sự cố đặc biệt.

- Phát hiện những việc làm của người lao động có mục đích mưu lợi cá nhân và bất chính đã được thẩm tra đúng sự thật.

- Hoàn thành xuất sắc công việc được giao, sắp xếp công việc, năng động sáng tạo, đạt hiệu quả vượt trội.

- Tiết kiệm nguyên vật liệu và chi phí của quán, bảo quản tài sản quán bằng những việc làm cụ thể.

6. Hiệu lực thi hành

- Nội quy lao động là cơ sở để điều hành kinh doanh, khen thưởng người có thành tích trong việc, chấp hành tốt nội quy

lao động và xử lý các trường hợp vi phạm quy định về kỷ luật lao động của quán.

- Bản nội quy này được phổ biến đến từng nhân viên, mọi người có trách nhiệm tuân thủ và thực hiện nghiêm chỉnh nội quy lao động, đấu tranh ngăn chặn mọi hành vi gây thiệt hại đến kinh doanh, an ninh trật tự của quán.

CHƯƠNG 7

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Dụng cụ

Quán: ABC

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Tháng ...../2014

Stt	Khu vực	Nhóm	Diễn giải	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1	Bar	dụng cụ	Bình châm trà đá	Cái		
2	Bar	dụng cụ	Bình hoa	Cái		
3	Bar	dụng cụ	Ca đánh sữa (600ml)	Cái		
4	Bar	dụng cụ	Cân 2kg	Cái		
5	Bar	dụng cụ	Đồ khui nước ngọt	Cái		
6	Bar	dụng cụ	Đồ khui sữa đặc	Cái		
7	Bar	dụng cụ	Đồ xúc đá	Cái		
8	Bar	dụng cụ	Giá để dao	Cái		
9	Bar	dụng cụ	Hộp để bã cà phê	Cái		
10	Bar	dụng cụ	Hũ để cà phê	Cái		

(Xem chi tiết trong phụ lục 6)

Hóa chất

Quán: ABC

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Tháng ...../2014

Stt	Khu vực	Nhóm	Diễn giải	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1	Bếp	hóa chất	Bột giặt	Cái		
2	Bar	hóa chất	Hóa chất rửa chén	Chai		
3	Bar	hóa chất	Nước rửa chén	Chai		
4	vệ sinh	hóa chất	Bột giặt	Kg		
5	vệ sinh	hóa chất	Chai xịt phòng	Chai		
6	vệ sinh	hóa chất	Dung dịch rửa kính	Chai		
7	vệ sinh	hóa chất	Dung dịch tẩy rửa	Lít		
8	vệ sinh	hóa chất	Nước tẩy	Chai		
9	vệ sinh	hóa chất	Vim toilet	Chai		
10	vệ sinh	hóa chất	Xà phòng rửa ly	Lít		

(Xem chi tiết trong phụ lục 7)

Thiết bị

Quán: ABC

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Tháng ...../2014

Stt	Khu vực	Nhóm	Diễn giải	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1	Bar	Thiết bị	Bình đun siêu tốc	Cái		
2	Bar	Thiết bị	Bình thủy	Cái		
3	Bar	Thiết bị	Máy ép trái cây	Cái		
4	Bar	Thiết bị	Máy pha cà phê	Cái		
5	Bar	Thiết bị	Máy quạt	Cái		
6	Bar	Thiết bị	Máy vắt cam	Cái		
7	Bar	Thiết bị	Máy xay cà phê	Cái		
8	Bar	Thiết bị	Máy xay sinh tố	Cái		
9	Bar	Thiết bị	Tủ mát	Cái		
10	Bếp	Thiết bị	Bếp gas gia đình	Cái		

(Xem chi tiết trong phụ lục 8)

Thực phẩm

Quán: ABC

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Tháng ...../2014

Stt	Khu vực	Nhóm	Diễn giải	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1	Bar	thực phẩm	Đường gói	Gói		
2	Bar	thực phẩm	Đường	Kg		
3	Bar	thực phẩm	Sữa đặc	Hộp		
4	Bar	thực phẩm	Sữa tươi	Hộp		
5	Bar	thực phẩm	Nước suối	Chai		

6	Bar	thực phẩm	Kem	Kg		
7	Bar	thực phẩm	Kem tươi	Chai		
8	Bar	thực phẩm	Trái cây	Kg		
9	Bar	thực phẩm	Trà khô	Kg		
10	Bar	thực phẩm	Trà Lipton	Hộp		
11	Bar	thực phẩm	Muối	Kg		
12	Bar	thực phẩm	Cà phê	Kg		

(Xem chi tiết trong phụ lục 9)

Vật dụng

Quán: ABC

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Tháng ...../2014

Stt	Khu vực	Nhóm	Diễn giải	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1	Bar	Vật dụng	Bảng hiệu	Cái		
2	Bar	Vật dụng	Bao tay cao su	Bộ		
3	bar	Vật dụng	Bao xốp để ly	Cái		
4	Bar	Vật dụng	Bình trà	Cái		
5	Bar	Vật dụng	Bình trà đá	Cái		
6	Bar	Vật dụng	Bộ tách đĩa Cappuccino 210ml	Bộ		
7	Bar	Vật dụng	Bộ tách đĩa trà nóng 200ml	Bộ		
8	Bar	Vật dụng	Cây khuấy	Cây		
9	Bar	Vật dụng	Cây rửa ly	Cái		
10	Bar	Vật dụng	Đồ chùi rửa ly	Cái		

(Xem chi tiết trong phụ lục 10)

Phần 3:
KIỂM SOÁT

CHƯƠNG 1

DOANH THU

1. Doanh thu dự toán(DTDT)

Doanh thu dự toán (DTDT): là doanh thu được dự toán tại thời điểm cùng kỳ trong tương lai

Mục đích: tính toán DTDT để có kế hoạch chuẩn bị chu đáo và chính xác về nhân sự, hàng hóa...để chủ động trong công việc kinh doanh

Phương pháp tính

DTDT = DT tháng trước x (1 + Xu hướng + Tác động)

Trong đó:

$$\text{Xu hướng} = \frac{\text{DT tháng sau - DT tháng trước}}{\text{DT tháng trước}} \text{ X } 100\%$$

Ví dụ 1:

Doanh thu Quán A có doanh thu như sau, hãy DTDT tháng 6/2014?

Diễn giải	Năm	Tháng 5	Tháng 6
Doanh thu	2013	300,000,000	250,000,000
Doanh thu	2014	350,000,000	?

Trong đó:

Tháng 5 và tháng 6/2013: hoạt động bình thường

Tháng 6/2014: sự kiện world cup, doanh thu tăng 20%

Doanh thu dự toán tháng 6/2014 là bao nhiêu?

Cách giải:

$$\textbf{Xu hướng năm 2013} = \frac{250.000.000 - 300.000.000}{300.000.000} \text{ X } 100\% = -17\%$$

Tác động = 20%

DTDT 6 2014 = 350,000,000 X (1-0.17 + 0.2) = 360,500,000 đồng

Ví dụ 2:

Doanh thu Quán B có doanh thu như sau, hãy DTDT tháng 6/2014?

Diễn giải	Năm	Tháng 5	Tháng 6
Doanh thu	2013	100,000,000	150,000,000
Doanh thu	2014	175,000,000	?

Trong đó:

Tháng 5 và tháng 6/2013: hoạt động bình thường

Tháng 6/2014: kinh tế khó khăn, doanh thu giảm 10%

Doanh thu dự toán tháng 6/2014 là bao nhiêu?

Cách giải:

$$\textbf{Xu hướng năm 2013} = \frac{150.000.000 - 100.000.000}{150.000.000} \text{ X } 100\% = 33\%$$

Tác động = -10%

DTDT 6 2014 = 175,000,000 X (1-0.33 + 0.1) = 99,750,000 đồng

2. Doanh thu tuần (DTt) và Doanh thu ngày (DTn)

Phương pháp tính

$$DTt = \frac{\text{DT Tháng}}{\text{Số ngày trong tháng}} \times 7$$

DTn = DTt X % DTn

$$\%DTn = \frac{\text{DTn Trung bình}}{DTt} \times 100\%$$

Ví dụ 1: Doanh thu quán C tháng 5/2014: 122,551,084 đồng, chi tiết bảng dưới:

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4	Tuần 5
Thứ 2		3,500,000	3,700,000	3,800,000	2,800,000
Thứ 3	4,500,000	3,605,000	3,811,000	3,914,000	2,884,000
Thứ 4	4,635,000	3,713,150	3,925,330	4,031,420	2,970,520
Thứ 5	4,774,050	3,824,545	4,043,090	4,152,363	3,059,636
Thứ 6	4,917,272	3,939,281	4,164,383	4,276,933	3,151,425
Thứ 7	5,064,790	4,057,459	4,289,314	4,405,241	3,245,967
Chủ nhật	5,216,733	4,179,183			

Dự toán doanh thu tháng 6/2014: 150,000,000 đồng, tháng 6/2014 có 30 ngày.

Hãy tính:

- DTt của tháng 5/2014
- DTn trung bình các ngày trong tháng 5/2014
- % các ngày trong tháng 5/2014
- DTt của tháng 6/2014
- DTn của tháng 6/2014

Cách giải:

- **DTt của tháng 5/2014**

$$DTt = \frac{\text{DT tháng}}{\text{Số ngày trong tháng}} \times 7 = \frac{122.551.084}{31} \times 7 = 27.672.825 \text{ đ}$$

- **DTn trung bình các ngày trong tháng 5/2014**

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4	Tuần 5	DTn trung bình
Thứ 2		3.500.000	3.700.000	3.800.000	2.800.000	3.450.000
Thứ 3	4.500.000	3.605.000	3.811.000	3.914.000	2.884.000	2.842.800
Thứ 4	4.635.000	3.713.150	3.925.330	4.031.420	2.970.520	2.928.084
Thứ	4.774.050	3.824.545	4.043.090	4.152.363	3.059.636	3.015.927
Thứ 6	4.917.272	3.939.281	4.164.383	4.276.933	3.151.425	3.106.404
Thứ 7	5.064.790	4.057.459	4.289.314	4.405.741	3.254.967	3.199.596
Chủ nhật	5.216.733	4.179.183				2.089.592

- **% các ngày trong tháng 5/2014**

$$\%DTn = \frac{\text{DTn Trung bình}}{\text{DTt}} \times 100\%$$

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4	Tuần 5	DTn trung bình	% DTn
Thứ 2		3.500.000	3.700.000	3.800.000	2.800.000	3.450.000	12.5
Thứ 3	4.500.000	3.605.000	3.811.000	3.914.000	2.884.000	3.742.800	13.5
Thứ 4	4.635.000	3.713.150	3.925.330	4.031.420	2.970.520	3.855.084	13.9
Thứ	4.774.050	3.824.545	4.043.090	4.152.363	3.059.636	3.970.737	14.3
Thứ 6	4.917.272	3.939.281	4.164.383	4.276.933	3.151.425	4.089.859	14.8
Thứ 7	5.064.790	4.057.459	4.289.314	4.405.741	3.254.967	4.212.554	15.2
Chủ nhật	5.216.733	4.179.183				4.697.958	17.0

- **DTt của tháng 6/2014**

$$\text{DTt } 6/2014 = \frac{\text{DTn trung bình}}{\text{DTt}} \times 7 = \frac{150.000.000}{30} \times 7 = 35.000.000 \text{ đồng}$$

- **Tn của tháng 6/2014**

[illegible]	% DTn	DTn trung bình
Thứ 2	12.5	**4,363,486.50**
Thứ 3	13.5	**4,733,813.70**
Thứ 4	13.9	**4,875,828.11**
Thứ 5	14.3	**5,022,102.95**
Thứ 6	14.8	**5,172,766.04**
Thứ 7	15.2	**5,327,949.02**
Chủ nhật	17.0	**5,941,877.42**

CHƯƠNG 2

HÀNG HÓA

Hàng hóa dự toán (HHDT)

Hàng hóa dự toán (HHDT): là hàng hóa được dự toán căn cứ theo doanh thu dự toán tại thời điểm cùng kỳ trong tương lai.

Mục đích:

Chủ động đặt hàng chính xác, tránh tình trạng đặt hàng thiếu hoặc quá dư, đảm bảo hiệu quả trong kinh doanh.

Phương pháp tính

$$\text{HHDT} = \frac{\text{GPM x DTDT}}{1.000.000}$$

$$\text{GPM} = \frac{\text{Hàng hóa đã sử dụng}}{\text{DT đã đạt được}} \text{ x } 1.000.000$$

HHDT: hàng hóa dự toán

GPM: Goods Per Million – số lượng hàng hóa đã sử dụng để tạo ra 1.000.000 đồng doanh thu

Ví dụ minh họa:

Quán A có dữ liệu như sau:

Tháng 6/2014, doanh thu 150,000,000 đồng, số lượng hàng hóa đã sử dụng, chi tiết:

Danh mục	Cà phê	Sữa đặc	Dâu	Cam	Chanh	Cơm chiên	Bò lúc lắc
Đvt	kg	hộp	kg	kg	kg	phần	phần
Số lượng	10	10	9	25	18	150	100

Tháng 7/2014, dự toán doanh thu 170,000,000 đồng, tháng 7 có 31 ngày, %DTn bảng chi tiết.

Thứ	Thứ 2	Thứ 3	Thứ 4	Thứ 5	Thứ 6	Thứ 7	Chủ nhật
Đvt	%	%	%	%	%	%	%
Số lượng	10	12	13	12	14	20	19

Hãy tính:

- DTt tháng 7/2014?
- DTn của tháng 7/2014?
- GPM hàng hóa đã sử dụng tháng 6/2014?
- HHDT tháng 7/2014 cho tất cả các mặt hàng vào các ngày trong tuần?

<u>Cách giải 1</u>

DTt tháng 7/2014?

$$DTt = \frac{\text{DT tháng}}{\text{Số ngày trong tháng}} \times 7 = \frac{170.000.000}{31} \times 7 = 38.387.097 \text{ đ}$$

DTn của tháng 7/2014?

Thứ	Thứ 2	Thứ 3	Thứ 4	Thứ 5	Thứ 6	Thứ 7	Chủ nhật
Đvt	%	%	%	%	%	%	%
Số lượng	10	12	13	12	14	20	19
DTn						7.677.419	7.293.548

GPM hàng hóa đã sử dụng tháng 6/2014?

$$\text{GPM 6/2014} = \frac{\text{Hàng hóa đã sử dụng}}{\text{DT đã đạt được}} \text{ X } 1.000.000$$

Danh mục	Cà phê	Sữa đặc	Dâu	Cam	Chanh	Cơm chiên	Bò lúc lắc
Đvt	kg	hộp	kg	kg	kg	phần	phần
Số lượng	10	10	9	25	18	150	100
GPM T6/2014	0.07	0.07	0.06	0.17	0.12	1.00	0.67

HHDT tháng 7/2014 cho tất cả các mặt hàng vào các ngày trong tuần?

	% DTn	DTn	Cà phê	Sữa đặc	Dâu	Cam	Chanh	Cơm chiên	Bò lúc lắc
			Kg	Kg	Kg	Kg	Kg	Phần	Phần
Thứ 2	10.0	3.838.710	0.26	0.26	0.23	0.64	0.46	3.84	2.56
Thứ 3	12.0	4.606.452	0.31	0.31	0.28	0.77	0.55	4.61	3.07
Thứ 4	13.0	4.990.323	0.33	0.33	0.30	0.83	0.60	4.99	3.33
Thứ 5	12.0	4.606.452	0.31	0.31	0.28	0.77	0.55	4.61	3.07
Thứ 6	14.0	5.374.194	0.36	0.36	0.32	0.90	0.64	5.37	3.58
Thứ 7	20.0	7.677.419	0.51	0.51	0.46	1.28	0.92	7.68	5.12
Chủ nhật	19.0	7.293.548	0.49	0.49	0.44	1.22	0.88	7.29	4.86
			2.56	**2.56**	**2.30**	**6.40**	**4.61**	**38.39**	**25.59**

Cách giải 2

$$\text{GPM 6/2014} = \frac{\text{Hàng hóa đã sử dụng}}{\text{DT đã đạt được}} \text{ X } 1.000.000$$

Hàng hóa	Đvt	Số lượng	GPM 6/2014
Cà phê	kg	10	0.07
Sữa đặc	hộp	10	0.07
Dâu	kg	9	0.06
Cam	kg	25	0.17
Chanh	kg	18	0.12
Cơm chiên	phần	150	1.00
Bò lúc lắc	phần	100	0.67

HHDT tháng 7/2014 cho tất cả các mặt hàng?

$$\text{HHDT} = \frac{\text{GPM x DTDT}}{1.000.000}$$

Hàng hóa	Đvt	Số lượng	GPM 6/2014	HHDT 7/2014
Cà phê	kg	10	0.07	11.33
Sữa đặc	hộp	10	0.07	11.33
Dâu	kg	9	0.06	10.20
Cam	kg	25	0.17	28.33
Chanh	kg	18	0.12	20.40
Cơm chiên	phần	150	1.00	170.00
Bò lúc lắc	phần	100	0.67	113.33

HHDT tháng 7/2014 cho tất cả các mặt hàng các ngày trong tuần?

$$\text{HHDT các mặt hàng 7/2014} = \frac{\text{HHDT 7/2014}}{31} \text{ x } 7 \text{ x } \frac{\text{\%DTn}}{100}$$

Hàng hóa	Đvt	Số lượng	GPM 6/2014	HHDT 7/2014	Thứ 2	Thứ 3	Thứ 4	Thứ 5	Thứ 6	Thứ 7	Chủ nhật
					10	12	13	12	14	20	19
Cà phê	kg	10	0.07	11.33	0.26	0.31	0.33	0.31	0.36	0.51	0.49
Sữa đặc	hộp	10	0.07	11.33	0.26	0.31	0.33	0.31	0.36	0.51	0.49
Dâu	kg	9	0.06	10.20	0.23	0.28	0.30	0.28	0.32	0.46	0.44
Cam	kg	25.	0.17	28.33	0.64	0.77	0.83	0.77	0.90	1.28	1.22
Chanh	kg	18	0.12	20.40	0.46	0.55	0.60	0.55	0.64	0.92	0.88
Cơm chiên	phần	150	1.00	170.00	3.84	4.61	4.99	4.61	5.37	7.68	7.29
Bò lúc lắc	phần	100	0.67	113.33	2.56	3.07	3.33	3.07	3.58	5.12	4.86

CHƯƠNG 3

NHÂN SỰ

Giờ công dự toán (GCDT)

Giờ công dự toán (GCDT): là giờ công được dự toán căn cứ theo doanh thu dự toán tại thời điểm cùng kỳ trong tương lai.

Mục đích:

Chủ động đặt sắp xếp bố trí nhân sự tránh tình trạng sắp xếp nhân viên thiếu hoặc quá dư, đảm bảo hiệu quả trong kinh doanh.

Phương pháp tính

$$\text{GCDT} = \frac{\text{DTDT x \%COL}}{\text{Lương trung bình giờ công}}$$

$$\text{Lương trung bình} = \frac{\text{Tổng quỹ lương}}{\text{Tổng giờ công}}$$

GCDT: giờ công dự toán

DTDT: doanh thu dự toán

%COL: %cost of labor – % chi phí nhân công

Ví dụ:

Quán A có các dữ liệu sau

DTDT tháng 7/2014: 175,000,000 đồng, tháng 7 có 31 ngày

%COL: 15%

Lương trung bình: 10,000 đồng/giờ

Thứ	Thứ 2	Thứ 3	Thứ 4	Thứ 5	Thứ 6	Thứ 7	Chủ nhật
Đvt	%	%	%	%	%	%	%
%DTn	10	12	13	12	14	20	19

Hãy tính:

- DTt tháng 7/2014
- Tổng giờ công sử dụng mỗi ngày
- Dự toán giờ công tháng 7

Cách giải:

DTt tháng 7/2014

$$DTt = \frac{\text{DT tháng}}{\text{Số ngày trong tháng}} X\ 7 = \frac{175.000.000}{31} X\ 7 = 39.516.129$$

Giờ công sử dụng mỗi ngày

	% DTn (%)	DTn (đồng)	GCDT ngày (giờ)
Thứ 2	10.0	3,951,613	59.27
Thứ 3	12.0	4,741,935	71.13
Thứ 4	13.0	5,137,097	77.06
Thứ 5	12.0	4,741,935	71.13
Thứ 6	14.0	5,532,258	82.98
Thứ 7	20.0	7,903,226	118.55
Chủ nhật	19.0	7,508,065	112.62
Tổng cộng giờ công tuần			592.74

Dự toán giờ công tháng 7

$$GCDT = \frac{\text{DTDT x \%COL}}{\text{Lương trung bình giờ công}} = \frac{175.000.000 \text{ x } \%15}{10.000} = 2.625 \text{ giờ}$$

Định biên nhân sự (**tham khảo**)

Vị trí	Số lượng khách mỗi giờ					
	10	25	50	75	100	150
Lễ tân	0	0	1	1	2	2
Phục vụ	1	2	4	5	7	10
Nhân viên tiếp thực	0	1	1	2	2	3
Pha chế	1	1	2	2	3	4
Bếp	1	1	2	2	3	4
Tạp vụ	1	1	1	2	2	2
Thu ngân	1	1	1	2	2	2

Họp nhân viên

Họp nhân viên được tiến hành hàng ngày, trước mỗi ca làm việc, cuộc họp được tiến hành ngắn, khoảng 5 đến 10 phút, nội dung ngắn gọn.

Mục đích:

- Thông tin, phổ biến tình hình hoạt động của quán,
- Phân chia khu vực làm việc,
- Phổ biến chỉ tiêu doanh thu theo ngày, theo từng bộ phận và khu vực...
- Giới thiệu món mới, các chương trình khuyến mãi trong ngày
- Chào bán các sản phẩm

Hướng dẫn bố trí và sắp xếp lịch làm việc

Quán: ABC

LỊCH LÀM VIỆC

Tháng 07/2014

Stt	Họ và tên	Vị trí	Loại HĐ	Tháng 7																																
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	Nguyễn Văn A	Quản lý	FT	off	B	B	B	B	B	off	C	C	C	C	C	C	off	B	B	B	B	B	B	off	C	C	C	C	C	C	off	B	B	B
2	Nguyễn Văn A	Tổ trưởng	FT	C	off	C	C	C	C	B	off	B	B	B	B	B	C	off	C	C	C	C	C	B	off	B	B	B	B	B	C	off	C	C
3	Nguyễn Văn A	Phục vụ	FT	off	B	B	B	B	B	off	C	C	C	C	C	C	off	B	B	B	B	B	B	off	C	C	C	C	C	C	off	B	B	B
4	Nguyễn Văn A	Phục vụ	FT	C	off	C	C	C	C	B	off	B	B	B	B	B	C	off	C	C	C	C	C	B	off	B	B	B	B	B	C	off	C	C
5	Nguyễn Văn A	Phục vụ	FT	B	B	off	B	B	B	C	C	off	C	C	C	C	B	B	off	B	B	B	B	C	C	off	C	C	C	C	B	B	off	B
6	Nguyễn Văn A	Phục vụ	FT	C	C	C	off	C	C	B	B	B	off	B	B	B	C	C	C	off	C	C	C	B	B	B	off	B	B	B	C	C	C	off
7	Nguyễn Văn A	Phục vụ	FT	off	A	A	A	A	A	A	A	A	A	off	A	A	A	A	A	A	off	A	A	A	A	A	A	off	A	A	off	A	A	A
8	Nguyễn Văn A	Pha chế	FT	B	off	B	B	B	B	off	C	C	C	C	C	C	off	B	B	B	B	B	B	off	C	C	C	C	C	C	off	B	B	B
9	Nguyễn Văn A	Pha chế	FT	off	C	C	C	C	C	B	off	B	B	B	B	B	C	off	C	C	C	C	C	B	off	B	B	B	B	B	C	off	C	C
10	Nguyễn Văn A	Thu ngân	FT	B	B	off	B	B	B	C	C	off	C	C	C	C	B	B	off	B	B	B	B	C	C	off	C	C	C	C	B	B	off	B
11	Nguyễn Văn A	Thu ngân	FT	C	C	C	off	C	C	B	B	B	off	B	B	B	C	C	C	off	C	C	C	B	B	B	off	B	B	B	C	C	C	off
12	Nguyễn Văn A	Bếp	FT	A	A	off	A	A	A	off	A	A	A	A	A	A	off	A	A	A	A	A	A	off	A	A	A	A	A	A	off	A	A	A
13	Nguyễn Văn A	Tạp vụ	FT	B	off	B	B	B	B	B	B	B	off	B	B	B	B	B	B	off	B	B	B	B	B	B	off	B	B	B	B	B	off	B

Ghi chú ca làm việc

A: 08:00-16:00
B: 06:30-14:30
C: 14:30-22:30
D: 10:00-18:00

Ghi chú ngày nghỉ

Off Ngày nghỉ hàng tuần
NL Nghỉ lễ, nghỉ tết
P Nghỉ phép

CHƯƠNG 4

THỨC UỐNG CÀ PHÊ THÔNG DỤNG

CÀ PHÊ VIỆT NAM

CÀ PHÊ ĐEN NÓNG

Thành phần:

- Cà phê bột 25gr
- Nước sôi 70ml
- Đường cát 7gr

Dụng cụ:

- Bộ phin pha cà phê
- Tách sứ

Pha chế:

- Ủ nóng tách bằng nước sôi
- Cho bột cà phê vào phin
- Lắc đều và san phẳng
- Đặt tim gài
- Rót 20ml nước sôi (ủ cà phê trong 30 giây)
- Rót 50ml sôi

- Kiểm tra dòng chảy và điều chỉnh tim gài
- Thưởng thức cà phê sau 5-7 phút

Trang trí:

- Phục vụ cà phê trong tách và phin cà phê

CÀ PHÊ ĐEN ĐÁ

Thành phần:

- Cà phê bột 25gr
- Nước sôi 70ml
- Đường cát 7gr
- Đá viên 170gr

Dụng cụ:

- Bộ phin pha cà phê
- Tách sứ
- Ly highball

Pha chế:

- Các bước pha cà phê tương tự pha cà phê nóng
- Sau 5-7 phút, cà phê chảy xong, cho đường khuấy đều
- Đổ cà phê vào ly đá và thưởng thức (hoặc cho cà phê, đường khuấy tan và đá vào shaker, lắc đều
- Rót ra ly và thưởng thức

Trang trí:

- Phục vụ với tách, phin cà phê và ly đá

CÀ PHÊ SỮA NÓNG

Thành phần:

- Cà phê bột 25gr
- Nước sôi 70ml
- Sữa đặc 30ml

Dụng cụ:

- Bộ phin pha cà phê
- Tách sứ

Pha chế:

- Ủ nóng tách bằng nước sôi
- Cho bột cà phê vào phin
- Lắc đều và san phẳng
- Đặt tim gài
- Rót 20ml nước sôi (ủ cà phê trong 30 giây)
- Rót 50ml sôi
- Kiểm tra dòng chảy và điều chỉnh tim gài
- Thưởng thức cà phê sau 5-7 phút với sữa

Trang trí:

- Phục vụ cà phê trong tách và phin cà phê

CÀ PHÊ SỮA ĐÁ

Thành phần:

- Cà phê bột 25gr
- Nước sôi 70ml
- Sữa đặc 30ml
- Đá viên 170gr

Dụng cụ:

- Bộ phin pha cà phê
- Tách sứ
- Ly highball

Pha chế:

- Thưởng thức cà phê sau 5-7 phút

Trang trí:

- Phục vụ với tách, phin cà phê và ly đá

CÀ PHÊ KIỂU Ý

ESPRESSO

Thành phần:

- Cà phê bột 9gr
- Đường cát 4gr

Dụng cụ:

- Bộ tách sứ (90ml)
- Muỗng ngắn

Pha chế:

- Ủ nóng tách
- Cà phê xay theo đúng tiêu chuẩn
- Cho cà phê vào bộ lọc
- Chiết xuất cà phê
- Tách cà phê Espresso đạt chuẩn: Dung tích cà phê 28 ±

2ml, thời gian chiết xuất từ 26 đến 30 giây, lớp cream màu vàng óng và mịn

Trang trí:

- Phục vụ trong tách sứ

CAPPUCCINO

Thành phần:

- Cà phê bột 9gr
- Đường cát 4gr
- Sữa tươi 150ml

Dụng cụ:

- Bộ tách sứ (210ml)
- Muỗng ngắn
- Ca đánh sữa nhỏ 350ml

Pha chế:

- Ủ nóng tách
- Chiết xuất cà phê
- Dung tích cà phê Espresso 28 ± 2ml, thời gian chiết xuất 26-30 giây, lớp cream màu vàng óng và mịn.
- Sữa tươi đánh nóng, sữa đạt yêu cầu sau khi đánh đảm bảo: bọt sữa mịn, nhiệt độ sữa 65-70^{0}C.
- Rót sữa vào ly, tạo hình, tách Cappuccino tiêu chuẩn: 1/3 espresso, 1/3 sữa tươi và 1/3 bọt sữa.

Trang trí:

- Phục vụ trong tách sứ

LATTE

Thành phần:

- Cà phê bột 9gr
- Đường cát 4gr
- Sữa tươi 240ml

Dụng cụ:

- Bộ tách sứ (240ml)
- Muỗng ngắn
- Ca đánh sữa 600ml

Pha chế:

- Ủ nóng tách
- Chiết xuất cà phê, dung tích cà phê Espresso 28 ± 2ml, thời gian chiết xuất 26-30 giây, lớp cream màu vàng óng và mịn.
- Sữa tươi đánh nóng, sữa đạt yêu cầu sau khi đánh đảm bảo: bọt sữa mịn, nhiệt độ 65-70^{0}C.
- Rót sữa vào ly, tạo hình, tách Latte tiêu chuẩn: ¼ espresso, 2/4 sữa tươi và 1/4 bọt sữa.

Trang trí:

- Phục vụ trong tách sứ

LATTE MACHIATTO

Thành phần:

- Cà phê bột 9gr
- Đường cát 4gr
- Sữa tươi 240ml

Dụng cụ:

- Bộ ly thủy tinh (240ml)
- Muỗng ngắn
- Ca đánh sữa 600ml

Pha chế:

- Ủ nóng tách
- Sữa tươi đánh nóng, sữa đạt yêu cầu sau khi đánh đảm bảo: bọt sữa mịn, nhiệt độ 65-70^{0}C.
- Rót sữa vào ly, sao cho lượng sữa 1/3, bọt sữa 1/3 ly.
- Chiết xuất cà phê, dung tích cà phê Espresso 28 ± 2 ml, thời gian chiết xuất 26-30 giây, lớp cream màu vàng óng và mịn.
- Nhẹ nhàng rót cà phê vào ly sao cho tách 3 tầng.

Trang trí:

- Dùng cà phê để vẽ trang trí

CHƯƠNG 5

CÁC CHƯƠNG TRÌNH MARKETING

Theo nhiều nhà nghiên cứu, nhà phân tích thống kê rằng: "80% quyết định mua hàng hoặc sử dụng dịch vụ đều bị ảnh hưởng bởi sự truyền miệng. Quảng cáo thông qua hình thức truyền miệng là một phương tiện quảng cáo tuyệt vời vì nó không tốn quá nhiều chi phí, và nó đáng tin cậy, vì vậy hiệu quả nó mang lại rất lớn. Một số hình thức marketing dễ thực hiện, chi phí thấp nhưng mang lại hiệu quả cao trong việc phục vụ và chăm sóc khách hàng.

Chăm sóc khách hàng cũ

Theo nhiều nghiên cứu thì để tìm kiếm khách hàng mới và khiến họ chi tiêu giống khách hàng cũ, chúng ta phải chi phí gấp năm lần việc duy trì khách hàng cũ. Vì vậy nhiều doanh nghiệp đã luôn quan tâm và thực hiện triệt để việc chăm sóc và tối đa hóa phục vụ khách hàng cũ. Họ luôn tìm mọi cách để quan tâm và chăm sóc khách hàng cũ, một số phương pháp đơn giản để bạn có thể quan tâm đến khách hàng cũ của bạn.

Gửi thư, email, nhắn tin hoặc điện thoại nhắc nhở

Đây thật là một ý tưởng đơn giản và tuyệt vời, với sự phát

triển của khoa học và kỹ thuật, việc gởi thư, email, tin nhắn,... nhắc nhở trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết.

Tôi từng mua xe tại một cửa hàng, và định kỳ hàng tháng, tôi đều nhận được tin nhắn về thông tin bảo dưỡng và bảo hành xe, thời gian nên mang xe đi bảo hành, tình trạng hoạt động của xe, hướng dẫn sử dụng xe...Tôi cảm thấy rất thoải mái, không phải quá lo lắng vì sẽ mình đã đến kỳ bảo hành chưa, hoặc không phải mất thời gian để mở sổ kiểm về lịch bảo dưỡng xe, và một điều chắc chắn tôi luôn nhớ đến cửa hàng bán xe này vì sự tận tình và chăm sóc khách hàng.

Vì vậy bạn đừng chần chừ, hãy chủ động gởi thư, email, tin nhắn hoặc điện thoại... với nội dung ngắn gọn, súc tích, mang lại giá trị hữu dụng và thực tế cho khách hàng, bạn sẽ không ngờ với kết quả và nó mang lại.

Hãy giữ liên lạc với khách hàng

Tại sao bạn lại phải giữ liên lạc với khách hàng, có 2 lý do:

- Khách hàng sẽ luôn có ấn tượng tốt vì sự quan tâm mà bạn đã dành cho họ, họ chắc chắn sẽ kể cho người thân và bạn bè của họ.
- Trong quá trình giữ liên lạc với khách hàng, bạn sẽ có nhiều cơ hội trong việc phục vụ khách hàng với những sản phẩm và dịch vụ của mình thông qua sự tận tâm của mình.

Ngay bây giờ, bạn hãy lưu giữ lại những thông tin của khách hàng như: họ, tên, địa chỉ, số điện thoại, ngày tháng năm

sinh, nơi ở, sở thích, thói quen, sản phẩm hoặc dịch vụ thường sử dụng... và hãy luôn cập nhật và duy trì việc giữ liên lạc với khách hàng như một công việc hàng ngày.

Hãy ghi nhớ những ngày quan trọng của khách hàng

Khách hàng sẽ không thể quên bạn hoặc quay lưng lại với bạn khi bạn quan tâm khách hàng bằng việc nhớ những ngày quan trọng của họ như sinh nhật hoặc kỷ niệm. Đây sẽ luôn là cơ hội đặc biệt để bạn có thể gởi cho họ những dòng chữ chúc mừng và cảm ơn sự ủng hộ của khách hàng.

Không chỉ ghi nhớ những ngày kỷ niệm của khách hàng, bạn cũng có thể gởi một tấm thiệp tri ân những khách hàng đã sử dụng sản phẩm và dịch vụ của quán bạn trong nhiều tháng qua. Hãy tự tay bạn viết những lời chúc mừng, có như thế những tấm thiệp mới thể hiện trọn vẹn thành ý và sự quan tâm của bạn đối với khách hàng.

Hãy ghi nhớ và tri ân khách hàng, đó chính là sự khác biệt và điểm nhấn mà khách hàng sẽ ấn tượng và nhớ đến bạn.

Đề nghị khách hàng giới thiệu người quen

Việc khách hàng giới thiệu người quen sử dụng sản phẩm và dịch vụ của bạn có hiệu quả tốt hơn nhiều so với việc bạn quảng cáo trên các phương tiện truyền thông. Khách hàng mới dễ dàng chấp nhận sản phẩm hoặc sử dụng dịch vụ mà không cần đắn đo và suy nghĩ nhiều.

Một số chủ quán ăn đã áp dụng phương pháp này rất hiệu quả, họ sẽ chiết khấu trực tiếp hoặc tặng những phần quà giá

trị khi những khách hàng giới thiệu hoặc dẫn người quen đến quán để sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ tại quán. Đây cũng là một phương pháp dễ thực hiện và mang lại những khách hàng mới cho quán ngay.

Hãy chủ động và đừng e dè khi sử dụng phương pháp này, nhiều khách hàng luôn sẵn lòng giúp bạn vì họ cảm thấy bạn xem trọng họ.

Hãy luôn cảm ơn khách hàng

Cảm ơn luôn mang lại hiệu quả trong công việc cũng như trong các mối quan hệ. Tuy nhiên không phải mọi người đều ý thức được điều đó, có nhiều chủ quán cũng chỉ nghĩ rằng một lời cảm ơn khi khách ra về là đủ, nhưng nếu bạn có thể viết cho khách hàng một lá thư cảm ơn sau bữa tiệc hoặc sau khi khách hàng sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ tại quán của bạn thì điều đó sẽ làm khách hàng luôn ấn tượng và ghi nhớ.

Có nhiều hình thức để thể hiện sự cảm ơn khách hàng: một lời cảm ơn, một tấm thiệp, một món quà, một thẻ quà tặng, một tặng phẩm... với những lời cảm ơn chân thành, một sự tri ân từ trong đáy lòng.

Hãy gởi những lời cảm ơn đến tất cả mọi khách hàng của bạn, vì sự quan tâm và ủng hộ của khách hàng chính là nền tảng của sự phát triển của sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn.

Chương trình khách hàng thân thiết

Chương trình áp dụng cho khách hàng thường xuyên sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ tại quán của bạn. Bạn có thể thực

hiện chương trình thông qua việc tích lũy điểm căn cứ theo số tiền mà khách hàng đã sử dụng tại quán bạn hoặc tần suất khách sử dụng sản phẩm và dịch vụ tại quán.

Để thực hiện việc này, bạn cần có chương trình khách hàng thân thiết cụ thể về:

- Số tiền khách sẽ sử dụng
- Số điểm tích lũy yêu cầu
- Thời gian tích lũy điểm,
- Quyền lợi của khách hàng
- Các loại thẻ khách hàng thân thiết
- Phiếu tích lũy điểm
- Thẻ khách hàng thân thiết

Thực hiện nghiêm túc chương trình này, mang lại sự chuyên nghiệp và tận tâm đối với khách hàng. Khách hàng sẽ gắn bó và luôn cảm thấy hài lòng vì sự quan tâm và được đánh giá cao cũng như đối xử với họ như nhân vật quan trọng.

Quảng cáo trên báo thông qua những bài viết về món ăn trên báo

Ngày nay với sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông, quảng cáo luôn tràn ngập trên các tờ báo và các phương tiện truyền thông, khách hàng dường như bị bội thực. Mặt khác khách hàng có quá nhiều mối bận tâm, dường như họ chẳng có đủ thời gian để đọc tất cả mọi thứ, vì thế khách hàng luôn có xu hướng bỏ qua những thông tin trên các trang quảng cáo.

Khách hàng lại luôn quan tâm đến những thông tin:

- Tin giật gân
- Vụ scandal
- Bài viết hay
- Câu chuyện hấp dẫn
- Chỉ dẫn về địa điểm ăn uống ngon
- Tìm hiểu những món ăn ngon, lạ và độc đáo
- Không gian đẹp và lạ
- Mô hình dịch vụ mới...

Vậy bạn hãy tận dụng những điểm mạnh của bạn về không gian quán, thức uống, thức ăn ngon, sự phục vụ chuyên nghiệp... để có thể đăng các bài viết trên các tạp chí ẩm thực, du lịch...thông tin trong bài viết của bạn có thể là:

- Món ăn hoặc sự kiện đó là gì?
- Nó liên quan đến ai?
- Nó có ý nghĩa gì?
- Thưởng thức và trải nghiệm như thế nào?
- Nó thể hiện giá trị ra sao?
- Địa điểm tốt nhất để trải nghiệm là ở đâu?

Chương trình hoàn tiền 100%

Khách hàng sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ nếu cảm thấy không hài lòng về chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ sẽ được hoàn tiền. Sử dụng chương trình này, doanh nghiệp đã ngầm đảm bảo cho khách hàng về chất lượng của sản phẩm và dịch vụ, khách hàng hoàn toàn cảm thấy yên tâm khi sử dụng.

Nhiều doanh nghiệp hoặc quán không dám thực hiện điều này vì họ sợ khách hàng đòi tiền lại hoặc không thanh toán tiền cho sản phẩm hoặc dịch vụ. Tuy nhiên, theo một nghiên cứu cho thấy, tỉ lệ khách hàng trả hàng hoặc phàn nàn về dịch vụ là rất nhỏ, trường hợp những khách hàng phàn nàn, thông thường sẽ luôn trở thành khách hàng thân thiết nếu bạn nhanh chóng, nhã nhặn và niềm nở giải quyết những khiếu nại và phàn nàn của khách hàng.

Một số chương trình đã được thực hiện:

- Thức ăn không ngon, Quý khách không phải thanh toán
- Sản phẩm không đạt chất lượng, Quý khách sẽ được hoàn tiền
- Hoàn học phí nếu học viên không tìm được việc làm
- Nhân viên không niềm nở, Quý khách sẽ được tặng phiếu ăn miễn phí…

Quảng cáo bằng tờ rơi

Nhiều người cho rằng việc phát tờ rơi tại các trung tâm thương mại, hay tại các ngã tư…là một phương pháp sơ đẳng, hạ thấp giá trị của doanh nghiệp và chẳng mang lại chút doanh thu nào. Tuy nhiên, phương pháp này nếu được thực hiện đúng sẽ mang lại cho bạn một lượng khách hàng hàng đáng kể.

Tờ rơi của bạn phải thiết kế ra sao? Tờ rơi cần thật đơn giản, súc tích, ngắn gọn và được thiết kế đẹp mắt, có tiêu đề hấp dẫn. Nội dung có thể là chương trình khuyến mãi giảm giá sốc, chương trình đặc biệt cuối tuần, hoặc khuyến khích khách

hàng đến quán với tờ rơi quảng cáo để nhận được những ưu đãi giá trị.

Những tờ rơi của bạn sẽ phát huy tác dụng nếu bạn thực sự chăm chút và có sự đầu tư nghiêm túc.

Tham gia hội chợ thương mại về ẩm thực và du lịch

Hội chợ thương mại là một trong những cơ hội để bạn có thể giới thiệu doanh nghiệp bạn với khách hàng. Để đạt được mục tiêu về doanh thu và khách hàng, bạn cần thực sự nỗ lực thể hiện:

- Gian hàng ấn tượng và đẹp mắt
- Nhân viên chuyên nghiệp trong việc tư vấn và phục vụ khách hàng
- Thức ăn ngon và đặc biệt
- Có nhiều chương trình đặc sắc và thu hút
- Nhiều sản phẩm khuyến mãi
- Quà tặng cho khách hàng ghé thăm
- Phiếu quà tặng khi ghé quán

Bảng khảo sát ý kiến khách hàng (Biểu mẫu)

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 11)

Phần 3:
KIỂM SOÁT

CHƯƠNG 1

KIỂM SOÁT THẤT THOÁT

Theo thống kê của ngành kinh doanh ăn uống:

- 25% số nhân viên luôn lấy trộm dù có hay không có quản lý.
- 25% nhân viên không lấy trộm dù có hay không có quản lý.
- 50% nhân viên sẽ ăn trộm khi có điều kiện.

Vậy, bạn sẽ phải đối mặt với 25% hay 75% số nhân viên ăn trộm là tuỳ theo trình độ quản lý của bạn.

Bộ phận Thu ngân

1. Tranh thủ không có chủ hoặc Quản lý, nhân viên phục vụ nước uống, thức ăn rồi thu tiền mà không ghi sổ, các nhân viên thường cất tiền trong thùng tiền tip, túi của họ hay để trong két tiền.

2. Giả bộ ra ngoài giấu tiền và báo rằng khách ra về mà không thanh toán.

3. Ghi sổ ít: tính tiền với khách giá thực tính, ghi vào sổ tiền ít hơn để bỏ túi phần chênh lệch.

4. Hủy bán: nhân viên thu ngân huỷ hoá đơn hoặc một số mặt hàng trong hoá đơn và giữ phần tiền thu được này.

5. Tính tiền quá giá bán: nhân viên thu ngân thu tiền quá giá bán, rồi sau đó ghi lại trên hoá đơn "tính tiền nhầm" để đảo lộn một số hoá đơn thật.

6. Chi tiền linh tinh giả tạo: những khoản lấy từ tiền bán hàng để chi tiền như: bia, thực phẩm, thay bóng đèn, tiền điện, tiền nước và các khoản khác.

7. Tráo chỗ số tiền tip và tiền phải trả trên hoá đơn để tăng thêm khoản tiền tip và giảm đi số tiền khách hàng phải trả cho nhà hàng (trường hợp này xảy ra trong những nhà hàng tính tiền tip trên hoá đơn, hay cho nhân viên hưởng phần trăm trong tiền phục vụ).

8. Nhân viên thu ngân lấy tiền bằng cách hủy hay sửa sổ sách.

9. Nhận sec giả hoặc tiền giả của người quen.

10. Ăn cắp sec của khách, thế vào tiền doanh thu để lấy trộm tiền mặt.

11. Tính tiền cho khách đúng giá trong thực đơn, nhưng ghi sổ theo giá có chiết khấu đối với trẻ em hay khách danh dự.

12. Thối thiếu tiền cho khách (Ví dụ, thối lại 40.000 thay vì phải thối lại 60.000).

13. Thay đổi số tiền trên mẩu giấy thẻ tín dụng.

14. Quét thẻ tín dụng hai lần.

Bộ phận Bar

1. Nhân viên pha chế không ghi sổ.

2. Trả lại nước uống: nhân viên pha chế báo cáo khách trả lại thức uống nhưng thật ra đã bán rồi.

3. Cho nên nếu không có sự kiểm soát của chủ, nhân viên pha chế có thể cho bạn bè uống miễn phí. Nếu có một cuộc kiểm kê chai rượu được tiến hành, nhân viên pha chế có thể đổ thêm nước vào chai rượu bị thiếu.

4. Tính tiền ít đi và báo cho khách để nhận tiền tip nhiều hơn.

5. Cho thêm rượu ngon vào và báo cho khách biết để nhận tiền tip nhiều hơn.

6. Đánh lừa người quản lý khi báo số lượng thức uống đã bán trong một thùng. (nói chung, việc kiểm soát lượng thức uống trong thùng còn lỏng lẻo do mức độ tiêu hao và khó kiểm kê số lượng bằng tay).

7. Nhân viên pha chế mang rượu, hoặc thực phẩm vào quán và bán cho khách và bỏ túi riêng.

8. Có sự thông đồng giữa nhân viên pha chế và nhân viên phục vụ để qua mặt hệ thống kiểm kê tra chéo, trong quá trình phục vụ bàn, nhân viên sẽ vào số liệu nước uống và nhân viên pha chế sẽ lấy nước uống dựa trên hệ thống chứng từ. Hai hệ thống cung cấp tổng số độc lập có thể đối chiếu được. Tuy vậy, khi có sự thông đồng, nhân viên sẽ không vào số liệu nước uống mà khách đặt nhưng nhân viên pha chế vẫn có thể pha rượu và lấy tiền được.

9. Nhân viên pha chế trao đổi thức uống với đầu bếp để lấy thức ăn và thức uống miễn phí.

10. Tiền lại quả (tiền hoa hồng) nhà phân phối nước uống cung cấp tiền hoa hồng. (Tiền hoa hồng có thể khó bị phát hiện). Ví dụ, nếu nhà phân phối chào bán cho nhân viên pha chế 10 chai vodka với giá của 9 chai, nhân viên pha chế sẽ nhận được tiền của 1 chai gọi là tiền hoa hồng. Nhà phân phối sẽ tính với nhà hàng 10 chai, giao hàng và thu tiền 10 chai.

11. Các phiếu tặng cocktail hay rượu bị người giúp việc ăn cắp và bán cho bartender, bartender sẽ đưa lại phiếu này để chứng minh việc kiểm kê mất mát. Ví dụ người phục vụ rượu mua một coupon giá 5$ và bán lại chai rượu cho khách với giá 25$, thu lời ròng 20$.

12. Thức uống cấp cho nhân viên nhưng không uống mà lại bán lại cho khách hàng. Ví dụ, quán có 40 nhân viên mỗi người được uống 1 ly vào cuối mỗi ca. Nếu chỉ có 15 người uống, nhân viên pha chế có thể bán phần thừa 25 ly và bỏ túi phần này.

13. Nhà bếp yêu cầu thức uống dùng cho nhà bếp (như rượu brandy, wine, vermouth, sherry hoặc các loại dùng cho nấu ăn khác) nhưng lại uống thay vì nấu ăn.

14. Hệ thống bia tươi không có khoá sẽ bị lấy trộm ngay trong giờ nghỉ hoặc giờ đóng cửa.

15. Nhân viên pha chế làm động tác "huỷ hóa đơn" sau khi đã lấy bớt tiền.

16. Tính tiền bằng giấy tay và ghi sổ ít hơn biên lai thu tiền

17. Ăn cắp các chai rượu.

18. Nếu tồn tại song song việc bán rượu theo ly và nguyên

chai, các chai mất đi sẽ được báo là đang bán theo ly.

19. Dùng lại các hóa đơn cũ.

20. Tính nhầm tiền thức uống vào tiền phục vụ (nhân viên sẽ được % trên tiền phục vụ).

21. Tính nhầm tiền thức ăn bán trong quầy qua tiền bán thức uống nhằm làm sai lệch và thiếu chính xác.

22. Rót thiếu: nhân viên pha chế cố ý rót ít hơn định lượng để lấy rượu bán. Bằng cách sử dụng shot đong sai dung tích

23. Tính tiền khách theo giá thông thường nhưng ghi sổ theo giá của khung giờ khuyến mãi. Nhiều nhân viên pha chế che màn hình máy thu ngân bằng các khung tranh ảnh để khách hàng không thấy số lần ghi sổ.

24. Tính tiền khách đối với các món ăn khai vị hay ăn nhẹ do nhà hàng tặng thêm.

25. Bỏ qua hầu hết các loại rượu mạnh khi pha cocktaid trái cây (Đặc biệt nếu khách hơi say).

26. Pha thêm rượu dở sau khi khách uống vài ly rồi tính tiền khách loại đắt tiền.

27. Tính tiền khách nhiều ly hơn số ly khách đã uống.

28. Bán lại rượu thừa. (Nếu khách bỏ lại rượu đắt tiền, nhân viên pha chế có thể giữ lại sau quầy và bán lại cho khách kế tiếp).

29. Lấy tiền thối lại để trên quầy. (Một số nhân viên làm ướt bìa tính tiền của mình và đặt tiền thối của khách vào bìa tính tiền, tiền thối sẽ dính vào).

30. Cộng chung rượu của hai khách, tính tiền cả hai khách và (nếu bị phát hiện) nói rằng đã có sự nhầm lẫn.

Bộ phận phục vụ

1. Người phục vụ tính tiền trực tiếp với khách mà không đưa hoá đơn và bỏ túi số tiền này.

2. Dùng lại hoá đơn cũ cho những hoá đơn tương tự và không ghi sổ.

3. Thông đồng giữa người phục vụ và đầu bếp: người phục vụ không ghi lại đơn hàng vào sổ nhưng đầu bếp vẫn đưa món ăn.

4. Phục vụ báo cáo món ăn bị trả lại trong khi thực ra đã được phục vụ và thanh toán.

5. Nếu không có phương pháp quản lý các món ăn đem đi giao thì có khả năng bị mất. Tại các nhà hàng đem giao hàng cho khách, nhân viên phục vụ sẽ không ghi lại việc mua bán này, hoặc ghi trong sổ nhưng chưa thanh toán trong nhiều ngày và bỏ túi số tiền thu được.

6. Nhân viên phục vụ báo cáo các chai rượu đã bán bị bể hoặc bị trả lại. Ví dụ: bán được 2 chai nhưng báo cáo là bán được 1 chai, làm bể 1 chai và chấp nhận đền tiền 1 chai (giá rẻ).

7. Nhân viên ăn cắp và dùng những phiếu khuyến mãi để lấy tiền mặt của nhà hàng. (Ví dụ: họ có thể lấy coupon mua 1 tặng 1 và đính vào hoá đơn của khách trong khi khách phải trả tiền mặt và lấy số tiền mặt đó).

8. Nhân viên phục vụ thêm các món phụ vào hóa đơn của khách. Họ có thể thêm vào sà lách, món khai vị, món tráng miệng hay rượu vang và ghi lại bằng tay các mục này trên phiếu tính tiền. Bồi bàn thu đủ tiền nhưng chỉ đưa lại số tiền trong hoá đơn. Điều này thường xảy ra đối với các hóa đơn lộn xộn khó hiểu và không rõ ràng.

9. Tính tiền cao hơn thực tế đối với những tiệc đông người (Ví dụ: tính cho khách là 105 chai bia trong khi chỉ phục vụ có 70 chai).

10. Tính tiền nhiều hơn giá bán trong thực đơn, thu tiền của khách nhiều hơn tiền thực trả, lấy phần chênh lệch. Sau khi khách ra về thì ghi sổ theo số tiền đúng hoặc làm lại hóa đơn khác.

Bộ phận Bếp

1. Ăn cắp món ăn hay rượu (các tủ cấp đông hay kho rượu là những chỗ đặc biệt dễ mất). Đôi khi nhân viên báo rằng kiểm kê thiếu đã trả lại người bán hoặc bị hư hỏng.

2. Làm dư định lượng thức ăn để có thể mang về nhà những phần thừa, phần vụn của thức ăn.

3. Gói thức ăn và vứt nó trong hộp sau quầy hoặc chỗ đựng rác để lấy ra sau.

4. Bếp trưởng đòi nhà cung cấp hàng phải cho tiền hoặc quà, làm tăng giá hoặc giảm chất lượng hàng cung cấp. Thông thường, bếp trưởng lấy một khoản phần trăm và chấp nhận hàng kém phẩm chất. Hoặc chấp nhận cân thiếu (Ví dụ, hàng

sẽ được cân khi nhận. Tuy nhiên, nếu người nhận hàng không mở thùng hàng thường xuyên người bán có thể để hàng kém chất lượng vào thùng).

5. Chiêu đãi bạn bè ăn miễn phí.

6. Bếp trưởng mua các mặt hàng riêng không có trong hoá đơn cho nhân viên và cá nhân ăn.

7. Nhân viên bán hàng cho các khách hàng đem ở ngoài vào thay vì của nhà hàng.

8. Bếp trưởng đưa các hóa đơn giả làm người quản lý không thể tính được các thông số tài chính.

9. Thông đồng giữa người nhận hàng và người giao hàng để bớt xén số lượng. Trong nhiều trường hợp đã ghi nhận, 50% số lượng hàng bán được giao bị cắt xén và bán bớt ra chợ.

Bộ phận kế toán

1. Kế toán viên ăn cắp tiền và sửa đổi sổ sách, báo cáo, hoặc ghi sổ đó là " tiền khách thiếu".

2. Kế toán viên ăn cắp tiền và báo cáo tiền mất do viết nhầm sec, sec giả, thẻ tín dụng không thanh toán được.

3. Kế toán viên viết sec và thu tiền cho mình nhưng báo cáo là trả tiền thuế hay trả cho một chi phí thường xảy ra.

4. Kế toán viên hoặc quản lý viên tạo ra thêm một số nhà cung cấp ảo.

5. Kế toán viên gửi tiền vào ngân hàng trong một thời gian dài và hưởng tiền lãi.

6. Khi đi gửi tiền vào ngân hàng, kế toán viên thêm vào 1 dòng " trừ bớt tiền" vào phiếu gửi và lấy tiền mặt tại ngân hàng. Khi bị phát hiện, kế toán viên giải thích là tiền đếm sai, bị thiếu.

7. Nhân viên ma: Quản lý thêm các nhân viên ma vào bảng lương và lấy số tiền đó.

8. Người Quản Lý thêm vào một số giờ không có thật của nhân viên và lấy khoản chênh lệch này.

9. Nhân viên khai cao số giờ làm việc. (ví dụ, nhân viên làm ca trưa về nhà vài giờ và trở lại làm ca chiều, nhưng không báo cáo khi rời vị trí làm việc).

Bộ phận khác

1. Sử dụng điện thoại quán với mục đích cá nhân

2. Lấy phần tiền do bán đồ phế thải (cố tình dùng nhiều dầu mỡ để chiên, dùng nhiều thực phẩm, nên có nhiều đồ phế thải).

3. Ăn cắp linh tinh như: đồ bạc, ly, khăn trải bàn, khăn ăn, vv..., các vật dụng của quán bar như: bột giặt, khăn lau, khăn lót, dụng cụ pha chế rượu.

4. Giả làm kẻ trộm vào nhà hàng trong những giờ đóng cửa và ăn cắp bất cứ thứ gì có thể lấy được, đặc biệt là đồ cổ hay đồ giả cổ của nhà hàng (như tranh hay tượng).

5. Ăn cắp thuốc lá dùng để bán trong quán.

CHƯƠNG 2

NHÂN SỰ

Bảng chấm công và Bảng lương nhân viên

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 12 và 13)

Quán: ABC

Bảng chấm công

Tháng 07/2014

| STT | Mã NV | Họ và tên | Chức vụ | Ký hiệu công | Tháng 7 | | |

CHƯƠNG 3

HÀNG HÓA

Bảng báo cáo xuất nhập tồn Bar và Bếp
(Xem chi tiết trong phần phụ lục 14 và 15)

Quán ABC

BÁO CÁO XUẤT NHẬP TỒN

Bộ phận: Bar

Ngày:.../...../ 2014

Stt	Tên Mặt Hàng	Đvt	Tồn Đầu	Ca 1				Ca 2				Ghi chú
				Nhập	Xuất	Hủy	Tồn C1	Nhập	Xuất	Hủy	Tồn cuối	
1	Cà phê	Kg									-	
2	Nước suối Vĩnh Hảo	Chai									-	
3	Khăn lạnh	Cái									-	
4	Thuốc lá Carven A Filter	Gói									-	
5	Thuốc lá 555 FK-Round Corner	Gói									-	
6	Kem dâu	KG									-	
7	Kem dừa	KG									-	
8	Kem Socolate	KG									-	
9	Kem Sầu riêng	KG									-	
10	Kem vani	KG									-	

Quán ABC

BÁO CÁO XUẤT NHẬP TỒN

Bộ phận: Bếp

Ngày:.../...../ 2014

Stt	Tên Mặt Hàng	Đvt	Tồn Đầu	Ca 1				Ca 2				Ghi chú
				Nhập	Xuất	Hủy	Tồn C1	Nhập	Xuất	Hủy	Tồn cuối	
1	Cà chua (bếp)	Kg									-	
2	Chanh tươi	Kg									-	
3	Dưa leo	Kg									-	
4	Giá	Kg									-	
5	Hành lá	Kg									-	
6	Hành tây (củ)	Kg									-	
7	Ngò gai	Kg									-	
8	Ngò rí	Kg									-	
9	Ớt đà Lạt	Kg									-	
10	Ớt sừng trâu (xanh)	Kg									-	

CHƯƠNG 4

CHI PHÍ

Bảng Chí phí khấu hao và bảng báo cáo chi phí

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 16 và 17)

Quán ABC

Bảng thời gian khấu hao tài sản

Stt	Nhóm	Diễn giải	Trị giá	Thời gian KH	Ghi chú
1	Dụng cụ	Cân các loại		6 -12 tháng	
2	Dụng cụ	Cây lau nhà		12 tháng	
3	Dụng cụ	Đồ dùng bằng nhựa,gỗ		6 tháng	
4	dụng cụ	Dụng cụ bếp (nồi, chảo..)	< 500,000	6 tháng	
5	Dụng cụ	Dụng cụ bếp (nồi, chảo..)	> 500,000	6 - 12 tháng	
6	Dụng cụ	Thùng rác, xô, chậu		12 tháng	

Quán: ABC

BÁO CÁO CHI PHÍ

Tháng ...../2014

Stt	Nhóm	Danh mục	Trị giá	Ghi chú
1	**Thực phẩm và đồ uống**	Thức ăn		
2		thịt các loại		
3		hải sản		
4		gia cầm		
5		thực phẩm đóng gói		
6		bánh		

CHƯƠNG 5

DOANH THU

Báo cáo bán hàng quầy bar

Quán ABC

BÁO CÁO BÁN HÀNG

Bộ phận: Bar

Ngày:.../...../ 2014

Stt	Nhóm	Danh mục	Đvt	Ca 1	Ca 2	Tổng cộng	Ghi ghú
1	Cà phê	Cà phê đen	ly				
2	Cà phê	Cà phê sữa đá	ly				
3	Cà phê	Cà phê xay	ly				
4	Khác	Bạc xỉu (nóng/đá)	ly				
5	Khác	Cacao (nóng/ đá)	ly				
6	Khác	Cacao sữa(nóng/đá)	ly				
7	Khác	Sữa tươi	ly				
8	Khác	Sữa tươi đặc biệt	ly				
9	Khác	Lipton (nóng/đá)	ly				
10	Khác	Lipton sữa (nóng/đá)	ly				

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 18)

Báo cáo bán hàng bếp

Quán ABC

BÁO CÁO BÁN HÀNG

Bộ phận: Bếp

Ngày:.../...../ 2014

Stt	Nhóm	Danh mục	Đvt	Ca 1	Ca 2	Tổng cộng	Ghi chú
1	Cơm	Cơm chiên gà	phần				
2	Cơm	Cơm chiên hải sản	phần				
3	Cơm	Cơm chiên tôm	phần				
4	Cơm	Cơm gà Hải Nam	phần				
5	Cơm	Cơm văn phòng	phần				
6	Mì và bún	Phở	phần				
7	Mì và bún	Hủ tiếu bò kho	phần				
8	Mì và bún	Hủ tiếu nam vang	phần				
9	Mì và bún	Bún mắm	phần				
10	Mì và bún	Bún mộc	phần				

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 19)

Báo cáo doanh thu

Quán: ABC

BÁO CÁO DOANH THU

Tháng ...../2014

Stt	Ngày	Nhóm	Danh mục	Đvt	Số lượng	Giá bán	Thành tiền
1		DT bán hàng	Cà phê				
2		DT bán hàng	Bánh ngọt				
3		DT bán hàng	Sinh tố				
4		DT bán hàng	Nước ép				
5		DT bán hàng	Nước ngọt				
6		DT bán hàng	Thuốc lá				
7		DT tiệc	Tiệc cưới				
8		DT tiệc	Sinh nhật				
9		DT tiệc	Tiệc bên ngoài				
10		DT tặng phẩm	Hàng lưu niệm				

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 20)

Bảng báo cáo dòng tiền

Quán: ABC

BÁO CÁO DÒNG TIỀN MẶT

Tháng 2014

Stt	Hàng mục	Đvt	Số dư đầu kỳ	Thu trong kỳ	Chi trong kỳ	Số dư cuối kỳ	Ghi chú
I.	**Tiền mặt đầu kỳ**						
1	Tiền mặt tồn quỹ	đồng	50,000,000				
2	Lợi nhuận kinh doanh tháng trước	đồng	15,000,000				
II	**Tổng thu tiền mặt**						
1	Doanh thu bán hàng	đồng		150,000,000			
2	Tiền thu từ các khoản phải thu	đồng		200,000			
3	Thu lãi suất	đồng		3,000,000			
4	Các khoản vay	đồng		3,000,000			
5	Các khoản thu khác	đồng		150,000			

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 21

Bảng báo cáo kết quả kinh doanh

Quán: ABC

BÁO CÁO KẾT QUẢ KINH DOANH

Tháng ...../2014

Stt	Diễn giải	Đvt	Trị giá	Ghi chú
I	**Doanh thu bán hàng, cung cấp dịch vụ**	**đồng**	**100,000,000**	
1	Cà phê và sinh tố	đồng	57.000.000	
2	Thức ăn	đồng	11.000.000	
3	Cà phê bột	đồng	27.000.000	
4	Khác	đồng	5.000.000	
II	**Giá vốn hàng bán**	**đồng**	**36,000,000**	
III	**Lợi nhuận gộp bán hàng và cung cấp dịch vụ (III = I - II)**	**đồng**	**64,000,000**	
IV	**Chi phí bán hàng và quản lý (IV = 1+2+3+4+5+6)**	**đồng**	**36,100,000**	

(Xem chi tiết trong phần phụ lục 22

Phần 4:
PHỤ LỤC

BẢNG BIỂU

1. Bảng dự toán dòng tiền mặt

Quán: ABC

BẢNG DỰ TOÁN DÒNG TIỀN MẶT

Tháng ...../2014

Stt	Hạng mục	Đvt	Số dư đầu kỳ	Thu trong kỳ	Chi trong kỳ	Số dư cuối kỳ	Ghi chú
I	**Tiền mặt đầu kỳ**						
1	Tiền mặt tồn quỹ	đồng					
2	Lợi nhuận kinh doanh tháng trước	đồng					
II	**Tổng thu tiền mặt**						
1	Doanh thu bán hàng	đồng					
2	Tiền thu từ các khoản phải thu	đồng					
3	Thu lãi suất	đồng					
4	Các khoản vay	đồng					
5	Các khoản thu khác	đồng					
III	**Tổng chi tiền mặt**						
1	Nguyên vật liệu	đồng					

2	Lương và phụ phí lương	đồng					
3	Chi phí thuê mặt bằng	đồng					
4	Chi phí marketing	đồng					
5	Chi phí quản lý	đồng					
6	Lãi ngân hàng	đồng					
7	Thuế	đồng					
9	Chi phí khác	đồng					
10	Thanh toán vốn vay	đồng					
11	Mua tài sản	đồng					
12	Rút vốn đầu tư	đồng					
IV	**Tiền mặt tồn quỹ**	**đồng**					

2. Bảng dự toán điểm hòa vốn

Quán: ABC

BẢNG DỰ TOÁN ĐIỂM HÒA VỐN

Tháng ...../2014

Stt	Hạng mục	Đvt	Giá trị	Ghi chú
I	**Mặt bằng**			
	Tổng diện tích	m2	20	*Theo hợp đồng thuê mặt bằng*
	Tổng số chỗ ngồi	chỗ	25	*Theo thiết kế mặt bằng*
	m2 cho mỗi chỗ	m2	1	
	Thời gian thuê mặt bằng	tháng	24	*Theo hợp đồng thuê mặt bằng*

II	**Phần đầu tư**	đồng	31.000.000	*Theo dự toán đầu tư*
	Chi phí xây dựng quán		10.000.000	
	Chi phí đầu tư tài sản		5.000.000	
	Chi phí bàn ghế		10.000.000	
	Chi phí công cụ dụng cụ		5.000.000	
	Chi phí khác		1.000.000	
III	**Chi phí khấu hao hàng tháng**	đồng	2.583.333	*Theo dự toán đầu tư*
	Chi phí đầu tư	đồng	31.000.000	
	Thời gian dự kiến khấu hao	tháng	12	*Theo chiến lược KD*
IV	**Phần chi phí hoạt động mỗi tháng**	đồng	17.800.000	
	Tổng lương nhân sự quán	đồng	5.000.000	*Theo định biên nhân sự quán*
	Trợ cấp nhân viên	đồng	1.000.000	
	Tiền thuê mặt bằng	đồng	8.000.000	*Theo hợp đồng thuê mặt bằng*
	Tiền điện	đồng	1.000.000	*Dự tính*
	Tiền nước	đồng	200.000	
	Điện thoại và internet	đồng	500.000	

	Chi phí bảo trì		100.000	
	Thuế và chi khác	đồng	2.000.000	*Dự tính*
V	**Chi phí nguyên vật liệu**	đồng	**7.134.167**	*Theo chi phí hoạt động tháng*
	Chi phí hoạt động hàng tháng	đồng	20.383.333	
	Tỉ lệ giá vốn hàng bán/chi phí	%	35	
VI	**Doanh thu hòa vốn/tháng**	đồng	**27.517.500**	*Doanh thu = Tổng chi phí*
	Chi phí khấu hao hàng tháng	đồng	2.583.333	
	Phần chi phí hoạt động mỗi tháng	đồng	17.800.000	
	Chi phí nguyên vật liệu	đồng	7.134.167	
VII	**Dự toán hòa vốn**			
	Chi tiêu trung bình cho một khách	đồng	14.000	
	Số ngày kinh doanh	ngày	30	
	Doanh thu hòa vốn/ngày	đồng	917.250	
	Lượng khách hòa vốn/ngày	khách	66	

3. Bảng dự toán kết quả kinh doanh

Quán: ABC

BẢNG DỰ TOÁN KẾT QUẢ KINH DOANH

Tháng ...../2014

Stt	Diễn giải	Đvt	Trị giá	Ghi chú
I	**Doanh thu bán hàng, cung cấp dịch vụ**	**đồng**	**100.000.000**	
1	Cà phê và sinh tố	đồng	57.000.000	
2	Thức ăn	đồng	11.000.000	
3	Cà phê bột	đồng	27.000.000	
4	Khác	đồng	5.000.000	
II	**Giá vốn hàng bán**	**đồng**	**36.000.000**	
III	**Lợi nhuận gộp bán hàng và cung cấp dịch vụ (III = I - II)**	**đồng**	**64.000.000**	
IV	**Chi phí bán hàng và quản lý (IV = 1+2+3+4+5+6)**	**đồng**	**36.100.000**	
1	**Chi phí nhân viên**	**đồng**	**12.000.000**	
2	**Chi phí công cụ dụng cụ, đồ dùng VP**	**đồng**	**3.000.000,0**	
3	**Chi phí khấu hao**	**đồng**	**5.000.000**	
4	**Thuế, phí, lệ phí**	**đồng**	**2.000.000**	
5	**Chi phí dịch vụ mua ngoài**	**đồng**	**12.200.000**	
5.1	Điện sinh hoạt	đồng	1.000.000	
5.2	Nước sinh hoạt	đồng	300.000	
5.3	Điện thoại	đồng	100.000	
5.4	Internet	đồng	200.000	
5.5	Thuê mặt bằng	đồng	9.000.000	
5.6	Trang trí, sửa chữa nhỏ	đồng	500.000	

5.7	Vận chuyển	đồng	100.000	
5.8	Chi phí ca nhạc	đồng	1.000.000	
6	**Chi phí khác**	**đồng**	**1.900.000**	
6.1	Tiếp khách	đồng	500.000	
6.2	Giới thiệu sản phẩm, quảng cáo	đồng	100.000	
6.3	Công tác phí	đồng	200.000	
6.4	Hao hụt	đồng	500.000	
6.5	Chi phí giao tế	đồng	500.000	
6.6	Chi phí khác	đồng	100.000	
V	**Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (V = III-IV)**	**đồng**	**27.900.000**	

4. Bảng tính giá vốn hàng bán

Quán: ABC

BẢNG TÍNH GIÁ VỐN HÀNG BÁN

Tháng ...../2014

Stt	Thức uống	Thành phần	Đvt	Định lượng	Đơn giá	Giá vốn
1	Cà phê đen nóng	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750
2	Cà phê đen nóng	Đường cát	kg	0,04	25.000	1.000
	Cà phê đen nóng Total					4.750
3	Cà phê đen đá	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750
4	Cà phê đen đá	Đường cát	kg	0,04	30.000	1.200
5	Cà phê đen đá	Đá(25kg/ bao)	kg	0,25	680	170
	Cà phê đen đá Total					5.120

6	Cà phê sữa nóng	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750
7	Cà phê sữa nóng	Sữa đặc	kg	0,03	44.737	1.342
	Cà phê sữa nóng Total					5.092
8	Cà phê sữa đá	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750
9	Cà phê sữa đá	Sữa đặc	kg	0,03	44.737	1.342
10	Cà phê sữa đá	Đá	kg	0,25	3.000	750
	Cà phê sữa đá Total					5.842
11	Sinh tố bơ	Bơ	kg	0,25	30.000	7.500
12	Sinh tố bơ	Sữa đặc	kg	0,07	44.737	3.132
13	Sinh tố bơ	Sữa tươi	ml	0,15	30.000	4.500
14	Sinh tố bơ	Đá	kg	0,12	3.000	360
	Sinh tố bơ Total					15.492
15	Sinh tố dâu	Dâu	kg	0,065	120.000	7.800
16	Sinh tố dâu	Sữa đặc	kg	0,07	44.737	3.132
17	Sinh tố dâu	Sữa tươi	ml	0,12	30.000	3.600
18	Sinh tố dâu	Đá bào	kg	0,12	3.000	360
	Sinh tố dâu Total					14.892
19	Sinh tố đu đủ	đu đủ	kg	0,65	15.000	9.750
20	Sinh tố đu đủ	Sữa đặc	kg	0,06	44.737	2.684
21	Sinh tố đu đủ	Sữa tươi	ml	0,12	30.000	3.600
22	Sinh tố đu đủ	Đá bào	kg	0,22	1.000	220
	Sinh tố đu đủ Total					16.254
23	Đá chanh	Chanh	kg	0,5	20.000	10.000
24	Đá chanh	Đường nước	ml	0,015	45.000	675
25	Đá chanh	Đá	kg	0,12	3.000	360
	Đá chanh Total					11.035

26	Nước thơm	Thơm	trái	0,5	10.000	5.000
27	Nước thơm	Đường	ml	0,06	45.000	2.700
28	Nước thơm	Đá	kg	0,15	680	102
	Nước thơm Total					7.802
	Grand Total					86.279

5. Bảng định giá bán sản phẩm

Quán: ABC

BẢNG ĐỊNH GIÁ BÁN SẢN PHẨM

Tháng ...../2014

Stt	Thức uống	Thành phần	Đvt	Định lượng	Đơn giá	Giá vốn	Giá bán
1	Cà phê đen nóng	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750	
2	Cà phê đen nóng	Đường cát	kg	0,04	25.000	1.000	
	Cà phê đen nóng Total					4.750	19.000
3	Cà phê đen đá	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750	
4	Cà phê đen đá	Đường cát	kg	0,04	30.000	1.200	
5	Cà phê đen đá	Đá(25kg/ bao)	kg	0,25	680	170	
	Cà phê đen đá Total					5.120	20.480
6	Cà phê sữa nóng	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750	
7	Cà phê sữa nóng	Sữa đặc	kg	0,03	44.737	1.342	
	Cà phê sữa nóng Total					5.092	20.368
8	Cà phê sữa đá	Cà phê	kg	0,025	150.000	3.750	
9	Cà phê sữa đá	Sữa đặc	kg	0,03	44.737	1.342	

10	Cà phê sữa đá	Đá	kg	0,25	3.000	750	
	Cà phê sữa đá Total					5.842	23.368
11	Sinh tố bơ	Bơ	kg	0,25	30.000	7.500	
12	Sinh tố bơ	Sữa đặc	kg	0,07	44.737	3.132	
13	Sinh tố bơ	Sữa tươi	ml	0,15	30.000	4.500	
14	Sinh tố bơ	Đá	kg	0,12	3.000	360	
	Sinh tố bơ Total					15.492	61.966
15	Sinh tố dâu	Dâu	kg	0,065	120.000	7.800	
16	Sinh tố dâu	Sữa đặc	kg	0,07	44.737	3.132	
17	Sinh tố dâu	Sữa tươi	ml	0,12	30.000	3.600	
18	Sinh tố dâu	Đá bào	kg	0,12	3.000	360	
	Sinh tố dâu Total					14.892	59.566
19	Sinh tố đu đủ	đu đủ	kg	0,65	15.000	9.750	
20	Sinh tố đu đủ	Sữa đặc	kg	0,06	44.737	2.684	
21	Sinh tố đu đủ	Sữa tươi	ml	0,12	30.000	3.600	
22	Sinh tố đu đủ	Đá bào	kg	0,22	1.000	220	
	Sinh tố đu đủ Total					16.254	65.017
23	Đá chanh	Chanh	kg	0,5	20.000	10.000	
24	Đá chanh	Đường nước	ml	0,015	45.000	675	
25	Đá chanh	Đá	kg	0,12	3.000	360	
	Đá chanh Total					11.035	44.140
26	Nước thơm	Thơm	trái	0,5	10.000	5.000	
27	Nước thơm	Đường	ml	0,06	45.000	2.700	
28	Nước thơm	Đá	kg	0,15	680	102	
	Nước thơm Total					7.802	31.208
	Grand Total					86.279	345.114

6. Danh mục dụng cụ

Quán: ABC

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Tháng ...../2014

Stt	Khu vực	Nhóm	Diễn giải	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1	Bar	dụng cụ	Bình châm trà đá	Cái		
2	Bar	dụng cụ	Bình hoa	Cái		
3	Bar	dụng cụ	Ca đánh sữa (600ml)	Cái		
4	Bar	dụng cụ	Cân 2kg	Cái		
5	Bar	dụng cụ	Đồ khuấy nước ngọt	Cái		
6	Bar	dụng cụ	Đồ khuấy sữa đặc	Cái		
7	Bar	dụng cụ	Đồ xúc đá	Cái		
8	Bar	dụng cụ	Giá để dao	Cái		
9	Bar	dụng cụ	Hộp để bã cà phê	Cái		
10	Bar	dụng cụ	Hũ để cà phê	Cái		
11	Bar	dụng cụ	Kéo	Cái		
12	Bar	dụng cụ	Ống hút	Bịch		
13	Bar	dụng cụ	Shaker (350 ml)	Cái		
14	Bar	dụng cụ	Shaker (550 ml)	Cái		
15	Bar	dụng cụ	Shot đong 30ml	Cái		
16	Bar	dụng cụ	Shot đong 60ml	Cái		
17	Bar	dụng cụ	Tamper (dụng cụ nén cà phê)	Cái		
18	Bar	dụng cụ	Thớt	Cái		
19	Bar	dụng cụ	Thùng đá	Cái		
20	Bếp	dụng cụ	Chảo 25 cm không dính	Cái		

21	Bếp	dụng cụ	Chảo 28 cm không dính	Cái		
22	Bếp	dụng cụ	Dao lớn	Cái		
23	Bếp	dụng cụ	Dao nhỏ	Cái		
24	Bếp	dụng cụ	Đồ mài dao	Cái		
25	Bếp	dụng cụ	Thớt	Cái		
26	Bếp	dụng cụ	Vợt chiên inox	Cái		
27	khác	dụng cụ	Bình tưới cây	Cái		
28	Phục vụ	dụng cụ	Đồ lót ly	Cái		
29	Phục vụ	dụng cụ	Gạt tàn thuốc	Cái		
30	Phục vụ	dụng cụ	Hũ để khăn giấy	Cái		
31	Phục vụ	dụng cụ	Hũ tăm	Cái		
32	Phục vụ	dụng cụ	Khăn lau bàn	Kg		
33	Phục vụ	dụng cụ	Khay tròn chống trượt	Cái		
34	Thu ngân	dụng cụ	Bìa tính tiền	Cái		
35	Thu ngân	dụng cụ	Cây ghim bill	Cái		
36	vệ sinh	dụng cụ	Cây lau kính	Cái		
37	vệ sinh	dụng cụ	Cây lau nhà	Cái		
38	vệ sinh	dụng cụ	Cây lau nhà bảng lớn	Cái		
39	vệ sinh	dụng cụ	Chổi cỏ	Cái		
40	vệ sinh	dụng cụ	Chổi nhựa	Cái		
41	vệ sinh	dụng cụ	Hộp đựng khăn giấy	Cái		
42	vệ sinh	dụng cụ	Khăn lau	Kg		
43	vệ sinh	dụng cụ	Ky hốt rác có nắp	Cái		
44	vệ sinh	dụng cụ	Thùng rác wc	Cái		
45	vệ sinh	dụng cụ	Xô để nước	Cái		
46	vệ sinh	dụng cụ	Xô rác lớn 220 lít	Cái		

7. Danh mục hóa chất

Quán: ABC

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Tháng ...../2014

Stt	Khu vực	Nhóm	Diễn giải	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1	Bếp	hóa chất	Bột giặt	Cái		
2	Bar	hóa chất	Hóa chất rửa chén	Chai		
3	Bar	hóa chất	Nước rửa chén	Chai		
4	vệ sinh	hóa chất	Bột giặt	Kg		
5	vệ sinh	hóa chất	Chai xịt phòng	Chai		
6	vệ sinh	hóa chất	Dung dịch rửa kính	Chai		
7	vệ sinh	hóa chất	Dung dịch tẩy rửa	Lít		
8	vệ sinh	hóa chất	Nước tẩy	Chai		
9	vệ sinh	hóa chất	Vim toilet	Chai		
10	vệ sinh	hóa chất	Xà phòng rửa ly	Lít		

8. Danh mục thiết bị

Quán: ABC

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Tháng ...../2014

Stt	Khu vực	Nhóm	Diễn giải	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1	Bar	Thiết bị	Bình đun siêu tốc	Cái		
2	Bar	Thiết bị	Bình thủy	Cái		
3	Bar	Thiết bị	Máy ép trái cây	Cái		
4	Bar	Thiết bị	Máy pha cà phê	Cái		
5	Bar	Thiết bị	Máy quạt	Cái		
6	Bar	Thiết bị	Máy vắt cam	Cái		

7	Bar	Thiết bị	Máy xay cà phê	Cái		
8	Bar	Thiết bị	Máy xay sinh tố	Cái		
9	Bar	Thiết bị	Tủ mát	Cái		
10	Bếp	Thiết bị	Bếp gas gia đình	Cái		
11	Bếp	Thiết bị	Bếp khè	Cái		
12	Bếp	Thiết bị	Lò viba	Cái		
13	Bếp	Thiết bị	Nồi cơm điện	Cái		
14	Bếp	Thiết bị	Tủ đông	Cái		
15	khác	Thiết bị	Máy chấm công	Cái		
16	quản lý	Thiết bị	Camera	Cái		
17	quản lý	Thiết bị	Dàn âm thanh	Bộ		
18	quản lý	Thiết bị	Điện thoại	Cái		
19	quản lý	Thiết bị	máy lạnh	Cái		
20	quản lý	Thiết bị	máy vi tính	Bộ		
21	Thu ngân	Thiết bị	Điện thoại	Cái		
22	Thu ngân	Thiết bị	Máy in	Cái		
23	Thu ngân	Thiết bị	Máy soi tiền giả	Cái		
24	Thu ngân	Thiết bị	Máy tính	Cái		
25	Thu ngân	Thiết bị	máy vi tính	Bộ		

9. Danh mục thực phẩm

Quán: ABC

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Tháng ...../2014

Stt	Khu vực	Nhóm	Diễn giải	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1	Bar	thực phẩm	Đường gói	Gói		
2	Bar	thực phẩm	Đường	Kg		

3	Bar	thực phẩm	Sữa đặc	Hộp		
4	Bar	thực phẩm	Sữa tươi	Hộp		
5	Bar	thực phẩm	Nước suối	Chai		
6	Bar	thực phẩm	Kem	Kg		
7	Bar	thực phẩm	Kem tươi	Chai		
8	Bar	thực phẩm	Trái cây	Kg		
9	Bar	thực phẩm	Trà khô	Kg		
10	Bar	thực phẩm	Trà Lipton	Hộp		
11	Bar	thực phẩm	Muối	Kg		
12	Bar	thực phẩm	Cà phê	Kg		

10. Danh mục vật dụng

Quán: ABC

DANH MỤC CHUẨN BỊ CHO QUÁN

Tháng ...../2014

Stt	Khu vực	Nhóm	Diễn giải	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1	Bar	Vật dụng	Bảng hiệu	Cái		
2	Bar	Vật dụng	Bao tay cao su	Bộ		
3	bar	Vật dụng	Bao xốp để ly	Cái		
4	Bar	Vật dụng	Bình trà	Cái		
5	Bar	Vật dụng	Bình trà đá	Cái		
6	Bar	Vật dụng	Bộ tách đĩa Cappuccino 210ml	Bộ		
7	Bar	Vật dụng	Bộ tách đĩa trà nóng 200ml	Bộ		
8	Bar	Vật dụng	Cây khuấy	Cây		
9	Bar	Vật dụng	Cây rửa ly	Cái		
10	Bar	Vật dụng	Đồ chùi rửa ly	Cái		
11	Bar	Vật dụng	Hộp để sữa đặc	Cái		

12	Bar	Vật dụng	Hũ để nước đường	Cái		
13	Bar	Vật dụng	Jug để sữa tươi	Cái		
14	Bar	Vật dụng	Kệ để ly 3 tầng	Cái		
15	Bar	Vật dụng	Khăn lau ly	Kg		
16	Bar	Vật dụng	Khăn lót ly	Kg		
17	Bar	Vật dụng	Logo	Cái		
18	Bar	Vật dụng	Ly cà phê đá	Cái		
19	bar	Vật dụng	Ly giấy mang đi	Cái		
20	Bar	Vật dụng	Ly kem	Cái		
21	Bar	Vật dụng	Ly nước ép trái cây	Cái		
22	Bar	Vật dụng	Ly sinh tố	Cái		
23	Bar	Vật dụng	Ly trà đá	Cái		
24	Bar	Vật dụng	Màng bọc plastic	Cuộn		
25	Bar	Vật dụng	Miếng chùi ly	Cái		
26	Bar	Vật dụng	Muỗng cà phê dài	Cái		
27	Bar	Vật dụng	Muỗng cà phê nhỏ	Cái		
28	bar	Vật dụng	Muỗng nĩa nhựa	Bộ		
29	Bar	Vật dụng	Muỗng sinh tố	Cái		
30	Bar	Vật dụng	Phin cà phê	Cái		
31	Bar	Vật dụng	Phin cà phê 50gr	Cái		
32	Bar	Vật dụng	Tách cà phê	Bộ		
33	Bar	Vật dụng	Thùng rác đạp chân	Cái		
34	Bếp	Vật dụng	Chén cơm, đĩa lót	Cái		

36	Bếp	Vật dụng	Chén nước tương	Cái		
37	Bếp	Vật dụng	Dao muỗng nĩa inox	Bộ		
38	Bếp	Vật dụng	Đĩa lớn	Cái		
39	Bếp	Vật dụng	Đĩa trung	Cái		
40	Bếp	Vật dụng	Đũa	Bộ		
41	Bếp	Vật dụng	Hộp để thức ăn	Cái		
42	Bếp	Vật dụng	Thùng rác	Cái		
43	Bếp	Vật dụng	Thùng rác đạp chân	Cái		
44	khác	Vật dụng	Bàn ghế	Bộ		
45	khác	Vật dụng	Bàn thờ ông địa	Cái		
46	khác	Vật dụng	Bảng Reserve	Cái		
47	khác	Vật dụng	Bảng tên nhân viên	Cái		
48	khác	Vật dụng	Cây cảnh	Chậu		
49	khác	Vật dụng	Đồng phục bảo vệ	Bộ		
50	khác	Vật dụng	Đồng phục bếp	Bộ		
51	khác	Vật dụng	Đồng phục nhân viên	Bộ		
52	khác	Vật dụng	kệ báo	Cái		
53	khác	Vật dụng	Rèm cửa	Bộ		
54	khác	Vật dụng	Tranh ảnh	Cái		
55	khác	Vật dụng	Tủ nhân viên	Cái		
56	khác	Vật dụng	Vật phẩm trưng bày	Bộ		
57	Phục vụ	Vật dụng	captain order	Cuốn		
58	Phục vụ	Vật dụng	Hũ gia vị	Cái		
59	Phục vụ	Vật dụng	Menu	Cái		

60	Phục vụ	Vật dụng	Quẹt gas	Cái		
61	quản lý	Vật dụng	Bàn ghế làm việc	Bộ		
62	quản lý	Vật dụng	Bàn làm việc	Cái		
63	quản lý	Vật dụng	file để hồ sơ	Cái		
64	quản lý	Vật dụng	Két sắt để tiền	Cái		
65	quản lý	Vật dụng	Sổ lớn	Cuộn		
66	quản lý	Vật dụng	Tủ thuốc y tế	Cái		
67	quản lý	Vật dụng	Văn phòng phẩm	Bộ		
68	Thu ngân	Vật dụng	Sổ tay	Cuộn		
69	Thu ngân	Vật dụng	Viết, kéo, kim bấm, viết xóa	Bộ		
70	vệ sinh	Vật dụng	Bao tay cao su	Cái		
71	vệ sinh	Vật dụng	Bình xịt xà bông tự động	Cái		
72	vệ sinh	Vật dụng	Giấy vệ sinh cuộn lớn	Cuộn		
73	vệ sinh	Vật dụng	Thảm nhựa	Cái		
74	vệ sinh	Vật dụng	Túi rác (L)	Kg		
75	vệ sinh	Vật dụng	Túi rác (M)	Kg		
76	vệ sinh	Vật dụng	Túi rác kg	Kg		

11. Bảng khảo sát ý kiến khách hàng

Quán ABC

BẢNG KHẢO SÁT Ý KIẾN KHÁCH HÀNG

Người thực hiện:	.....
Độ tuổi:	.....
Giới tính:	.....
Số điện thoại:	.....

1. **Bạn đang sống ở đâu?**

□ Bán kính 20km □ Bán kính >20km □ Bán kính 30 km □ Bán kính >30

2. **Bạn đến nhà hàng bằng cách nào?**

□ Đi bộ □ Xe máy □ Xe hơi □ Taxi

Ý kiến khác: .....

3. **Đây có phải là lần đầu Bạn đến nhà hàng?**

□ Phải □ Không

Ý kiến khác: .....

4. **Bạn biết nhà hàng của chúng tôi bằng cách nào?**

□ Người thân □ Bạn bè □ Báo □ Internet

Ý kiến khác: .....

5. **Dịch vụ của chúng tôi như thế nào?**

□ Rất tốt □ Tốt □ Trung bình □ Tệ

Ý kiến khác: .....

6. **Sản phẩm của chúng tôi như thế nào?**

□ Rất ngon □ Ngon □ Trung bình □ Tệ

Ý kiến khác: .....

.....

7. **Giá cả của chúng tôi?**

□ Cao □ Hợp lý □ Trung bình □ Thấp

Ý kiến khác: .....

8. **Không gian của chúng tôi?**

□ Rất đẹp □ Đẹp □ Trung bình □ Xấu

Ý kiến khác: .....

9. **Trang thiết bị của chúng tôi?**

□ Rất tốt □ Tốt □ Trung bình □ Tệ

Ý kiến khác: .....

10. **Bạn có đề nghị gì cho nhà hàng để chúng tôi phục vụ Bạn tốt nhất?**

Ý kiến khác: .....

Chúng tôi luôn trân trọng những ý kiến đóng góp của Quý Khách

12. Bảng chấm công

Quán: ABC

Bảng chấm công

Tháng 07/2014

| TT | Mã NV | Họ và tên | Chức vụ | Ký hiệu công | Tháng 7 | | |

13. Bảng lương nhân viên

Quán ABC

BẢNG LƯƠNG NHÂN VIÊN

Tháng...../ 2014

Số TT	Họ và tên	Chức vụ	Mức lương	Công thời vụ (=D/26)	Ngày công	Cơm	Phụ cấp	Lương (=E+F+G+H)	Tổng cộng (=G+I+J)	Tạm ứng	Thực lĩnh (=J-K)	Ghi chú
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Phan Minh Hà	Quản lý	3,000,000	115,385	26	260,000	150,000	3,000,000	3,410,000	-	3,410,000	
2	Ms Liên	Phục vụ	4,200,000	161,538	26	260,000	100,000	4,200,000	4,560,000	-	4,560,000	
3	Trần Anh Vũ	Phục vụ	4,800,000	184,615	26	260,000	100,000	4,800,000	5,160,000	1,500,000	3,660,000	
4	Nguyễn Văn Điệp	Pha chế	2,800,000	107,692	26	260,000	100,000	2,800,000	3,160,000	1,500,000	1,660,000	
5	Lê Phước Long	Thu ngân	2,700,000	103,846	26	260,000	100,000	2,700,000	3,060,000	500,000	2,560,000	
6	Lê Quốc Tuấn	Lễ tân	2,300,000	88,462	26	260,000	-	2,300,000	2,560,000	500,000	2,060,000	
	Tổng cộng		19,800,000	761,538	156	1,560,000	550,000	19,800,000	21,910,000	4,000,000	17,910,000	

14. Báo cáo Xuất nhập tồn (XNT) quầy Bar

Quán ABC

BÁO CÁO XUẤT NHẬP TỒN

Bộ phận: Bar

Ngày:.../...../ 2014

Stt	Tên Mặt Hàng	Đvt	Tồn Đầu	Ca 1				Ca 2				Ghi chú
				Nhập	Xuất	Hủy	Tồn C1	Nhập	Xuất	Hủy	Tồn cuối	
1	Cà phê	Kg									-	
2	Nước suối Vĩnh Hảo	Chai									-	
3	Khăn lạnh	Cái									-	
4	Thuốc lá Carven A Filter	Gói									-	
5	Thuốc lá 555 FK-Round Comer	Gói									-	
6	Kem dâu	KG									-	
7	Kem dừa	KG									-	
8	Kem Socolate	KG									-	
9	Kem Sầu riêng	KG									-	
10	Kem vani	KG									-	
11	Kem xoài	KG									-	

12	Kem trà	Kg									-	
13	Sữa đặc Phương Nam (380gr/ hộp)	lon									-	
14	Đậu phụng rang	Kg									-	
15	Isi Cream Chargers 0079 (gas kem)	Chai									-	
16	Ống hút trắng	Bịch									-	
17	Sữa tươi Vinamilk	Hộp									-	
18	Tâm dù (trang trí)	Hộp									-	
19	Đá tinh khiết	BAO									-	
20	Bưởi	Trái									-	
21	Cam	KG									-	
22	Chanh Dây	KG									-	
23	Chanh Giấy	KG									-	
24	Chuối già	Kg									-	
25	Cà Rốt	KG									-	

15. Báo cáo XNT Bếp

Quán ABC

BÁO CÁO XUẤT NHẬP TỒN

Bộ phận: Bếp

Ngày:.../...../ 2014

Stt	Tên Mặt Hàng	Đvt	Tồn Đầu	Ca 1				Ca 2				Ghi chú
				Nhập	Xuất	Hủy	Tồn C1	Nhập	Xuất	Hủy	Tồn cuối	
1	Cà chua (bếp)	Kg									-	
2	Chanh tươi	Kg									-	
3	Dưa leo	Kg									-	
4	Giá	Kg									-	
5	Hành lá	Kg									-	
6	Hành tây (củ)	Kg									-	
7	Ngò gai	Kg									-	
8	Ngò rí	Kg									-	
9	Ớt đà Lạt	Kg									-	
10	Ớt sừng trâu (xanh)	Kg									-	
11	Rau quế	Kg									-	
12	Tỏi xay	Kg									-	
13	Xà lách	Kg									-	
14	Bánh Mì Sandwich (nhỏ)	Miếng									-	

15	Bánh mì nhỏ	Ổ									-	
16	Dầu ăn	Lít									-	
17	Dầu hào 820g	Chai									-	
18	Gạo	Kg									-	
19	Hạt nêm AJI-ngon heo 450g	Kg									-	
20	Hạt nêm AJI-ngon heo 900g	Kg									-	
21	Khoai tây chiên (bếp)	Kg									-	
22	Muối iốt										-	
23	Nước tương 700ml	Chai									-	
24	Sốt Mayunnaise	Chai									-	
25	Tiêu xay	Kg									-	
26	Trứng thêm	Cái										
27	Tương cà 270gr	Chai										
28	Tương cà 830gr	Chai										
29	Tương ớt Cholimet (270gr)	Chai										
30	Tương ớt Cholimet (830gr)	Chai										
31	Tương đen	Chai										

16. Bảng thời gian khấu hao tài sản

Quán ABC

Bảng thời gian khấu hao tài sản

Stt	Nhóm	Diễn giải	Trị giá	Thời gian KH	Ghi chú
1	Dụng cụ	Cân các loại		6 -12 tháng	
2	Dụng cụ	Cây lau nhà		12 tháng	
3	Dụng cụ	Đồ dùng bằng nhựa, ghổ		6 tháng	
4	dụng cụ	Dụng cụ bếp (nồi, chảo..)	< 500,000	6 tháng	
5	Dụng cụ	Dụng cụ bếp (nồi, chảo..)	> 500,000	6 - 12 tháng	
6	Dụng cụ	Thùng rác, xô, chậu		12 tháng	
7	Thiết bị	Hệ thống mạng ,wifi tổng đài,an ninh		1 - 3 năm	
8	Thiết bị	Máy lạnh, tủ mát, tủ đông, tủ lạnh		2 - 4 năm	
9	Thiết bị	Máy pha cà phê		3 - 5 năm	
10	Thiết bị	Máy phát điện		3 - 5 năm	
11	Thiết bị	Máy quạt,máy hút các loại		6 -12 tháng	
12	Thiết bị	Máy rang xay cà phê espresso		3 - 5 năm	
13	Thiết bị	Máy tính, máy chiếu, camera		2 - 3 năm	
14	Thiết bị	Máy xay cà phê hạt Việt nam		1 năm	

15	Thiết bị	Máy xay, máy ép		12 -24 tháng	
16	Vật dụng	Bàn ghế (cao cấp)	3 - 5 triệu	2 -3 năm	
17	Vật dụng	Bàn ghế (thường)	1 - 2 triệu	1 - 2 năm	
18	Vật dụng	Bếp gas, bếp khè		1 - 2 năm	
19	Vật dụng	Bồn rửa ly		1 - 2 năm	
20	Vật dụng	Cây cảnh		6 tháng	
21	Vật dụng	Dao,đồ dùng bếp...		6 tháng	
22	Vật dụng	Đèn các loại		6 tháng	
23	Vật dụng	Ly các loại		6 tháng	
24	Vật dụng	Menu		6 tháng	
25	Vật dụng	Rèm cửa		6 - 12 tháng	
26	Vật dụng	Tô chén dĩa sành sứ		6 tháng	
27	Xây dựng	Sửa chữa lớn .	> 50 triệu	12 - 36 tháng	
28	Xây dựng	Sửa chữa nhỏ	< 50 triệu	6 -12 tháng	
29	Xây dựng	Trang trí quán		6 - 12 tháng	

17. Bảng báo cáo chi phí

Quán ABC

BÁO CÁO BÁN HÀNG

Bộ phận: Bar
Ngày:.../.../2014

Stt	Nhóm	Danh mục	Đvt	Ca 1	Ca 2	Tổng cộng	Ghi chú
1	Cà phê	Cà phê đen	ly				
2	Cà phê	Cà phê sữa đá	ly				
3	Cà phê	Cà phê xay	ly				
4	Khác	Bạc xỉu (nóng/đá)	ly				
5	Khác	Cacao (nóng/đá)	ly				
6	Khác	Cacao sữa(nóng/đá)	ly				
7	Khác	Sữa tươi	ly				
8	Khác	Sữa tươi đặc biệt	ly				
9	Khác	Lipton (nóng/đá)	ly				
10	Khác	Lipton sữa (nóng/đá)	ly				
11	Khác	Nước suối	chai				
12	Sinh tố	Sinh tố bơ	ly				
13	Sinh tố	Sinh tố dâu	ly				
14	Sinh tố	Sinh tố đu đủ	ly				
15	Sinh tố	Sinh tố cam	ly				
16	Sinh tố	Sinh tố chanh	ly				
17	Sinh tố	Sinh tố Thơm -Cam	ly				
18	Sinh tố	Yaourt đá	ly				
19	Nước ép	Dừa tươi	ly				
20	Nước ép	N.Chanh (nóng/đá)	ly				
21	Nước ép	Cam vắt	ly				
22	Nước ép	Ép bưởi	ly				
23	Nước ép	Ép thơm	ly				
24	Nước ép	Ép cà rốt	ly				
25	Nước ép	Ép ổi	ly				
26	Nước ép	Ép chanh dây	ly				

18. Bảng báo cáo bán hàng Bar

Quán ABC

BÁO CÁO BÁN HÀNG

Bộ phận: Bar

Ngày:.../...../ 2014

Stt	Nhóm	Danh mục	Đvt	Ca 1	Ca 2	Tổng cộng	Ghi ghú
1	Cà phê	Cà phê đen	ly				
2	Cà phê	Cà phê sữa đá	ly				
3	Cà phê	Cà phê xay	ly				
4	Khác	Bạc xỉu (nóng/ đá)	ly				
5	Khác	Cacao (nóng/ đá)	ly				
6	Khác	Cacao sữa(nóng/đá)	ly				
7	Khác	Sữa tươi	ly				
8	Khác	Sữa tươi đặc biệt	ly				
9	Khác	Lipton (nóng/ đá)	ly				
10	Khác	Lipton sữa (nóng/đá)	ly				
11	Khác	Nước suối	chai				
12	Sinh tố	Sinh tố bơ	ly				
13	Sinh tố	Sinh tố dâu	ly				
14	Sinh tố	Sinh tố đu đủ	ly				
15	Sinh tố	Sinh tố cam	ly				
16	Sinh tố	Sinh tố chanh	ly				
17	Sinh tố	Sinh tố Thơm -Cam	ly				

18	Sinh tố	Yaourt đá	ly				
19	Nước ép	Dừa tươi	ly				
20	Nước ép	N.Chanh (nóng/ đá)	ly				
21	Nước ép	Cam vắt	ly				
22	Nước ép	Ép bưởi	ly				
23	Nước ép	Ép thơm	ly				
24	Nước ép	Ép cà rốt	ly				
25	Nước ép	Ép ổi	ly				
26	Nước ép	Ép chanh dây	ly				

19. Bảng báo cáo bán hàng Bếp

Quán ABC

BÁO CÁO BÁN HÀNG

Bộ phận: Bếp

Ngày:.../...../ 2014

Stt	Nhóm	Danh mục	Đvt	Ca 1	Ca 2	Tổng cộng	Ghi ghú
1	Cơm	Cơm chiên gà	phần				
2	Cơm	Cơm chiên hải sản	phần				
3	Cơm	Cơm chiên tôm	phần				
4	Cơm	Cơm gà Hải Nam	phần				
5	Cơm	Cơm văn phòng	phần				
12	Mì và bún	Phở	phần				
13	Mì và bún	Hủ tiếu bò kho	phần				
14	Mì và bún	Hủ tiếu nam vang	phần				

15	Mì và bún	Bún mắm	phần				
16	Mì và bún	Bún mộc	phần				
17	Mì và bún	Bún riêu	phần				
18	Mì và bún	Mì gói bò	phần				
19	Khác	Bánh mì bò kho	phần				
20	Khác	Bò lúc lắc	phần				
21	Khác	Bánh mì ốpla	phần				

20. Bảng báo cáo doanh thu

Quán: ABC

BÁO CÁO DOANH THU

Tháng ...../2014

Stt	Ngày	Nhóm	Danh mục	Đvt	Số lượng	Giá bán	Thành tiền
1		DT bán hàng	Cà phê				
2		DT bán hàng	Bánh ngọt				
3		DT bán hàng	Sinh tố				
4		DT bán hàng	Nước ép				
5		DT bán hàng	Nước ngọt				
6		DT bán hàng	Thuốc lá				
7		DT tiệc	Tiệc cưới				
8		DT tiệc	Sinh nhật				
9		DT tiệc	Tiệc bên ngoài				
10		DT tặng phẩm	Hàng lưu niệm				

11		DT tặng phẩm	Hàng quảng cáo				
12		DT tặng phẩm	Tặng phẩm				
13		DT cho thuê	Cho thuê trang thiết bị dụng cụ				
14		DT cho thuê	Cho thuê mặt bằng				
		Tổng cộng					

21. Bảng báo cáo dòng tiền mặt

Quán: ABC

BÁO CÁO DÒNG TIỀN MẶT

Tháng ...../2014

Stt	Hạng mục	Số dư đầu kỳ (1000 đồng)	Thu trong kỳ (1000 đồng)	Chi trong kỳ (1000 đồng)	Số dư cuối kỳ	Ghi chú
I	**Tiền mặt đầu kỳ**					
1	Tiền mặt tồn quỹ	50.000				
2	Lợi nhuận kinh doanh tháng trước	15.000				
II	**Tổng thu tiền mặt**					
1	Doanh thu bán hàng		150.000			

2	Tiền thu từ các khoản phải thu		200			
3	Thu lãi suất		3.000			
4	Các khoản vay		3.000			
5	Các khoản thu khác		150			
III	**Tổng chi tiền mặt**					
1	Nguyên vật liệu			50.000		
2	Lương và phụ phí lương			9.000		
3	Chi phí thuê mặt bằng			6.000		
4	Chi phí marketing			500		
5	Chi phí quản lý			1.000		
6	Lãi ngân hàng			1.000		
7	Thuế			300		
9	Chi phí khác			500		
10	Thanh toán vốn vay			4.000		
11	Mua tài sản			3.000		
12	Rút vốn đầu tư			20.000		
IV	**Tiền mặt tồn quỹ**	**65.000**	**156.350**	**95.300**	**126.050**	

22. Bảng báo cáo kết quả kinh doanh

Quán: ABC

BÁO CÁO KẾT QUẢ KINH DOANH

Tháng ...../2014

Stt	Diễn giải	Đvt	Trị giá	Ghi chú
I	**Doanh thu bán hàng, cung cấp dịch vụ**	**đồng**	**100.000.000**	
1	Cà phê và sinh tố	đồng	57.000.000	
2	Thức ăn	đồng	11.000.000	
3	Cà phê bột	đồng	27.000.000	
4	Khác	đồng	5.000.000	
II	**Giá vốn hàng bán**	**đồng**	**36.000.000**	
III	**Lợi nhuận gộp bán hàng và cung cấp dịch vụ (III = I - II)**	**đồng**	**64.000.000**	
IV	**Chi phí bán hàng và quản lý (IV = 1+2+3+4+5+6)**	**đồng**	**36.100.000**	
1	**Chi phí nhân viên**	**đồng**	**12.000.000**	
2	**Chi phí công cụ dụng cụ, đồ dùng VP**	**đồng**	**3.000.000,0**	
3	**Chi phí khấu hao**	**đồng**	**5.000.000**	
4	**Thuế, phí, lệ phí**	**đồng**	**2.000.000**	
5	**Chi phí dịch vụ mua ngoài**	**đồng**	**12.200.000**	
5,1	Điện sinh hoạt	đồng	1.000.000	
5,2	Nước sinh hoạt	đồng	300.000	
5,3	Điện thoại	đồng	100.000	
5,4	Internet	đồng	200.000	

5,5	Thuê mặt bằng	đồng	9.000.000	
5,6	Trang trí, sửa chữa nhỏ	đồng	500.000	
5,7	Vận chuyển	đồng	100.000	
5,8	Chi phí ca nhạc	đồng	1.000.000	
6	**Chi phí khác**	**đồng**	**1.900.000**	
6,1	Tiếp khách	đồng	500.000	
6,2	Giới thiệu sản phẩm, quảng cáo	đồng	100.000	
6,3	Công tác phí	đồng	200.000	
6,4	Hao hụt	đồng	500.000	
6,5	Chi phí giao tế	đồng	500.000	
6,6	Chi phí khác	đồng	100.000	
V	**Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (V = III-IV)**	**đồng**	**27.900.000**	

ĐỊA CHỈ VÀNG

1. HƯỚNG NGHIỆP Á ÂU

Hướng Nghiệp Á Âu, một trong những đơn vị hàng đầu trong đào tạo nghề Bếp trưởng, Bếp bánh, Pha bhế và Quản lý Nhà hàng – Khách sạn... tại Việt Nam. **Hướng Nghiệp Á Âu** được Tổng cục Dạy nghề cấp phép đào tạo & cấp chứng chỉ (Giấy phép chứng nhận dạy nghề số 62/2011/GCNĐKDN Do Sở Lao Động – Thương Binh và Xã Hội TP.HCM cấp phép).

Đội ngũ giảng viên là chuyên gia hàng đầu có uy tín, thứ hạng và vị trí trong lĩnh vực ẩm thực như: Bếp trưởng, Bar trưởng của các Nhà hàng, Khách sạn 5 sao, Tiến sĩ ẩm thực, Thạc sĩ dinh dưỡng... cố vấn và trực tiếp giảng dạy.

Giáo trình các ngành nghề đạt tiêu chuẩn, được cố vấn, biên soạn, phát triển từ các chuyên gia ẩm thực hàng đầu Việt Nam và giáo trình ẩm thực uy tín nước ngoài.

Cơ sở vật chất theo chuẩn 5 sao, được trang bị đầy đủ trang thiết bị, dụng cụ hiện đại và đẳng cấp. Đảm bảo điều kiện và môi trường học tập tốt nhất, đáp ứng nhu cầu "học đi đôi với hành", tạo sự thoải mái, sáng tạo và vững tay nghề cho học viên.

Lớp Barista

Lớp học Bartender

Phòng học pha chế

Lớp làm bánh

Lớp Bếp

Hướng nghiệp Á Âu, cam kết đảm bảo việc làm cho học viên sau khóa học. Phòng Nguồn nhân lực của trường, chuyên tư vấn, hướng nghiệp, đào tạo và tuyển dụng, liên kết và cung cấp nhân sự có tay nghề cho hệ thống nhà hàng, khách sạn trên toàn quốc.

Học phí hợp lý, học viên chọn lựa nhiều hình thức đóng phí, phù hợp với khả năng của học viên. Hướng Nghiệp Á Âu thực hiện chính sách hỗ trợ cho học viên thuộc diện gia đình chính sách, gia đình khó khăn.

Quỹ học bổng trị giá hàng tỉ đồng của **Hướng Nghiệp Á Âu** được xây dựng, dành cho các học viên xuất sắc, những học viên đam mê nghề nhưng không có điều kiện theo học.

Tại Hướng Nghiệp Á Âu, học viên còn có nhiều cơ hội trải nghiệm với nhiều chương trình thú vị, hoạt động ngoại khóa, giao lưu với các siêu đầu bếp nổi tiếng Việt Nam và Thế Giới…

Tính đến giữa năm 2014, **Hướng nghiệp Á Âu** đã mở hơn 200 khóa đào tạo Bếp Trưởng, đào tạo 3.600 học viên trong tổng số gần 10.000 học viên của trường.

Các khóa học của trường

- Nghiệp Vụ Bar Trưởng
- Bartender
- Barista
- Pha Chế Đặc Biệt
- Làm Kem
- Quản Trị Nhà Hàng – Khách Sạn
- Bếp Trưởng Bếp Bánh
- Bếp Bánh Âu, Bánh Á, Bánh Việt, Bánh Nhật..
- Kinh Doanh Ẩm Thực (Bún Bò, Phở, Mỳ Quảng, Bánh Canh, Cơm Tấm, Lẩu..)
- Bếp Trưởng Điều Hành
- Bếp Trưởng Bếp Nhật
- Bếp Trưởng Bếp Việt
- Bếp Trưởng Bếp Hoa
- Bếp Trưởng Bếp Âu
- Bếp Trưởng Bếp Á
- Bếp Á Âu Cơ Bản – Nâng Cao
- Nghệ Thuật Cắt Tỉa
- Anh Văn Chuyên Ngành Bếp, Nhà Hàng, Khách Sạn
- Vi Tính Chuyên Ngành

TP. Hồ Chí Minh (trụ sở).

02 – 04 khu biệt thự Chu Văn An, Đường số 01, phường 26, Quận Bình Thạnh, TP.Hồ Chí Minh.
(từ Chu Văn An rẽ vào Đường số 2,4,8 hoặc 12 để đến Đường số 1)
- Tel: (08) 6290 5588 - 6290 9988 - (08) 6294 8320 - 6294 8387
- Hotline: 0918 27 9988
- Fax: (08) 6294 8387

Website: www.huongnghiepaau.com hoặc www.beptruong.edu.vn

Email: daotao@huongnghiepaau.com

Facebook: www.facebook.com/huongnghiepaau

Youtube: www.youtube.com/user/BepTruongHNAAU

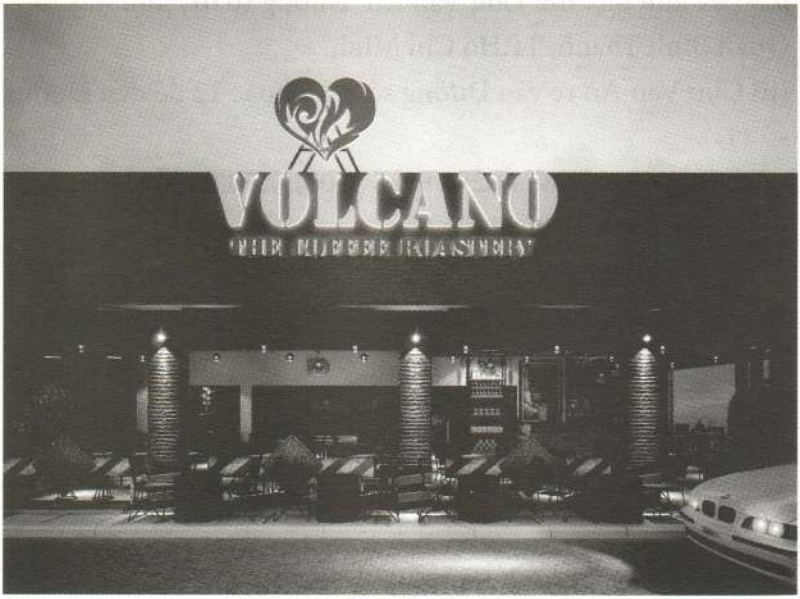
Chi nhánh Phan Xích Long.

- S54 – S55 Phan Xích Long, phường 3, Quận Bình Thạnh, TP.Hồ Chí Minh.
(*gần cuối đường Phan Xích Long giao với Vạn Kiếp*)
- Tel: (08) 3517 2308
- Hotline: 0908 06 9988

Chi nhánh Đà Nẵng.

- 150 Lê Văn Hiến, phường Khuê Mỹ, Quận Ngũ Hành Sơn, TP. Đà Nẵng.
- Tel: (0511) 3953 988
- Fax: (0511) 3953 988
- hotline: 0933 63 9988

2. CHUỖI QUÁN CÀ PHÊ "THE VOLCANO COFFEE"



- Thường xuyên tổ chức buổi hội thảo về khởi nghiệp, hỗ trợ bạn trẻ định hướng và giải quyết những khó khăn trên con đường khởi nghiệp.
- Tư vấn miễn phí về setup, vận hành và kiểm soát quán cà phê, quán ăn và nhà hàng.
- Nhận setup quán ăn, quán cà phê và nhà hàng trọn gói.
- Hướng dẫn, chọn lựa, rang xay và phối trộn cà phê.
- Hướng dẫn, đào tạo nhân viên Barista.
- Miễn phí đào tạo cho bạn trẻ gặp hoàn cảnh khókhăn, gia đình chính sách.

Trụ sở chính

Số 1 Trần Triệu Luật, phường 7, Quận Tân Bình

www.thevolcanocoffee.com.vn

Email: thevolcanocoffee@yahoo.com

Hotline: 0909 04 35 04

4. Hoàng Kỳ Nam – Chuyên viên thiết kế và đồ họa

Với kinh nghiệm 10 năm và tâm huyết trong ngành thiết kế và đồ họa, chuyên ngành ăn uống và quán cà phê, tư vấn và thiết kế

- Logo
- Hình ảnh nhận diện thương hiệu
- Pano
- POSM
- Đồng phục
- CIP
- Wallart

Địa chỉ: 18 Pasteur, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: 0938 675 675

5. Trần Cao Thanh Điền – Kiến Trúc Sư

Gần 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực thiết kế, đặc biệt thiết kế quán cà phê, quán ăn nhà hàng. Tư vấn thiết kế và thi công

Chuyên tư vấn và thiết kế:

- Thiết kế kiến trúc

- Thiết kế nội thất
- Thiết kế sân vườn cảnh quan
- Thiết kế cho nhiều loại công trình
- Nhà ở (nhà phố và biệt thự)
- Chung cư
- Resort/khách sạn
- Quy hoạch
- Cà phê/quán ăn
- Beer club

Địa chỉ: 115/94 Lê Văn Sỹ, phường 13, Quận Phú Nhuận. TP. Hồ Chí minh

Email: tcthanhdien@yahoo.com

Điện thoại: 0905 240 515

6. Khu vực kinh doanh đồ thanh lý – Đường Phạm Văn Bạch, Quận Tân Bình, TP. Hồ Chí Minh

Tọa lạc dọc theo con đường Phạm Văn Bạch, quận Tân Bình, chuyên mua bán các loại vật dụng, dụng cụ, thiết bị…sử dụng cho quán cà phê, quán ăn và nhà hàng. Hàng hóa đa dạng chủng loại, kích thước, màu sắc, từ bàn ghế, máy móc, bếp, ly, chén… Nếu chịu khó chọn lựa và tìm kiếm, khách hàng dễ dàng sở hữu được những mặt hàng chất lượng tốt, đẹp, và phù hợp nhu cầu, giá bán chỉ 40-60% so với giá bán mặt hàng tương tự ngoài thị trường.

7. Trung tâm Dân Sinh – 104 Yersin, phường Nguyễn Thái Bình, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh

Khu chợ nổi tiếng lâu đời ở Thành phố Hồ Chí Minh, hoạt động kinh doanh diễn ra thường xuyên và tấp nập. Chợ Dân Sinh chuyên kinh doanh các loại sản phẩm phục vụ sản xuất, công nghiệp, hàng điện tử, gia dụng và đặc biệt công cụ, thiết bị sử dụng trong kinh doanh ăn uống. Dụng cụ và thiết bị cho quầy bar, bếp để kinh doanh cà phê và nhà hàng đa dạng và phong phú về chủng loại, kiểu dáng, xuất xứ và giá cả.

8. Khu vực kinh doanh đồ thủy tinh, sành sứ - Nguyễn Phúc Nguyên, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh

Đường Nguyễn Phúc Nguyên, quận 3, khu vực tập trung và chuyên kinh doanh đồ sành sứ và thủy tinh bao gồm chén, tô, dĩa, bình, ly, tách.., có xuất xứ từ Bình Dương và Trung Quốc. Các mặt hàng tại đây khá phong phú và đa dạng. Giá bán khá cạnh tranh, giá bán rẻ hơn các khu vực khác, chợ và siêu thị từ 10-30%.

VISIONS
TUYẾT NHI
Superware
TUYẾT NHI
CHÚNG QUỐC LONG
BÓN

Tài liệu tham khảo

1. ***1001 ý tưởng đột phá trong quảng cáo***, tác giả Luc Dupont, thực hiện First News – Trí Việt

2. ***Kế toán quản trị nhà hàng khách sạn***, tác giả Nguyễn Văn Dung, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia TP Hồ Chí Minh

3. ***Đường vào nghề kinh doanh nhà hàng***, tác giả Hồng Vân, Công Mỹ và Hoàng Giang, Công ty Tinh Văn và Nhà xuất bản Trẻ

4. ***101 cách tiếp thị***, tác giả Andrew Griffths, nhà xuất bản Thời Đại

5. ***Dốc hết trái tim***, tác giả Howard D.Schultz, Nhà xuất bản Trẻ

6. ***Cẩm nang giúp bạn xây nhà***, Tác giả Ngô Huy Nam, Nhà xuất bản Xây Dựng

7. ***Kỹ năng bán hàng***, Tác giả Phan Thanh Lâm, Nhà xuất bản Phụ nữ

8. ***Nhân lên thương hiệu việt***, Nhà xuất bản Trẻ

9. ***Bí quyết kinh doanh***, tác giả Tạ Ngọc Ái, Nhà xuất bản Từ điển Bách khoa

10. ***Bí quyết để có một thương hiệu mạnh***, tác giả Công ty Redic, nhà xuất bản Tri Thức

Mục Lục

Lời nói đầu 5

Phần mở đầu 10

- Con đường cà phê 11
- Cây cà phê tại Việt Nam 31
- Các giống cà phê 36
- Văn hóa cà phê Việt Nam 40
- Trào lưu thưởng thức cà phê ở Việt Nam 51

Phần 1: Chuẩn bị 72

- Chương 1: Lập kế hoạch kinh doanh 73
- Chương 2: Địa điểm kinh doanh 97
- Chương 3: Thiết kế 103
- Chương 4: Hướng dẫn cơ bản về hàng hóa và thực phẩm 121
- Chương 5: Pháp lý 132
- Chương 6: Nhân sự 139
- Chương 7: Danh mục chuẩn bị cho quán 157

Phần 2:	Vận hành	162
Chương 1:	Doanh Thu	163
Chương 2:	Hàng hóa	168
Chương 3:	Nhân sự	173
Chương 4:	Thức uống cà phê thông dụng	177
Chương 5:	Các chương trình Marketing	184
Phần 3:	Kiểm soát	192
Chương 1:	Kiểm soát thất thoát	193
Chương 2:	Nhân sự	202
Chương 3:	Hàng hóa	204
Chương 4:	Chi phí	206
Chương 5:	Doanh thu	208
Phần 4:	Phụ lục	214
	Bảng biểu	215
	Địa chỉ vàng	250
Tài liệu tham khảo		262

TỔNG PHÁT HÀNH

Công ty Văn Hóa Phương Nam

940 Đường 3 tháng 2, Phường 15, Quận 11, TP.HCM

ĐT: (08) 38663447 - (08) 38663448 - ext 305 - Fax (08) 38663449

Email: sach@pnc.com.vn; Website: www.pnc.com.vn

* TP. HỒ CHÍ MINH:

* Nhà sách Phương Nam Phú Thọ: 940 Đường Ba Tháng Hai, P.15, Q.11 - ĐT: 38.644.444, Fax: 38.663.449.
* Nhà sách Phương Nam Đại Thế Giới: 105 Trần Hưng Đạo B, P.6, Q.5 - ĐT: 38.570.407, Fax: 38.536.090.
* Nhà sách Phương Nam Lê Lợi: Saigon Centre (tầng 2), 65 Lê Lợi, Q.1 - ĐT: 38.217.131, Fax: 39.151.475.
* Nhà sách Phương Nam Nguyễn Oanh: 00 Nguyễn Oanh, P.10, Q. Gò Vấp - ĐT: 39.896.664 - 39.896.659, Fax: 39.896.660.
* Nhà sách Phương Nam Nguyễn Thái Sơn: 86A Nguyễn Thái Sơn, P.3, Q. Gò Vấp - ĐT: 38.943.246, Fax: 39.850.287.
* Nhà sách Phương Nam Nguyễn Kiệm: Co.opMart (tầng 2), 571 Nguyễn Kiệm, P.9, Q. Phú Nhuận - ĐT: 38.479.590, Fax: 39.971.434.
* Nhà sách Phương Nam Phú Mỹ Hưng: S1-S3 Khu phố Sky Garden 1, Nguyễn Văn Linh, Q.7 - ĐT: 54.102.474, Fax: 54.102.475.
* Nhà sách Phương Nam Cộng Hòa: Maximark 15-17 Cộng Hòa, P.4, Q.Tân Bình - ĐT: 38.449.820, Fax: 38.112.319.
* Nhà sách Phương Nam Parkson Hùng Vương: TTTM Parkson (tầng 2), 126 Hùng Vương, Q.5 - ĐT: 22.220.225, Fax: 22.220.225.
* Nhà sách Phương Nam An Phú: Siêu thị An Phú (tầng 2), 43 Thảo Điền, P. Thảo Điền, Q.2 - ĐT: 37.446.985, Fax: 37.446.987.
* Nhà sách Phương Nam Ebook Vincom: TTTM Vincom (tầng B2), 72 Lê Thánh Tôn, P. Bến Nghé, Q.1 - ĐT: 38233549.
* Nhà sách Phương Nam Rạch Miễu: 48 Hoa Sứ, phường 7, quận Phú Nhuận, Tp.HCM - ĐT: 35176521, Fax: 35176520
* Nhà sách Phương Nam tại Xa Lộ Hà Nội - HCM: Tầng 01, Siêu thị Co.op Mart - Số 191, Quang Trung, P. Hiệp Phú, Q. 9, Tp. HCM - ĐT: (08) 3736 7198 - Fax: (08) 3736 1656, Email: nsxalohanoi@pnc.com.vn
* Nhà Sách Phương Nam tại Vivocity: L3, 29-30 Khu Phố Sky Garden, Đại Lộ Nguyễn Văn Linh, Q7
* Phương Nam Online: www.nhasachphuongnam.com - Hotline: 1900 6656.

* BÌNH DƯƠNG: Nhà sách Phương Nam Aeon - Bình Dương: F26, tầng 2 khu phức hợp Canary đại lộ Bình Dương, P. Bình Hòa, TX. Thuận An, Bình Dương - ĐT: 0650371981

* CẦN THƠ: Nhà sách Phương Nam - Cần Thơ: 06 Hòa Bình, P. An Cư, Q. Ninh Kiều, TP. Cần Thơ - ĐT: (0710) 3.813.436 - (0710) 3.813.214, Fax: (0710) 3.813.437.

* PHAN THIẾT: NS Phương Nam - Chi nhánh Phan Thiết: 284 Trần Hưng Đạo, Phường Bình Hưng, Thành Phố Phan Thiết, Tỉnh Bình Thuận

* NHA TRANG:

* Nhà sách Phương Nam - Nha Trang: 17 Thái Nguyên, P. Phước Tân, TP. Nha Trang, Khánh Hòa - ĐT: (058) 3.563.415, Fax: (058) 3.819.958.
* Nhà sách Phương Nam - Cam Ranh: Ga đi Sân bay Cam Ranh, TP Nha Trang, Khánh Hòa - ĐT: 058.3703118.

* ĐÀ LẠT:

* Nhà sách Phương Nam - Đà Lạt: 16-20 Khu Hòa Bình, TP. Đà Lạt, Lâm Đồng - ĐT: 0633547547, Fax: 063-3822264.
* Nhà sách Phương Nam Liên Khương: Ga đi Sân bay Liên Khương, H. Đức Trọng, Lâm Đồng.

* ĐÀ NẴNG: * Nhà sách Phương Nam - Đà Nẵng: 252-254, Lê Duẩn, TP. Đà Nẵng - ĐT: (0511) 3.821.470 - 3817.017, Fax: (0511) 3.817.037.
* Nhà sách Phương Nam Kiosk Ga Đà Nẵng: Kios Ga Đà Nẵng, 202 Hải Phòng, Thanh Khê, TP. Đà Nẵng
* Nhà sách Phương Nam - Sân bay Đà Nẵng: Ga đi Quốc Nội, Cảng Hàng Không Quốc tế Đà Nẵng.

* QUẢNG NAM: Hội An thư quán: 06 Nguyễn Thị Minh Khai, TX Hội An, Quảng Nam - ĐT: (0510) 3.916.272, Fax: (0510) 3.916271.

* HUẾ:

* Nhà sách Phương Nam Phú Xuân: 131-133 Trần Hưng Đạo, TP. Huế, Thừa Thiên Huế - ĐT: (054) 3.522.000 - (054) 3.522.001, Fax: (054) 3.522.002.
* Nhà sách Phương Nam Phú Bài: Ga đi Sân bay Phú Bài, Khu B, P. Phú Bài, xã Hương Thủy, Thừa Thiên Huế - ĐT: (054) 3.955.446.
* TTVH Phương Nam - Làng nghề Huế: 15 Lê Lợi, TP. Huế, Thừa Thiên Huế - ĐT: (054) 3.946.765, Fax: (054) 3.946.768.

* HÀ NỘI:

* Nhà sách Phương Nam Garden Mall: TTTM Garden Mall (S3-08 tầng 3), đường Mễ Trì, xã Mễ Trì, H. Từ Liêm, Hà Nội, ĐT: (04) 37.876.434, Fax: (04) 37.876.433.
* Nhà sách Phương Nam tại Lotte - Hà Nội: Tầng 4 - Lotte Center - Số 54 Liễu Giai - P. Công Vị - Q. Ba Đình - Hà Nội. ĐT: 0432 676 059 – 0919 661 398, Email: nslotte@pnc.com.vn.
* Nhà sách Phương Nam - Nhà sách Almaz - CN Hà Nội: Gian hàng S3-08, tầng 3 TTTM The Garden, đường Mễ Trì, P. Mỹ Đình 1, Q. Nam Từ Liêm, Hà Nội. ĐT: 0439 724 866, Fax: 0437 876 433.

* QUẢNG NINH: TTVH Điện ảnh Quảng Ninh, Phố Nhà hát, P. Hồng Gai, TP. Hạ Long, Quảng Ninh - ĐT: (033) 3.819.529.
* Nhà sách Phương Nam - CN Vincom Quảng Ninh: TTTM Vincom Hạ Long, khu Cột Đồng Hồ, P. Bạch Đằng, Hạ Long, Quảng Ninh, ĐT: 0918395838, Fax: 063382264.

* HẢI PHÒNG: Nhà sách Phương Nam - Hải Phòng: Thủy Dương Plaza (tầng 3), ngõ 5 sân bay Cát Bi, P. Đông Khuê, Q. Ngô Quyền, TP. Hải Phòng - ĐT: (031) 3722.306, Fax: 3722.305.

LÀM CHỦ QUÁN CÀ PHÊ

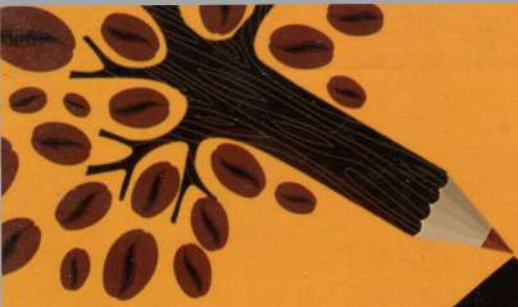
Nguyễn Ngọc Long

HỘI LUẬT GIA VIỆT NAM
NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC
Địa chỉ: 65 Tràng Thi - Quận Hoàn Kiếm - Hà Nội
Email: nhaxuatbanhongduc@yahoo.com
ĐT: 04.3 9260024 - Fax: 04.3 9260031

Chịu trách nhiệm xuất bản
Giám đốc
BÙI VIỆT BẮC
Chịu trách nhiệm nội dung
Tổng Biên tập
LÝ BÁ TOÀN

Biên tập: **TS. Khuất Duy Kim Hải**
Bìa: **Ngọc Cẩm**
Ảnh bìa: **Long Nguyễn**
Trình bày: **Penguin**
Sửa bản in: **Long Nguyễn**

In 2.000 cuốn khổ 14 x 20.5 cm, tại Công ty In Kim An Đông,
8/1 Lạc Long Quân, P.9, quận Tân Bình, TP.HCM.
Số đăng ký kế hoạch xuất bản: 331-2015/CXBIPH/39-08/HĐ.
Quyết định xuất bản số: 2572/QĐ-NXBHĐ Ngày 18.11.2015.
In xong và nộp lưu chiểu năm 2016.
Mã số sách tiêu chuẩn quốc tế (ISBN): 978-604-86-4307-2



"Đây là quyển sách không thể bỏ qua khi bạn có ý định mở quán kinh doanh cà phê nói riêng và ăn uống nói chung tại Việt Nam. Cuốn sách làm tôi ngạc nhiên khi đề cập đến mọi khía cạnh trong kinh doanh quán cà phê, dù là những chi tiết nhỏ nhất, cuốn sách thật thú vị và giá trị"

Cô **Nguyễn Đức Thục Anh**
Hiệu trưởng trường Hướng Nghiệp Á Âu

"Kinh doanh quán cà phê luôn có sức hấp dẫn và là mơ ước của nhiều người Việt Nam. Cuốn sách là một cẩm nang cần thiết và giá trị cho người khát khao khởi nhiệp bằng kinh doanh quán cà phê. Tuy nhiên, yếu tố chính quyết định sự thành công khi kinh doanh là đặc thù và sự khác biệt của riêng bạn. Đặc thù này không có sẵn trong mỗi con người mà được học hỏi, tích lũy qua tháng năm trải nghiệm nghề nghiệp, đó chính là việc chọn địa điểm, không gian, quản trị nhân sự, quản lý chi phí, thái độ đối với khách... Một điều không thể thiếu để thành công là sự may mắn, kinh nghiệm cho thấy sự may mắn thường mỉm cười với những người kinh doanh có đạo đức và có tâm"

Anh **Đặng Tấn Bảo** - Chủ chuỗi quán cà phê Thềm xưa, Du Miên, Vô Thường Miền Đồng Thảo, Phong Lữ Thảo, Sorento và Du Miên Garden

TỔNG PHÁT HÀNH
PNC
CÔNG TY VĂN HÓA PHƯƠNG NAM
940 ĐƯỜNG 3/2, P.15, Q.11, TP. HỒ CHÍ MINH

Phòng Kinh doanh sách
Email: *sach@pnc.com.vn*
Tel: 38 663447 - ext 408 hoặc 0914891656

Làm chủ quán cà phê
ISBN: 978-604-86-4307-2
9 786048 643072
Giá: 95.000Đ