

**CUỘC THI Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO MITC STARTUP  
CẤP TRƯỜNG NĂM 2022**

---



**Chủ đề cuộc thi: ĐẠO ĐỨC - SÁNG TẠO - CÔNG NGHỆ - KẾT NỐI**  
Moral - Innovation – Technology – Connection

**KINH DOANH CÀ PHÊ THÚ CÙNG  
PET COFFEE**

**Lĩnh vực:**

**Đơn vị dự thi : Khoa QTKD-DL-TT**

**Trương Thị Anh Phương**

Phú Yên, Tháng 06 /2022

**DANH MỤC**

**Hồ sơ dự án được đóng tập theo thứ tự:**

1. Danh mục tài liệu
2. Bản tóm tắt dự án
3. Bản thuyết minh dự án
4. Hồ sơ khác: Video, hình ảnh, sản phẩm (nếu có).

(Cá nhân, tổ chức dự thi tự chịu trách nhiệm về tính bảo mật, sở hữu trí tuệ)

## **BẢNG TÓM TẮT DỰ ÁN**

### **I. Tên nhóm/cá nhân dự thi**

1. Họ và tên (cá nhân hoặc trưởng nhóm dự án): Trương Thị Anh Phương  
Số điện thoại liên hệ: 0335334358
2. Địa chỉ Email:
3. Danh sách thành viên trong nhóm

<b>Họ và tên</b>	<b>Năm thứ</b>	<b>Chuyên ngành</b>	<b>Kinh nghiệm, sở trường cho dự án</b>
Trương Thị Anh Phương	1	Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống	

**II. Tóm tắt dự án** (trình bày thông tin ngắn gọn, cô đọng khoảng 01 trang) với các thông tin sau:



### **1. Ý tưởng chính của dự án.**

Nuôi thú cưng \_xu hướng mới của thời đại. Hiện nay nhu cầu nuôi thú cưng tại các hộ gia đình Phú Yên tăng lên nhanh chóng nhưng không dễ đáp ứng do các rào cản về sức khỏe, môi trường, điều kiện kinh tế.

Ý tưởng kinh doanh quán cà phê thú cưng ra đời như một giải pháp giúp thoả mãn niềm yêu thích thú cưng của nhiều người và đang chứng minh sức hút vô cùng lớn.

Quán “PET COFFEE” là sự khác biệt trong ý tưởng, “Chất lượng tạo nên uy tín” với phương châm trên nhóm đặt việc phục vụ thức uống đạt chất lượng lên hàng đầu cùng phong cách phục vụ tận tình chuyên nghiệp. Không sử dụng cà phê bản trên thị trường nhằm tang doanh thu, làm kinh doanh phải có đạo đức nghề nghiệp, chọn nguyên liệu có nguồn gốc rõ ràng, nguyên chất. Nhóm muốn đem đến cho khách đến thưởng thức cà phê những tách cà phê ngon,

đúng điệu và hơn thế nữa là được giao lưu thư giãn bên cạnh thú cưng của mình kết hợp cùng các dịch vụ bán các thức ăn dành cho thú cưng. Kinh doanh các loại thức uống năng động dành cho giới trẻ kết hợp giao lưu thú cưng của quán với các bạn và giữa thú cưng của các bạn khác với nhau. Đồng thời kết hợp đăng các bài bán thú cưng của quán cho các bạn yêu động vật có tình trạng kinh doanh

## **2. Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án**

- Hiện nay ở Phú Yên có rất nhiều hộ gia đình chơi thú cưng. Vì vậy các chủ nhân của thú cưng khi đi cà phê riêng một mình thì có thể dẫn cả thú cưng của mình đến quán “PET COFFEE” để có không gian riêng nhiều hơn, thú cưng của mình được vui chơi và sinh sống. Bên cạnh việc cung cấp thức uống cà phê cho khách ngoài ra quán còn có thể bán thêm thức ăn cho thú cưng để khách hàng làm phần thưởng khi chơi với chúng.

- “PET COFFEE” cho phép khách hàng mang các bé thú cưng của khách đến quán để các bé có thể kết giao với nhiều bạn bè.
- Tổ chức các cuộc thi cho các thú cưng để giao lưu với nhau tại quán như đuổi bắt đồ chơi, chạy đua cùng thú cưng,...
- Khi kinh doanh loại quán cà phê như này dễ thu hồi vốn, dễ tăng doanh thu.
- Có lượng khách trung thành lớn: Thú cưng với chủ như một người bạn thân, chỉ cần nhớ chúng là họ có thể đến quán bất cứ lúc nào, nhờ đó có thể duy trì lượng khách hàng trung thành nhất định. Đảm bảo doanh thu đều đặn kể cả khi không xúc tiến các chương trình marketing, quảng cáo.
- Nhưng kinh doanh này số lượng thú cưng lớn nên phải đảm bảo cho chúng sức khỏe tốt để phục vụ khách hàng cũng như tạo không gian sôi động, vui vẻ cho quán.
- Để làm được điều này phải nắm chắc kiến thức nuôi thú cưng, vệ sinh cho chúng thường xuyên và có tình yêu thương động vật

## **3. Sự khác biệt so với thị trường hiện nay:**

- Mô hình kinh doanh kinh doanh cà phê và các dịch vụ giải trí cho thú cưng đầu tiên ở Phú Yên.

- Đây là loại kinh doanh Cà phê và có các hoạt động giải trí, có thức ăn cho thú cưng tại quán và kèm theo cà phê cho chủ nhân của thú cưng khi đưa chúng vào quán để vui chơi.

## **4. Xác định thị trường mục tiêu:**

- Giới trẻ: độ tuổi từ 15 đến 30 tuổi là những học sinh, sinh viên sinh sống và học tập xung quanh khu vực quán.

- Phong cách sống: yêu thú cưng, yêu động vật, có nhiều thời gian rảnh để trò chuyện nói về thú cưng.

- Khách hàng có thu nhập từ 5 – 10 triệu đồng/tháng

- Nhóm khách hàng trẻ: sau những giờ làm, đi học đến với quán chơi đùa cùng những chú chó, mèo để giảm căng thẳng, mệt mỏi.

**5. Xác định đối thủ cạnh tranh:**

- Các quán cà phê tại Phú Yên.

**6. Cơ cấu chi phí:**

- Dự kiến chi phí kinh doanh:

TT	Khoản mục	Số tiền	Ghi chú
1	<b>Chi phí xây dựng quán</b>	<b>160.000.000</b>	
	+ Xây dựng, sửa chữa	50.000.000	
	+ Nội thất	80.000.000	Bàn gỗ có kiểu ngồi bệt, ghế, tủ,...
	+ Thiết kế và trang trí	30.000.000	Đèn, tranh, ảnh,...
2	<b>Trang thiết bị, dụng cụ pha chế</b>	<b>122.000.000</b>	
	+ Trang thiết bị pha chế cà phê	100.000.000	May pha cà phê, máy xay sinh tố,...
	+ Máy vi tính	7.000.000	
	+ Máy tính tiền	5.000.000	
	+ Các đồ dùng khác	10.000.000	Ly đựng cà phê, ống hút,...
3	<b>Định dạng thương hiệu</b>	<b>30.000.000</b>	
	+ Thiết kế logo	10.000.000	
	+ Biểu hiệu	10.000.000	
	+ Ấn phẩm quảng cáo, tuyên truyền	10.000.000	Chạy quảng cáo trên fanpage,...
	<b>TỔNG CỘNG</b>	<b>312.000.000</b>	

- Chi phí hoạt động bình quân.

TT	Khoản mục	Giá trị bình quân 1 tháng	Ghi chú
1	<b>Chi phí thuê mặt bằng</b>	<b>10.000.000</b>	
2	<b>Lương nhân viên</b>	<b>16.000.000</b>	
	+ 2 nhân viên phục vụ cà phê	8.000.0000	Từ 18 tuổi trở lên, vui vẻ, nhiệt tình,...
	+ 1 nhân viên pha chế	4.500.0000	Có kỹ năng pha chế cơ bản.
	+1 bảo vệ	3.500.0000	Có sức khỏe,...
3	<b>Phí dịch vụ</b>	<b>5.000.000</b>	
	+ Điện, nước, wifi	5.000.000	
4	<b>Chi phí kinh doanh cà phê</b>	<b>10.000.000</b>	

	Nguyên vật liệu pha chế	10.000.000	
5	<b>Chi phí về thú cưng</b>	<b>18.000.000</b>	
	Thức ăn cho thú cưng	5.000.000	
	Thú cưng (chó, mèo)	5.000.000	60 triệu/ năm
	Chăm sóc thú cưng	2.000.000	Khoán 24 triệu/ năm
	Đồ chơi cho thú cưng	5.000.000	
	Tổ chức các cuộc thi cho thú cưng	1.000.000	Tùy vào các cuộc thi
6	<b>Chi phí chạy quảng cáo</b>	<b>2.000.000</b>	
7	<b>Chi phí khác</b>	<b>2.000.000</b>	
	<b>TỔNG CỘNG</b>	<b>66.000.000</b>	

Thu lợi nhuận từ:

- + Kinh doanh cà phê: Đồ uống có giá mềm dao động từ 20.000đ – 40.000đ/ly cà phê.
- + Kinh doanh đồ ăn cho thú cưng: Tùy vào từng loại thức ăn cho thú cưng sẽ có giá khác nhau. Giá thức ăn cho thú cưng tùy loại giao động từ 39.000đ – 199.000đ/ gói.

**\* Những thuận lợi khó khăn thực tế khi bắt đầu dự án:**

*1. Thuận lợi :*

Bạn sẽ có cảm giác thật bình yên khi được vuốt ve những con chó, con mèo xinh xắn và đáng yêu, cùng chúng chạy quanh sân cỏ và nô đùa thỏa thích trong không gian xanh mát tạo cho khách hàng những cảm giác dễ chịu.

Khách hàng có thể dắt thú cưng của mình theo để chúng có thể kết bạn và chơi đùa cùng nhau, tạo không gian vui vẻ.

❖ Lợi ích kinh tế:

- Mang lại nguồn lợi nhuận lớn cho chủ đầu tư.
- Mang lại nguồn thu cho đất nước từ thuế
- Lợi ích kinh tế đóng góp vào ngân sách hàng năm:
- + Thuế thu nhập DN
- + Thuế thu nhập cá nhân.

❖ Lợi ích xã hội:

- Pet Coffee sẽ giúp giải quyết tình trạng khách hàng chưa thỏa mãn về các dịch vụ trong các quán café ở Phú Yên hiện nay đặc biệt trong khu vực lân cận quán, đáp ứng nhu cầu giải trí của người dân, đặc biệt là vào những ngày nghỉ, ngày lễ tết.

*2. Khó khăn:*

Quán phải bỏ thời gian chăm nuôi, thuần hóa. Chi phí đầu tư một đàn thú cưng như vậy có thể lên đến hàng trăm triệu đồng, chưa tính khoản cho chuồng trại, chăm sóc hàng ngày. Sau một thời gian được khách bế, đùa giỡn, những con thú

nuôi đều tỏ ra mệt mỏi, kém linh hoạt. Khi thú cưng căng thẳng, thú có khả năng phản kháng, cắn người. Cũng không có trường hợp những con vật này sẽ đổ bệnh do bị khách hàng cho ăn những món ăn lạ.

*3. Rủi ro:*

- Bên cạnh những lợi ích về nhiều mặt, cũng như các dự án về giải trí khác, “Pet Coffee” trong tương lai có thể bị các đối thủ cạnh tranh lấn sân nếu chúng tôi không đa dạng hóa các dịch vụ một cách thường xuyên để tránh lạc hậu, lỗi thời. Tuy nhiên dựa vào các phân tích ở trên, chúng ta nhận thấy rủi ro này có thể khắc phục được.

## **BẢN THUYẾT MINH DỰ ÁN**

### **I. TỔNG QUAN DỰ ÁN**

#### **1. Dự án thuộc giai đoạn:**

##### **Dự án đang trong quá trình lên ý tưởng.**

- Ý tưởng: Kinh doanh cà phê thú cưng

Nếu đã quá nhàm chán với những quán cà phê quen thuộc, có phần đơn điệu, tại sao cuối tuần này bạn không thử hẹn hò ở một không gian mới lạ, dành cho những thực khách đặc biệt.

Vốn phổ biến từ lâu tại các nước như Nhật Bản, Hàn Quốc... cà phê thú cưng là điểm đến yêu thích của những người yêu động vật. Cà phê thú cưng tại Việt Nam cũng rất đa dạng, cách cơ bản nhất để phân loại chúng là tùy thuộc vào loại thú cưng, phổ biến nhất là chó, mèo. Những thú cưng ấy được nuôi dưỡng, thuần chủng và giới thiệu cho thực khách nhằm tạo không gian thư giãn và đặc biệt giúp giới trẻ ưa khám phá biết yêu thương và bảo vệ động vật hơn. Ngoài việc nhìn ngắm những thú cưng và thưởng thức đồ uống trong một không gian lạ mắt, khách tới quán cũng có thể xin phép để được chơi với những thú cưng. Khách thoải mái chơi đùa và chụp hình với chúng để lưu lại những khoảnh khắc đáng yêu.

Những khách hàng đến với quán coffee đặc biệt này là những bạn trẻ yêu động vật, có ý thức bảo vệ chúng. Cũng có thể là những khách hàng mới lần đầu muốn tìm đến sự độc đáo mới lạ vào cuối tuần.

Một số hình ảnh về mô hình kinh doanh coffee thú nuôi thành công hiện nay:







- Kế hoạch:

+ Thời gian dự kiến của dự án: Tổng thời gian : 3 năm

✓ Năm đầu tiên:

Có lời hoặc hoàn vốn → tiếp tục kinh doanh.

Lỗ trên 30% → rút dự án, sang quán.

✓ Năm thứ 2:

Ổn định mô hình → tiếp tục kinh doanh

✓ Năm thứ 3:

Phong trào thú cưng vẫn hot và phát triển mạnh mẽ hơn → Lợi nhuận cao → mở thêm chi nhánh

Thoái trào → kết thúc dự án, sang quán, đổi hình thức kinh doanh.

+ Hiệu quả của dự án mong muốn đạt được:

• Giai đoạn 1: Năm đầu tiên của dự án: Tổng vốn đầu tư 500 triệu đồng

✓ Ba tháng đầu: chấp nhận lỗ <15% là < 75 triệu đồng vì chưa có khách hàng nhiều và phải thực hiện nhiều dịch vụ khuyến mãi, giảm giá làm giảm doanh thu.

✓ Chín tháng tiếp theo: xoay vòng vốn, doanh thu khoảng 100 triệu đồng/tháng

✓ Ước tính doanh thu cả năm khoảng 1 tỷ đồng.

• Giai đoạn 2: Năm thứ 2:

✓ Ước tính doanh thu cả năm khoảng 1,5 tỷ đồng. Tỷ lệ tăng trưởng 50%.

• Giai đoạn 3: Năm thứ 3:

✓ Ước tính doanh thu cả năm hơn 2 tỷ triệu đồng. Tỷ lệ tăng trưởng 16%..

**2. Mô tả tổng quan:**

<p><b>ĐỐI TÁC CHÍNH</b></p> <p>Khách hàng đam mê thú cưng</p>	<p><b>HOẠT ĐỘNG CHÍNH</b></p> <p>Kinh doanh cà phê thú cưng.</p> <p>Tổ chức các cuộc thi dành riêng cho thú cưng để chủ nhân với chúng có thể gần gũi hơn.</p>	<p><b>GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Không gian mang đến niềm vui, sự thoải mái bên cạnh những thú cưng dễ thương và xinh đẹp.</li> <li>- Nơi thư giãn cho các chủ nhân của các thú cưng.</li> </ul>	<p><b>QUAN HỆ KHÁCH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Các cửa hàng bán thức ăn cho thú cưng</li> <li>- Các nhà cung cấp nguyên liệu pha chế đồ uống, cà phê.</li> </ul>	<p><b>PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giới trẻ: độ tuổi từ 15 đến 30 tuổi - Phong cách sống: yêu thú cưng, yêu động vật, có nhiều thời gian rảnh để trò chuyện nói về thú cưng.</li> <li>- Khách hàng có thu nhập từ 5 – 10 triệu đồng/tháng</li> <li>- Nhóm khách hàng trẻ: sau những giờ làm, đi học đến với quán chơi đùa cùng những chú chó, mèo để giảm căng thẳng, mệt mỏi..</li> </ul>
	<p><b>NGUỒN LỰC CHÍNH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đội ngũ pha chế và phục vụ cà phê.</li> </ul>	<p><b>CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trang facebook PET COFFEE</li> <li>- Tiktok</li> <li>- Tạo group thú cưng</li> </ul>		
<p><b>CƠ CẤU CHI PHÍ (chi tiết xem bảng chi phí)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chi phí xây dựng quán</li> <li>- Trang thiết bị, dụng cụ kinh doanh cà phê</li> <li>- Định dạng thương hiệu</li> <li>- Chi phí thuê mặt bằng</li> <li>- Lương nhân viên</li> <li>- Phí dịch vụ</li> <li>- Chi phí tổ chức các cuộc thi cho thú cưng</li> <li>- Chi phí chạy quảng cáo</li> <li>- Chi phí khác</li> </ul>		<p><b>DÒNG DOANH THU</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinh doanh cà phê.</li> <li>- Kinh doanh thức ăn cho thú cưng.</li> <li>- Tổ chức các cuộc thi dành riêng cho thú cưng.</li> </ul>		

## II. CHI TIẾT DỰ ÁN

### 1. Mô tả sản phẩm dự án, cách vận hành

- Tính thực tế trong ý tưởng kinh doanh: Sau khi khảo sát thị trường, nhóm nhận thấy hình thức kinh doanh quán cà phê thú cưng là có tiềm năng. Vì hiện nay, các quán cà phê nguyên chất rang xay tại chỗ đã xuất

hiện quá nhiều, các hình thức quán cà phê khác như cà phê bệt, cà phê take away, cà phê phong cách Nhật Bản, cà phê sách... cũng đã xuất hiện tại thị trường Phú Yên, đòi hỏi nhóm phải có hình thức kinh doanh quán cà phê tuy không phải là mới nhưng vẫn còn lạ, thú vị với nhiều người. Thông qua tìm hiểu, tại Phú Yên chưa có quán cà phê thú cưng. Dựa vào đó, nhóm đã lên ý tưởng với hình thức cà phê thú cưng một phong cách mới lạ.

- Mô hình kinh doanh cà phê thú cưng.

+ Loại hình kinh doanh: Kinh doanh quán cà phê thú cưng là loại hình kinh doanh nhỏ lẻ, yêu cầu vốn đầu tư không quá cao nên loại hình kinh doanh phù hợp là doanh nghiệp tư nhân.

+ Ưu điểm của việc lựa chọn loại hình doanh nghiệp tư nhân:

- Về chế độ sở hữu và chịu trách nhiệm: Chủ doanh nghiệp có toàn quyền quyết định việc sử dụng lợi nhuận sau khi đã nộp thuế và thực hiện các nghĩa vụ tài chính khác theo quy định của pháp luật. Vì đó chủ doanh nghiệp còn có thể tự quản lý hoặc thuê người quản lý các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

+ Nhược điểm của việc lựa chọn loại hình doanh nghiệp tư nhân:

- Nếu chế độ sở hữu và chịu trách nhiệm như phân tích ở trên được coi là một ưu điểm của doanh nghiệp tư nhân thì nó cũng là một nhược điểm rất lớn của loại hình doanh nghiệp này. Việc không có sự tách bạch về tài sản giữa chủ doanh nghiệp và doanh nghiệp dẫn đến khi có rủi ro xảy ra, chủ doanh nghiệp tư nhân sẽ phải chịu trách nhiệm vô hạn bằng toàn bộ tài sản của mình chứ không chỉ giới hạn trong phạm vi số vốn góp vào doanh nghiệp như ở loại hình công ty TNHH hoặc Công ty Cổ phần.
- Doanh nghiệp tư nhân không có tư cách pháp nhân.
- Về cách thức huy động vốn: nếu như công ty Cổ phần có quyền phát hành cả cổ phiếu và trái phiếu, công ty TNHH có quyền phát hành trái phiếu để huy động vốn thì doanh nghiệp tư nhân lại không được phát hành bất kỳ loại chứng khoán nào, dẫn đến khó khăn cho doanh nghiệp trong việc huy động vốn.

- Mục tiêu cụ thể:

- Giai đoạn 1: năm đầu tiên:

Tháng 1: khuyến mãi 10%

- Bán được khoảng ~50 ly/ngày – giá TB 27000 đồng/ly – 1,5 triệu đồng/ngày → khoảng ~1500ly/tháng – 40,5 triệu đồng/tháng

- Bán được 20 gói thức ăn cho thú cưng /tháng – giá TB 115.000đ / gói – 2,3 triệu đồng/tháng

=> Tổng doanh thu 42,8 triệu đồng/tháng

Tháng 2:

- Bán được khoảng ~80 ly/ngày – giá TB 30000 đồng/ly – 2,4 triệu đồng/ngày → khoảng ~2400ly/tháng – 72 triệu đồng/tháng

- Bán được 30 gói thức ăn cho thú cưng /tháng – giá TB 115.000đ / gói–3,45 triệu đồng/tháng

=> Tổng doanh thu 75,45 triệu đồng/tháng

Tháng 3:

- Bán được khoảng ~100 ly/ngày – giá TB 30000 đồng/ly – 3 triệu đồng/ngày → khoảng ~3000ly/tháng– 90 triệu đồng/tháng

- Bán được 50 gói thức ăn cho thú cưng /tháng – giá TB 115.000đ / gói–5,75 triệu đồng/tháng

=> Tổng doanh thu 95,75 triệu đồng/tháng

Tháng 4,5,6,7,8,9,10,11,12: việc kinh doanh bắt đầu ổn định, doanh số tương tự tháng 3

- Bán được khoảng ~100 ly/ngày – giá TB 30000 đồng/ly – 3 triệu đồng/ngày → khoảng ~3000ly/tháng– 90 triệu đồng/tháng

- Bán được 50 gói thức ăn cho thú cưng /tháng – giá TB 115.000đ / gói–5,75 triệu đồng/tháng

=> Tổng doanh thu 95,75 triệu đồng/tháng

Tổng doanh thu 1 tỷ 075 triệu 750 ngàn đồng/năm.

• Giai đoạn 2: năm 2

- Bán được khoảng ~150 ly/ngày – giá TB 30000 đồng/ly – 4.5 triệu đồng/ngày

→ khoảng 150x350~52500 ly/năm – 1 tỷ 575 triệu đồng/năm

- Bán được 60 gói thức ăn cho thú cưng /tháng – giá TB 115.000đ / gói–6,9 triệu đồng/tháng → khoảng 82,8 triệu đồng/ năm.

- Tổng doanh thu 1 tỷ 657 triệu đồng/năm

• Giai đoạn 3: năm 3

- Bán được khoảng ~170 ly/ngày – giá TB 30000 đồng/ly – 5.1 triệu đồng/ngày → khoảng 170x350 ~59500 ly/năm – 1 tỷ 785 triệu đồng/năm

-Bán được 80 gói thức ăn cho thú cưng /tháng – giá TB 115.000đ / gói–9,2 triệu đồng/tháng → khoảng 110,4 triệu đồng/ năm.

- Tổng doanh thu 1 tỷ 895 triệu đồng/năm.

+ Tháng đầu tiên nên mức tiêu thụ sản phẩm còn ít, mọi người chưa được biết đến quán, tuy đã giảm giá nhưng rất khó tăng doanh số nên chỉ đưa ra định mức bán hàng vừa phải cho tháng đầu tiên.

+ Ảnh hưởng từ hoạt động marketing rầm rộ từ tháng 1, quán bắt đầu thu hút được khách hàng, quá trình quảng bá quán vẫn tiếp tục. Do đó, định mức bán hàng sẽ tăng lên.

+ Các tháng tiếp theo, bây giờ mọi người đều biết đến quán, đã có những khách hàng quen thuộc, hoạt động quảng bá vẫn tiếp tục. Tình hình kinh doanh dần ổn định. Định mức bán hàng sẽ tăng lên và ổn định.

+Tổ chức các cuộc thi, chương trình để hỗ trợ hoạt động Marketing trên Facebook lôi kéo khách hàng, nhờ một số trang báo về thú cưng PR cho quán

## **2. Tính độc đáo, sáng tạo:**

- Về sản phẩm hay dịch vụ là hoàn toàn mới và chưa có trên thị trường tại Phú Yên.
- Về quá trình sản xuất, lưu thông hay mô hình vận hành được tạo ra bởi sự sáng tạo từ các quán cà phê thú cưng hiện có ở các thành phố lớn như TP. Hồ Chí Minh.

## **3. Thuyết minh về mô hình kinh doanh:**

- Với mức giá mềm dao động từ 20.000đ – 40.000đ cho một ly cà phê thì phân khúc thị trường mà Pet coffee nhắm đến là phân khúc tầm trung và sẽ dựa vào mức thu nhập của tầng lớp học sinh - sinh viên, cán bộ công nhân viên chức và người lao động đang sinh sống và làm việc trên địa bàn TP Tuy Hòa.
- Giá thức ăn cho thú cưng tùy loại giao động từ 39.000đ – 199.000đ thì phân khúc thị trường mà Pet coffee là tầng lớp trung lưu, có thu nhập từ 5 – 10 triệu/tháng. Với mức thu nhập này thì mức giá ở trên có thể nói là hợp lý, hoàn toàn phù hợp với nhu cầu của một người yêu thú cưng và đúng giá thị trường.
- *Khu vực:*
  - + Địa điểm mở quán: 241 Hùng Vương, Phường 9, Tuy Hòa.
  - + Đây là nơi tập trung nhiều giới trẻ và dân cư trong độ tuổi lao động chiếm tỷ lệ cao trong dân cư địa bàn thành phố.
  - + Hiện khu vực này chưa có quán cà phê kinh doanh theo hình thức cà phê thú cưng.
  - + Thiết kế quán theo phong cách hiện đại: Phong cách mà nhà PET COFFEE hướng đến là không gian tinh nghịch, thoải mái cho các khách hàng có thể đến thưởng thức cà phê và chơi cùng các thú cưng của mình.
- *Lợi ích cho khách hàng từ sản phẩm, dịch vụ:*
  - + Là nơi gửi gắm thú cưng của mình.
  - + Nơi thư giãn sau thời gian làm việc căng thẳng.
- *Phân khúc khách hàng:*
  - + Giới trẻ: độ tuổi từ 15 đến 30 tuổi là những học sinh, sinh viên sinh sống và học tập xung quanh khu vực quán.
  - + Phong cách sống: yêu thú cưng, yêu động vật, có nhiều thời gian rảnh để trò chuyện nói về thú cưng.
  - + Khách hàng có thu nhập từ 5 – 10 triệu đồng/tháng
  - + Nhóm khách hàng trẻ: sau những giờ làm, đi học đến với quán chơi đùa cùng những chú chó, mèo để giảm căng thẳng, mệt mỏi.
- *Các kênh phân phối đến khách hàng:*
  - + Qua các trang mạng xã hội như là Facebook, Grab food,...
  - + Trực tiếp tại cửa hàng.
- *Các kênh marketing, tiếp cận đến khách hàng:*
  - + Marketing truyền miệng đến với khách hàng.

+ Fanpage PET COFFEE

+ Tiktok

+ Các trang như Địa điểm ăn uống và nghỉ dưỡng Phú Yên, Tuy Hòa Young,....

- Tổ chức sản xuất/kinh doanh:

Bất cứ doanh nghiệp nào cũng cần lập một kế hoạch dài hạn xuyên suốt và kéo dài trong năm. Kế hoạch bao gồm các chuỗi chương trình hoạt động nhằm lôi kéo, duy trì và phát triển sản phẩm của mình. Và Pet coffee cũng vậy, ngày càng phải cạnh tranh gay gắt với các quán cà phê khác. Cho nên, việc xây dựng một chuỗi chương trình nhằm đánh vào yếu tố nhận biết của khách hàng để từ đó tạo ra thói quen đến quán chia sẻ tình yêu đối với động vật, sẵn sàng bỏ tiền ra sắm thú cưng riêng cho mình là rất cần thiết.

Các chuỗi hoạt động đầu tiên được xây dựng trong năm đầu tiên với mục tiêu đánh vào tiềm thức của khách hàng, khi có nhu cầu uống cà phê bên cạnh những con vật dễ thương, mua một con thú cưng điểm đến để lựa chọn đó là Pet Coffee.

Bảng chuỗi chương trình hoạt động trong năm đầu tiên:

<b>2023</b>	
<b>Tháng</b>	<b>Chương trình hoạt động</b>
1	Tung bưng khai trương cửa hàng Lập fanpage Pet coffee Khuyến mãi giảm giá Chạy quảng cáo trên FaceBook
2	Tổ chức hoạt động Marketing trên FaceBook lôi kéo khách hàng, nhờ một số trang báo về thú cưng PR cho quán
3	
4	FB Marketing
5	Chương trình "Ngày hội yêu thương" Hợp tác cùng các bên như nhà cung cấp thức ăn, cơ sở thú y. Phát thức ăn, khám sức khỏe cho thú cưng miễn phí.
6	Tri ân khách hàng nửa năm hoạt động
7	FB Marketing
8	FB Marketing
9	Rước lồng đèn cùng thú cưng

	Tổ chức cuộc thi cho thú cưng của khách hàng.
10	FB Marketing
11	Tặng đồ trang trí cho thú cưng
12	

- Chương trình hoạt động trong 2 năm tiếp theo:

- + Nhằm duy trì lượng khách hàng các hoạt động của năm đầu vẫn diễn ra.
- + Thay vì tung bồng khai trương sẽ là ngày kỉ niệm hoạt động của quán.
- + Nhận tổ chức, tài trợ các sự kiện do các nhóm yêu động vật thực hiện.

- Chuẩn bị nguồn lực:

+ Đào tạo đội ngũ pha chế và phục vụ đồ uống cà phê.

- Những đối tác kinh doanh chủ yếu:

- Đầu vào: các nhà cung cấp các nguyên vật liệu pha chế cà phê và các đồ uống, các nhà cung cấp thức ăn cho thú cưng.
- Đầu ra: Các khách hàng nuôi thú cưng.

#### **4. Kết quả tiềm năng của dự án:**

- Quy mô tiềm năng của dự án: quy mô vừa - phương châm chậm mà chắc.
- Tính khả thi của dự án: tạo ra được sản phẩm cần thiết cho thị trường.
- Tiềm năng lợi nhuận của dự án: chi phí bỏ ra vừa phải nhưng đem lại lợi nhuận phù hợp cho dự án

#### **5. Tự đánh giá tác động của dự án:**

- Lợi ích của xã hội khi triển khai dự án (tác động xã hội)
- + Có tác động mạnh mẽ đến xã hội
- + Cru mang những con vật nuôi bị bỏ rơi.

#### **6. Chiến lược phát triển (năng lực cạnh tranh):**

- Chiến lược:

- + Quán sẽ áp dụng các phương tiện marketing ít tốn kém nhưng đạt kết quả cao và tính chất lâu dài.
- + Xây dựng thông điệp marketing: “Không gian mang đến niềm vui, sự thoải mái bên cạnh những thú cưng đáng yêu”.
- + Tổ chức các cuộc thi theo tháng nhằm lôi kéo, duy trì và phát triển sản phẩm của mình. Và PET COFFEE cũng vậy, ngày càng phải cạnh tranh gay gắt với các quán cà phê khác. Cho nên, việc xây dựng một chuỗi chương trình nhằm đánh vào yếu tố nhận biết của khách hàng để từ đó tạo ra thói quen đến quán chia sẻ tình yêu đối với động vật, sẵn sàng bỏ tiền ra sắm thú cưng riêng cho mình là rất cần thiết.

- Điểm mạnh:

+ Mô hình kinh doanh cà phê thú cưng chưa có tại Phú Yên

+ Nhờ khả năng giao tiếp và có năng lực quản lý tốt chúng tôi sẽ kết hợp phòng chăn nuôi thú y địa phương để kiểm soát, hạn chế và ngăn chặn các bệnh dịch cúm từ thú cưng của quán.

- Điểm cần khắc phục:

+ Vốn kinh doanh hạn chế và chưa được nhiều người biết đến, việc đẩy mạnh các hoạt động marketing và tiếp thị sẽ tạo cơ hội cho quán phát triển và có cơ hội mở rộng quy mô.

- Nhìn nhận về cơ hội:

+ Phát huy điểm mạnh để nắm bắt cơ hội như với sản phẩm chất lượng, giá hợp lý, không gian buôn bán và giao thông thuận lợi cộng với khả năng tiếp thị, và đội ngũ nhân viên nhiệt tình vui vẻ sẽ thu hút được lượng khách hàng đến với quán, người quản lý có năng lực tốt sẽ có cơ hội tìm được các nhà cung cấp tốt.

- Thách thức cần vượt qua:

+ Con đường kinh doanh sẽ gặp nhiều trở ngại cho những người vừa mới bước chân vào nhưng với sự quyết tâm và kiến thức được rèn luyện sẽ giúp chúng tôi đối đầu với những thách thức và nắm bắt được cơ hội kịp thời với mục tiêu xây dựng ở quán cà phê giải trí thú cưng mang lại nhiều thành công hơn.



**NỘI DUNG TRÌNH BÀY TRONG VIDEO CLIP (NẾU CÓ)**  
***(Tối đa 5 phút)***

1. Giới thiệu về nhóm và các thành viên trong nhóm;
2. Trình bày về sản phẩm dịch vụ của nhóm, tóm tắt về mục tiêu, giá trị, tầm nhìn của sản phẩm, dịch vụ. Phân khúc khách hàng chính của sản phẩm dịch vụ. Giá trị của sản phẩm đối với cộng đồng, xã hội.
3. Giới thiệu về tính sáng tạo, giá trị khác biệt, lợi thế cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ.
4. Đánh giá về tính khả thi của dự án, ứng dụng khoa học công nghệ và kỹ thuật
5. Đánh giá về kết quả dự kiến và nêu vắn tắt về kế hoạch phát triển sản phẩm dịch vụ của ý tưởng/dự án