

# LỜI GIỚI THIỆU

## LÀM NGHỀ TỬ TẾ VÀ KINH DOANH CŨNG CẦN TỬ TẾ

– **Trịnh Hồng Giang**

*Người sáng lập Gia Trinh Bakery*

*Diễn giả ở Cố vấn khởi nghiệp ngành Ẩm thực*

Có người từng hỏi tôi: “Điều gì làm nên thương hiệu Gia Trinh Bakery hôm nay?” Tôi nghĩ mãi rồi trả lời: “Không phải công thức bánh, không phải máy móc, càng không chỉ là thiết kế cửa hàng. Mà là tư duy – từ cách chọn mặt bằng, tuyển người, phục vụ khách, cho tới khi tiễn khách ra về.” Đó là tư duy mà tôi học từ sai lầm của mình – những ngày thiếu kế hoạch, thiếu hệ thống, thiếu cả vốn xoay vòng, dù bánh rất ngon.

Chính vì vậy, khi đọc bản thảo *Bí quyết kinh doanh trà sữa, cà phê, bánh ngọt*, tôi cảm thấy đây không chỉ là một cuốn sách mà là một tấm bản đồ chỉ đường cho những người đang muốn bước chân vào ngành F&B với tâm thế làm nghề nghiêm túc.

Cuốn sách giúp người đọc “học làm chủ” từ những điều cốt lõi:

- Chọn địa điểm có dòng tiền, chứ không chỉ có dòng người.
- Tối ưu chi phí khởi nghiệp bằng bảng dự toán thực tế.
- Đặt quy trình đào tạo nhân viên như một phần linh hồn của cửa tiệm.
- Hiểu rõ quyền – nghĩa vụ khi hợp tác nhượng quyền để không ảo tưởng, mơ mộng.
- Và hơn hết, xây dựng được một trải nghiệm khách hàng nhất quán, bền lâu.

Tôi đặc biệt ấn tượng với những chương viết về bài trí không gian quán theo luồng di chuyển của khách hàng hay cách thiết kế menu, giá thành, sản phẩm cốt lõi để đảm bảo lợi nhuận mà vẫn giữ chất riêng – đó là điều mà một chủ quán phải hiểu rõ ngay từ ngày đầu, thay vì để học qua “trả giá”.

Ở Gia Trịnh Bakery, tôi luôn giữ một nguyên tắc: “Không chạy theo xu hướng, chỉ cần làm tử tế trên tư duy đúng là đủ.” Tác phẩm này cũng có tinh thần ấy – không màu mè, không lý thuyết suông. Chỉ là những gì “người trong nghề” truyền lại cho người mới bắt đầu, để đi đường ngắn hơn, đúng hơn và vững hơn.

Tôi viết lời tựa này với sự trân trọng, đặc biệt trong giai đoạn mà ngành F&B đang đứng trước làn sóng tẩy

chạy, nghi ngờ, thiếu minh bạch, lẫn lộn trong hàng giả, hàng nhái tràn lan để thanh lọc những cá nhân và tổ chức làm thật, làm đúng, làm tử tế. Tôi trân trọng cuốn sách, trân trọng tác giả và trân trọng những bạn trẻ đang chuẩn bị đặt viên gạch đầu tiên cho hành trình khởi nghiệp. Mong bạn đọc xong cuốn sách này, sẽ đủ bản lĩnh để mở tiệm, và đủ tình yêu để giữ tiệm ấy sống lâu, sống đẹp, tử tế và tự do.

## **KIM CHỈ NAM ĐÁNG TIN CẬY TRONG NGÀNH F&B**

---

– Hoàng Phương

Đồng sáng lập Kafela Coffee

Thị trường đồ uống và bánh ngọt hiện nay đang chứng kiến tốc độ phát triển mạnh mẽ với nhu cầu tiêu dùng không ngừng gia tăng, đặc biệt tại các đô thị lớn, nơi người trẻ có xu hướng uống cà phê, trà sữa hay đến tiệm bánh như một phần không thể thiếu trong đời sống thường ngày. Chính vì thế, khởi nghiệp với một cửa hàng trà sữa, cà phê hay bánh ngọt đang trở thành lựa chọn hấp dẫn cho nhiều bạn trẻ cũng như các nhà đầu tư nhỏ. Đây là ngành có rào cản gia nhập không quá cao, yêu cầu vốn đầu tư ban đầu vừa phải và có khả năng sinh lời tốt nếu biết vận hành hợp lý.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy không ít người khởi sự kinh doanh trong lĩnh vực này nhanh chóng rơi vào tình trạng thua lỗ hoặc phải đóng cửa chỉ sau một thời gian ngắn. Nguyên nhân không nằm ở việc thiếu đam mê mà chủ yếu đến từ việc thiếu kiến thức nền tảng và kỹ năng quản trị thực tế – từ hoạch định chiến lược đến vận hành cửa hàng. Bởi lẽ, giữa một thị trường sôi động và cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, chỉ có những mô hình được xây dựng bài bản, vận hành tinh gọn và tạo ra trải nghiệm khách hàng vượt trội mới có thể tồn tại lâu dài và tăng trưởng bền vững.

Cuốn sách *Bí kíp kinh doanh trà sữa, cà phê, bánh ngọt* ra đời với mục tiêu trở thành người đồng hành thiết thực và đáng tin cậy dành cho bất kỳ ai đang ấp ủ ý định mở cửa hàng trong lĩnh vực này. Từ góc độ marketing và vận hành – hai trụ cột quan trọng nhất quyết định thành bại của một mô hình kinh doanh F&B nhỏ – cuốn sách mang đến những kiến thức nền tảng, đi kèm với các hướng dẫn thực hành cụ thể, dễ áp dụng.

**Chiến lược định vị thị trường và lựa chọn địa điểm** là một trong những nội dung then chốt được phân tích sâu sắc. Cuốn sách hướng dẫn cách khảo sát và phân tích khu vực kinh doanh một cách hệ thống: từ đánh giá nhu cầu thị trường, năng lực chi tiêu của khách hàng mục tiêu, tình hình cạnh tranh, đến yếu tố lưu lượng người qua lại hay còn được ví như “dòng tiền” sống còn của một cửa hàng. Tác giả cũng chỉ ra rằng việc chọn địa điểm thực chất là chọn đúng tập khách hàng trọng tâm và một vị trí tốt có thể tạo ra khác biệt lớn về doanh thu. Những sai lầm phổ biến khi chọn địa điểm cũng được chỉ rõ để người đọc tránh ngay từ đầu.

**Xây dựng nền tảng kinh doanh vững chắc** là phần tiếp theo, tập trung vào việc giúp người khởi nghiệp lựa chọn mô hình phù hợp với năng lực và điều kiện của bản thân: vận hành độc lập, hợp tác với đối tác hay tham gia vào hệ thống nhượng quyền. Mỗi mô hình đều có ưu – nhược điểm riêng và cuốn sách giúp bạn phân tích, so sánh để đưa ra lựa chọn tối ưu. Các vấn đề quan

trọng khác như huy động vốn, lập kế hoạch tài chính ban đầu hay dự báo vốn lưu động cũng được đề cập cụ thể, dễ hiểu.

Không thể thiếu trong quá trình xây dựng và vận hành cửa hàng là phần **tối ưu hóa trải nghiệm tại điểm bán**. Từ khâu lựa chọn thiết kế không gian phù hợp với đối tượng khách hàng mục tiêu, đến việc bố trí công năng hiệu quả, đầu tư thiết bị đúng mức và chọn nhà cung cấp nguyên liệu ổn định – tất cả đều ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm khách hàng, chất lượng sản phẩm và khả năng kiểm soát chi phí. Đặc biệt, kỹ năng tổ chức sản xuất và duy trì chất lượng thành phẩm đồng đều qua từng món – từng ngày – là yếu tố sống còn để giữ chân khách hàng trung thành.

Bên cạnh đó, cuốn sách cũng dành phần lớn dung lượng cho **quản lý dịch vụ và marketing**, hai yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh và tăng trưởng dài hạn. Từ tuyển dụng, đào tạo, đến quản lý nhân sự và văn hóa phục vụ đều được phân tích rõ ràng, nhấn mạnh vai trò của chi tiết nhỏ trong việc tạo ra trải nghiệm khách hàng đáng nhớ. Ngoài ra, các chương trình khuyến mại, dịch vụ giao hàng và đặc biệt là ứng dụng các nền tảng marketing hiện đại như WeChat, video ngắn hay các công cụ số khác cũng được đề cập như những công cụ thiết yếu trong thời đại số, giúp gia tăng độ phủ thương hiệu và kết nối chặt chẽ hơn với cộng đồng khách hàng.

Với sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa lý thuyết thực tiễn và các ví dụ cụ thể dễ hiểu, cuốn sách này không chỉ là cẩm nang hữu ích cho người mới bắt đầu mà còn là tài liệu tham khảo giá trị cho những ai đang muốn tối ưu hóa mô hình kinh doanh hiện có. Đây sẽ là kim chỉ nam đáng tin cậy để bạn định hình chiến lược, vận hành hiệu quả và xây dựng một thương hiệu bền vững trong ngành trà sữa, cà phê và bánh ngọt đầy cạnh tranh nhưng cũng không kém phần thú vị này.

# LỜI NÓI ĐẦU

**K**hởi nghiệp bằng cách mở cửa hàng là giấc mơ và cũng là khởi đầu sự nghiệp của rất nhiều người. Tất cả những người khởi nghiệp đều hy vọng rằng cửa hàng của mình sẽ ăn nên làm ra nhưng lại không biết nên bắt đầu từ đâu, dẫn đến nhiều rủi ro và những yếu tố không chắc chắn cho việc kinh doanh. Thế nên mở cửa hàng để khởi nghiệp là một quá trình mà chúng ta phải không ngừng học hỏi và rèn giũa cả về lý thuyết lẫn thực hành. Đầu tiên là cần chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi mở cửa hàng. Trước khi mở cửa hàng, cần tiến hành khảo sát thị trường, lập kế hoạch cho cửa hàng mà mình dự định mở; ra thị trường để khảo sát số lượng, vị trí, lượng khách, thu nhập trung bình của kiểu cửa hàng này...

Khởi nghiệp bằng cách mở cửa hàng trà sữa, cà phê hay bánh ngọt không quá khó, số vốn đầu tư không lớn, tỷ suất hoàn vốn khá tốt. Dù là tham gia vào chuỗi nhượng quyền hay tự mở cửa hàng theo ý tưởng riêng cũng đều khá phù hợp với giới trẻ, giúp tích lũy kinh nghiệm và nguồn lực, là lựa chọn đáng cân nhắc cho việc khởi nghiệp.

Tuy nhiên, đầu tư mở cửa hàng không phải là chuyện có thể xong trong một sớm một chiều, mà cần trải qua quá trình lập kế hoạch chi tiết và cẩn trọng, sau khi tính toán kỹ lưỡng mới có thể chính thức vận hành. Tuy nhiên, thực tế có rất nhiều người khởi nghiệp, người kinh doanh, người quản lý tham gia vào ngành trà sữa, cà phê, bánh ngọt lại không biết cách vận hành thực sự như thế nào.

Vì lý do đó, chúng tôi đã quy tụ những nhà quản lý hàng đầu dày dặn kinh nghiệm thực tiễn trong việc mở cửa hàng và vận hành cửa hàng để biên soạn cuốn sách *Bí quyết kinh doanh trà sữa, cà phê, bánh ngọt: Hướng dẫn từ A đến Z cho người mới bắt đầu*. Nội dung cuốn sách bao gồm tất cả kiến thức liên quan đến việc làm sao để mở một cửa hàng trà sữa, cà phê, bánh ngọt, chủ yếu từ năm khía cạnh: lập kế hoạch trước khi mở cửa hàng, chuẩn bị khai trương đón khách, quản lý thu mua nguyên liệu, quản lý chế biến sản phẩm và quản lý vận hành cửa hàng nhằm giới thiệu và hoạch định chi tiết cách mở một cửa hàng trà sữa, cà phê, bánh ngọt.

Cuốn sách này có kết hợp cả hình minh họa, lồng ghép nhiều ví dụ thực tế, mang tính ứng dụng cao. Đây sẽ là tài liệu tham khảo hữu ích cho các nhà quản lý, nhân viên tại các cửa hàng trà sữa, cà phê, bánh ngọt, cũng như những ai đang có ý định bước vào lĩnh vực quản lý những mô hình kinh doanh này.

Do năng lực của tác giả còn hạn chế, cuốn sách khó tránh khỏi những thiếu sót. Chúng tôi rất mong nhận được sự góp ý và nhận xét từ độc giả.

Cuốn sách này được tài trợ bởi Quỹ Xuất bản Tác phẩm Học thuật của Học viện Kỹ thuật Nghệ Thuật Quyển. Chúng tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc trước sự hỗ trợ quý báu này!

*Tác giả*

*Dung Lợi*

# MỤC LỤC

Lời giới thiệu .....	5
Lời nói đầu .....	12

---

<b>CHƯƠNG 1:</b> Lên kế hoạch trước khi mở cửa hàng .....	16
--	----

<b>CHƯƠNG 2:</b> Chuẩn bị mở cửa hàng và kinh doanh .....	66
--	----

<b>CHƯƠNG 3:</b> Quản lý việc thu mua nguyên liệu.....	142
--	-----

<b>CHƯƠNG 4:</b> Quản lý sản xuất thành phẩm.....	208
---	-----

<b>CHƯƠNG 5:</b> Quản lý vận hành cửa hàng .....	268
--	-----

---