



សាកលវិទ្យាល័យក្សេមបូឌិនិតសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

កិច្ច

The Royal University of Law and Economic

កិច្ចការស្រាវជ្រាវ

មុខវិជ្ជា: សហគ្រួសារ

ប្រធានបទ: ផែនការអាជីវកម្មសម្រាប់ហាងកាហ្វេ

ក្រុមទី: ២

និស្សិតឈ្មោះ:

១. ស៊ីវ ម៉េងហុង

៦. វុត្តា នីតា

២. ស៊ាង សៀកលីវ

៧. រស់ ជាលីន

៣. ធួនកុសល តុលា

៨. អ៊ុំ កាន

៤. អ៊ីវ សុផានិត

៩. ណាំ ស៊ាវ

៥. ផាត ដារី

១០. ជឿន នីស្សា

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ: ព្រំ ទេវី

ថ្នាក់: B3C01

បរិញ្ញាប័ត្រ: ធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុ

ឆ្នាំសិក្សា: 2024-2025

មាតិកា

1. Introduction (ការណែនាំ)

1.1 Purpose of the Report (គោលបំណងនៃរបាយការណ៍)

1.2. Importance of Coffee Shops Today (សារៈសំខាន់នៃហាងកាហ្វេក្នុងសម័យបច្ចុប្បន្ន)

2. Business Concept (គំនិតអាជីវកម្ម)

2.1. Vision & Mission (ចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្ម)

2.2. Unique Selling Proposition (ចំណុចពិសេសសម្រាប់ការប្រកួតប្រជែង)

2.3. គោលដៅរយៈពេលវែង និងគោលដៅរយៈពេលខ្លីរបស់ហាងកាហ្វេ

3. Market Research (ការសិក្សាទីផ្សារ)

3.1 Target Audience (អតិថិជនគោលដៅ)

3.2 Industry Overview (ទិដ្ឋភាពឧស្សាហកម្ម)

3.3. Competitor Analysis (ការវិភាគគូប្រកួត)

4. Location and Setup (ទីតាំង និងការរៀបចំ)

4.1 Choosing the Right Location (ការជ្រើសរើសទីតាំងសមរម្យ)

4.2 Interior Design & Ambience (ការរចនាផ្ទៃក្នុង និងបរិយាកាស)

4.3 Licenses and Permits Required (ការយកអាជ្ញាប័ណ្ណនិងការអនុញ្ញាត)

5. Products and Services (ផលិតផល និងសេវាកម្ម)

5.1 Menu Planning (ការរៀបចំម៉ឺនុយ)

5.2. ភ្នាក់ងារសម្រាប់ដឹកជញ្ជូន

5.3.សម្ភារៈបរិក្ខារសម្រាប់ប្រើប្រាស់សម្រាប់ហាងកាហ្វេ

6. Marketing and Branding (ការផ្សព្វផ្សាយ និងការបង្កើតម៉ាក)

6.1 Brand Identity (អត្តសញ្ញាណ)

6.2 Social Media Strategy (យុទ្ធសាស្ត្រ Online)

7. Conclusion (សន្និដ្ឋាន)

1. Introduction (ការណែនាំ)

ផែនការអាជីវកម្មគឺជាឯកសារលម្អិតដែលរៀបរាប់ពីគោលដៅ យុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន និងរបៀបដែលវាមានផែនការដើម្បីសម្រេចបាន។ វាដើរតួនាទីជាផែនទីបង្ហាញផ្លូវសម្រាប់កំណើនអាជីវកម្ម និងមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការទទួលបានមូលនិធិពីអ្នកវិនិយោគ ឬអ្នកឱ្យខ្ចី។ ការណែនាំអំពីផែនការអាជីវកម្មជាធម្មតាផ្តល់នូវទិដ្ឋភាពសង្ខេបអំពីក្រុមហ៊ុន បេសកកម្ម និងគោលដៅសំខាន់ៗរបស់វា។

1.1 Purpose of the Report (គោលបំណងនៃរបាយការណ៍)

ផែនការអាជីវកម្មត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីជួយគ្រប់គ្រងអង្គភាពដោយបញ្ជាក់ពីមហិច្ឆិតា របៀបដែលពួកគេនឹងត្រូវសម្រេច និងនៅពេលណាពិតប្រាកដ។ ផែនការនេះក៏នឹងជួយសង្ខេបអំពីអ្វីដែលអាជីវកម្មនោះនិយាយអំពីមូលហេតុដែលវាមាន និងកន្លែងដែលវានឹងទៅដល់។

ផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងបម្រើជាចំណុចសំខាន់នៃឯកសារយោងសម្រាប់វិនិយោគិន ដៃគូ និយោជិក និងអ្នកគ្រប់គ្រង ដើម្បីវាយតម្លៃវឌ្ឍនភាពប្រឆាំងនឹងគោលបំណង។

1.2. Importance of Coffee Shops Today (សារៈសំខាន់នៃហាងកាហ្វេក្នុងសម័យបច្ចុប្បន្ន)

ហាងកាហ្វេមានសារៈសំខាន់នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ព្រោះវាបម្រើជាមជ្ឈមណ្ឌលសង្គមដ៏សំខាន់ និងកន្លែងសហគមន៍ ជំរុញការតភ្ជាប់ និងអន្តរកម្មនៅក្នុងពិភពឌីជីថលដែលកាន់តែខ្លាំងឡើង។ ពួកគេក៏ផ្តល់នូវបរិយាកាសការងារ និងការសិក្សាដ៏មានតម្លៃផងដែរ ដោយផ្តល់នូវតុល្យភាពរវាងបរិយាកាសដឹកកំភ្លៅ បរិយាកាសក្នុងផ្ទះ និងកន្លែង

សម្រាប់ផលិតភាព។ លើសពីនេះ ហាងកាហ្វេបានរួមចំណែកដល់សេដ្ឋកិច្ចក្នុងតំបន់ គាំទ្រអត្តសញ្ញាណវប្បធម៌ និងផ្តល់នូវបទពិសោធន៍តែមួយគត់ដែលលើសពីភេសជ្ជៈ។

2. Business Concept (គំនិតអាជីវកម្ម)

គំនិតអាជីវកម្មជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់មុននិងចាប់ផ្តើមការបើកហាងកាហ្វេ Mood Cafe ដោយយើងផ្តោតទៅលើ កាហ្វេដែលមានគុណភាពខ្ពស់ បរិយាកាសមានភាពស្អាតមន៍ និងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារដ៏រឹងមាំ។ Mood Cafe ក៏ផ្តោតសំខាន់លើអតិថិជនគោលដៅ រស់ជាតិនៃកាហ្វេ ដើម្បីអាចយកឈ្នះដៃគូប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារ។

2.1. Vision & Mission (ចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្ម)

ចក្ខុវិស័យ Mood Cafe គឺដើម្បីក្លាយជាម៉ាកយីហោកាហ្វេដែលមានអតិថិជនគាំទ្រច្រើន មានទីតាំងច្រើន ហើយអាចប្រកួតប្រជែងជាមួយហាងកាហ្វេដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីល្បាញ។ ហើយសម្រាប់បេសកកម្មគឺ ដើម្បីផ្តល់កាហ្វេរួមទាំងភេសជ្ជៈដែលមានគុណភាពខ្ពស់ និងបរិយាកាសស្អាតមន៍ ហើយពេលវេលាដែលរងជាំកាហ្វេខ្លីបំផុត។ បំណងសំខាន់ៗដែលចក្ខុវិស័យនេះគាំទ្រ

- បង្កើតផលិតផលកាហ្វេដែលមានគុណភាព និងប្លែក
- ផ្តល់បទពិសោធន៍សេវាកម្មដែលអតិថិជនមានអារម្មណ៍ថាត្រូវបានថែរក្សា
- ឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការផ្សេងៗ (ដូចជា កាហ្វេគ្មានជាតិខ្លាញ់, មិនមានជាតិទឹកដោះគោ, ឬសមនឹងអ្នកប្រើស្តុរ)
- បង្កើតបរិយាកាសដែលអាចជាកន្លែងធ្វើការផ្ទាល់ខ្លួន ឬសម្រាកយ៉ាងស្ងប់ស្ងាត់
- ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងភាពងាយស្រួលក្នុងការបញ្ជាទិញ។

យើងប្តេជ្ញាផ្តល់បទពិសោធន៍កាហ្វេដែលមានគុណភាពខ្ពស់ តាមរយៈការជ្រើសរើសគ្រឿងផ្សំស្រស់ស្អាត ការច្នៃប្រឌិតម៉ឺនុយ និងការផ្តល់សេវាកម្មដោយមានការគោរពនិងយល់ដឹងចំពោះតម្រូវការអតិថិជន។ យើងបំពេញចក្ខុវិស័យដោយបង្កើតបរិយាកាសស្រស់ស្រាយ សមស្របសម្រាប់ការសម្រាក ការជជែក ឬការធ្វើការជាបុគ្គល—ជាកន្លែងដែលអតិថិជនអាចស្វែងរកទំនាក់ទំនង និងភាពរីករាយជារៀងរាល់ថ្ងៃ។

- ជ្រើសរើសគ្រឿងផ្សំដែលមានគុណភាព និងប្រភពច្បាស់លាស់
- បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកឲ្យមានសេវាកម្មអភិជន និងការយល់ដឹងអំពីអតិថិជន
- បង្កើតម៉ឺនុយដែលមានជម្រើសសមនឹងតម្រូវការផ្សេងៗ (សុខភាព, របបអាហារ, រសជាតិ)
- ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដើម្បីធ្វើឲ្យការបញ្ជាទិញ និងការទូទាត់ងាយស្រួល
- ទទួលយកយោបល់អតិថិជន និងធ្វើការកែលម្អជាបន្តបន្ទាប់
- បង្កើតបរិយាកាសដែលមានសោភ័ណភាព និងភាពស្ងប់ស្ងាត់សម្រាប់ការសម្រាក ឬការងារ។

2.2. Unique Selling Proposition (ចំណុចពិសេសសម្រាប់ការប្រកួតប្រជែង)

សម្រាប់ហាងកាហ្វេ Mood Cafe គឺ ផ្តោតសំខាន់ទៅលើគុណភាព កាហ្វេពិសេស បទពិសោធន៍អតិថិជនផ្ទាល់ខ្លួន ការផ្តល់ជូនម៉ឺនុយពិសេស បរិយាកាសជាក់លាក់ ហើយក្រុមសីលធម៌ល្អរបស់បុគ្គលិក និងនិរន្តរភាព។ ហើយរួមបញ្ចូលចំណុចពិសេសដែលខុសពីដៃគូប្រកួតប្រជែង និងការឆ្លើយតបជាមួយសំណើអតិថិជន។

នេះគឺជាឧទាហរណ៍មួយចំនួននៃ USPs សម្រាប់ហាងកាហ្វេ Mood Cafe ៖

+ផ្តោតលើកាហ្វេ៖

- **ការហ្វេសិន**៖ ផ្ដោតលើការហ្វេសិន គុណភាពខ្ពស់ ហើយក្រុមហ៊ុនស្ថាប័ន ជំនាញក្នុងការផ្ដល់ការហ្វេសិនលាស់ និងម៉ឺនុយដែលបង្ហាញពីភាពខុសប្លែកគ្នានៃ វិធីដុត និងវិធីផលិតផ្សេងៗ។
- **ភេសជ្ជៈពិសេស**៖ ផ្តល់ជូនប្រភេទភេសជ្ជៈជាច្រើនមុខផ្សេងទៀតក្រៅពីការហ្វេសិន ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និង ផ្ដោតលើសជាតិតាមរដូវកាលដែលហៅថា Seasonal Drink។
- **ការហ្វេសិនស្រុក**៖ រំលេចការប្រើប្រាស់ការហ្វេសិនពីកសិដ្ឋាននៅរតនគិរី។

+ផ្ដោតលើបទពិសោធន៍៖

- **បទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួន**៖ ចងចាំចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន ផ្តល់ជម្រើសភេសជ្ជៈ តាមតម្រូវការ និងបង្កើតកម្មវិធី ដែលផ្តល់រង្វាន់ជាប្រចាំជាមួយនឹងអត្ថប្រយោជន៍ ពិសេស។
- **បរិយាកាសប្រធានបទ**៖ រចនាហាងការហ្វេសិននៅពេលដែលចូលមកមានអារម្មណ៍ ស្ងប់ស្ងាត់, ងាយស្រួល និងផ្តល់អារម្មណ៍កក់ក្តៅ (Comfort Chill and Cozy)។
- **សេវាកម្មអតិថិជនពិសេស**៖ បណ្តុះបណ្តាលហ្វេសិនឱ្យមានភាពរួសរាយរាក់ទាក់ ចំណេះដឹង និងការយកចិត្តទុកដាក់ ធានានូវបទពិសោធន៍វិជ្ជមាន និងស្វាគមន៍ សម្រាប់អតិថិជនទាំងអស់។

2.3. គោលដៅរយៈពេលវែង និងគោលដៅរយៈពេលខ្លីរបស់ហាងការហ្វេសិន

គោលដៅរយៈពេលខ្លី (Short-Term Goals: 6–12 ខែ)

គោលដៅទាំងនេះផ្ដោតលើការបង្កើតមូលដ្ឋានរឹងមាំ និងការចាប់ផ្ដើមអាជីវកម្មយ៉ាង មានប្រសិទ្ធភាព៖

- បង្កើតម៉ឺនុយដែលមានភាពច្នៃប្រឌិត និងសមនឹងតម្រូវការអតិថិជន

- បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកឲ្យមានសេវាកម្មអភិជន និងការប្រាស្រ័យទាក់ទងយ៉ាងគោរព
- បង្កើតប្រព័ន្ធបញ្ជាទិញ និងទូទាត់ឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព (POS, QR code, online ordering)
- ធ្វើសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយតាមបណ្តាញសង្គម ដើម្បីបង្កើនការទទួលស្គាល់
- ទទួលយកយោបល់អតិថិជន និងធ្វើការកែលម្អម៉ឺនុយ ឬសេវាកម្មជាបន្តបន្ទាប់
- បង្កើតបរិយាកាសស្រស់ស្រាយ សមស្របសម្រាប់ការសម្រាក និងការងារ

គោលដៅវេយៈពេលវែង (Long-Term Goals: 2–5 ឆ្នាំ)

គោលដៅទាំងនេះផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្ម និងការរីកចម្រើនយ៉ាងចីរភាព៖

- បង្កើតឈ្មោះហាងឲ្យក្លាយជាអ្នកដឹកនាំក្នុងបទពិសោធន៍កាហ្វេក្នុងតំបន់
- បើកសាខាថ្មីនៅទីតាំងសំខាន់ៗ (បើមានសមត្ថភាព)
- ប្រើប្រាស់គ្រឿងផ្សំដែលមានប្រភពចីរភាព និងគាំទ្រកសិករជាតិ
- បង្កើតប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងហាងដោយប្រើ Excel, QuickBooks ឬ POS ដើម្បីតាមដានប្រាក់ចំណូល-ចំណាយ
- បង្កើតសហការណ៍ជាមួយសហគ្រិនក្នុងសហគមន៍ ដើម្បីធ្វើកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយ ឬការផ្គត់ផ្គង់
- បង្កើតវគ្គបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់បុគ្គលិក ដើម្បីបង្កើនជំនាញ និងភាពជាអ្នកដឹកនាំ

3. Market Research (ការសិក្សាទីផ្សារ)

ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារមិនត្រឹមតែមានសារៈសំខាន់ក្នុងការផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវការយល់ដឹង កាន់តែប្រសើរឡើងអំពីស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ននៃឧស្សាហកម្មហាងកាហ្វេ (គំនិតកំពុងពេញ និយមប្រអប់) និងទិដ្ឋភាពផ្សេងៗនៃអាជីវកម្ម ដើម្បីឱ្យវាទាក់ទាញ អតិថិជនត្រឹមត្រូវ ។

ជំហានសំខាន់ៗក្នុងការស្រាវជ្រាវទីផ្សារឱ្យបានហ្មត់ចត់សម្រាប់ហាងកាហ្វេ Mood Cafe រួមមាន៖

3.1 Target Audience (អតិថិជនគោលដៅ)

អតិថិជនគោលដៅសម្រាប់ហាងកាហ្វេ Mood Cafe គឺទូលំទូលាយ ដោយរួម បញ្ចូលអ្នកដែលចូលចិត្តកាហ្វេ និង ភេសជ្ជៈដែលពាក់ព័ន្ធ ក៏ដូចជាអ្នកដែលស្វែងរក កន្លែងសម្រាប់ជួបជុំគ្នា ធ្វើការ ឬសិក្សាក្នុងបរិយាកាសសម្រាកកាយ។ នេះរួមបញ្ចូល ទាំងសិស្ស អ្នកជំនាញ និង អ្នកស្វែងរកកន្លែងសម្រាកលំហែកាយ។

+នេះជាការវិភាគលម្អិតចំពោះ Mood Cafe ៖

- **អ្នកដឹកកាហ្វេធម្មតា៖** អ្នកដែលចូលចិត្តកាហ្វេជាទម្លាប់ប្រចាំថ្ងៃឬការព្យាបាលម្តង ម្កាល។
- **សិស្ស៖** ហាងកាហ្វេផ្តល់កន្លែងងាយស្រួល និងតម្លៃសមរម្យសម្រាប់ការសិក្សា និងទំនាក់ទំនងសង្គម។
- **អ្នកធ្វើការ៖** អ្នកជំនាញជាច្រើនប្រើប្រាស់ហាងកាហ្វេជាកន្លែងធ្វើការ ឬកន្លែងប្រជុំ។
- **អ្នកធ្វើការពីចម្ងាយ៖** អ្នកដែលចូលចិត្តធ្វើការ ធ្វើការនៅខាងក្រៅការិយាល័យ តែងតែទៅរកហាងកាហ្វេសម្រាប់បរិយាកាស និង ការ Free WIFI ដែលហាងផ្តល់ជូន។

- កន្លែងជួមជុំ៖ ហាងកាហ្វេអាចធ្វើជាកន្លែងជួបជុំមិត្តភក្តិ និងក្រុមគ្រួសារ។
- អតិថិជនប្រញាប់ប្រញាល់ពេលព្រឹក៖ អ្នកដែលស្វែងរក កាហ្វេហ្វឺសនៅពេលព្រឹក និងងាយស្រួលនៅពេលធ្វើដំណើរទៅធ្វើការ ឬទៅសាលា។
- អ្នកចូលចិត្តកាហ្វេពិសេស៖ ចំពោះអ្នកចូលចិត្តកាហ្វេដែលចាប់អារម្មណ៍លើប្រភពដើម ការដុត និងដំណើរការផលិតកាហ្វេរបស់ពួកគេ។



3.2 Industry Overview (ទិដ្ឋភាពឧស្សាហកម្ម)

ការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងអាជីវកម្មនេះមានភាពខ្លាំងក្លាហើយទិដ្ឋភាពសំខាន់ៗនៃឧស្សាហកម្មហាងកាហ្វេរួមមាន៖

- ទំហំទីផ្សារ និងកំណើន៖

ទីផ្សារហាងកាហ្វេនៅ Phnom Penh កំពុងមានការរីកចម្រើនជាលំដាប់ រួមទាំងមានការបើកហាងកាហ្វេកើនឡើងជាបន្តបន្ទាប់

• **ចំណូលចិត្តអ្នកប្រើប្រាស់៖**

ហាងកាហ្វេដែលអាចទទួលបានជោគជ័យគឺដោយរសជាតិក៏ដូចជាផលិតផលដែលកំពុងមានការចាប់អារម្មណ៍ក្នុងប្រព័ន្ធ Internet

• **ទីតាំង និងទម្រង់៖**

ហាងកាហ្វេជាធម្មតាមានទីតាំងនៅក្នុងតំបន់ដែលមានការចាប់អារម្មណ៍ ដូចជាសាលារៀន, ការិយាល័យក្រុមហ៊ុន, សាកលវិទ្យាល័យ។ល។ ទម្រង់នៃហាងកាហ្វេធំទូលាយ, ងាយស្រួលរកចំណត, មានជាសុខភាព, និងសេវាកម្មរហ័ស។

• **ប្រភេទអាហារ៖**

ហាងកាហ្វេជាទូទៅត្រូវតែមាន ផលិតផលដទៃទៀតក្រៅពីកាហ្វេរួមមាន croissant, donuts, cake slice, អាហារពេលព្រឹក, អាហារសម្រន់ជាច្រើនជម្រើស ។ល។

3.3. Competitor Analysis (ការវិភាគគូប្រកួត)

អាជីវកម្មនេះមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ដោយមានហាងល្បីធំៗដូចជា (Starbucks, Brown, Tube...) និងហាងកាហ្វេជាច្រើនទៀតដែលកំពុងប្រជែងគ្នាដណ្តើមចំណែកទីផ្សារ។

ដូចនេះដើម្បីអាចឈរជើងលើទីផ្សារបានយើងត្រូវពិនិត្យមើលចំណុចសំខាន់ៗដូចជា បញ្ជីម្ហូប វិធីសាស្ត្រកំណត់តម្លៃ បទពិសោធន៍អតិថិជន ទីតាំង ឯកត្តភាពក្នុងការបង្ហាញម៉ាក និងអត្ថប្រយោជន៍ពិសេសរបស់ពួកគេ។ តាមរយៈការវិភាគពី

+ គុណសម្បត្តិ

-ដូចជាសេវាបម្រើរបស់ ឬភាពមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងបណ្តាញសង្គម

+ គុណវិបត្តិ

-ដូចជាគុណភាពមិនថេរ ឬកន្លែងអង្គុយមានកំណត់

-យើងអាចរកឃើញចន្លោះនៅលើទីផ្សារ។

នេះជួយឱ្យ Mood Cafe មានទីតាំងយុទ្ធសាស្ត្រដែលមានភាពខុសគ្នា ដោយផ្តល់បទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួនខ្ពស់ អត្តសញ្ញាណម៉ាកទាក់ទាញ និងផ្តោតលើគុណភាពនិងភាពស្ងប់ស្ងាត់។ តាមរយៈការវិភាគនេះ យើងមានបំណងបង្កើតអាទិភាពប្រកួតប្រជែងដែលសមស្របជាមួយតម្លៃម៉ាក និងទាក់ទាញទៅដល់ អតិថិជនគោលដៅរបស់យើង។



4. Location and Setup (ទីតាំង និងការរៀបចំ)

4.1 Choosing the Right Location (ការជ្រើសរើសទីតាំងសមរម្យ)

ការជ្រើសរើសទីតាំងហាងកាហ្វេដែលទទួលបានជោគជ័យពាក់ព័ន្ធនឹងការពិចារណាលើចរាចរណ៍ជើង ភាពមើលឃើញ ភាពងាយស្រួល អតិថិជនគោលដៅ និងការប្រកួតប្រជែង។ ការស្រាវជ្រាវតំបន់នេះ ការយល់ដឹងអំពីប្រជាសាស្ត្រក្នុងតំបន់ និងការធានាលំហអាកាសស្របតាមច្បាប់កំណត់តំបន់ក៏ជាជំហានសំខាន់ផងដែរ។

+ទីតាំងដែល Mood Café ចង់បាន៖

- **ចរាចរណ៍ជើង៖** តំបន់ដែលមានចរាចរណ៍ខ្ពស់ដូចជាសាកលវិទ្យាល័យ អគារការិយាល័យ ឬតំបន់ផ្សារទំនើបអាចទាក់ទាញអតិថិជនជាបន្តបន្ទាប់។
- **អតិថិជនគោលដៅ៖** សិស្សនិស្សិត, អ្នកធ្វើការ.....
- **ការប្រកួតប្រជែង៖** ស្រាវជ្រាវហាងកាហ្វេដែលមានស្រាប់នៅក្នុងតំបន់នេះ ដើម្បីកំណត់ថាតើមានតម្រូវការគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់អតិថិជនគ្រប់គ្រាន់ឬនៅ
- **ទំហំហាង៖** កន្លែងសាកសមនឹងតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងអនុញ្ញាតឱ្យមានបទពិសោធន៍ល្អ ប្រកបដោយជាសុកភាព។

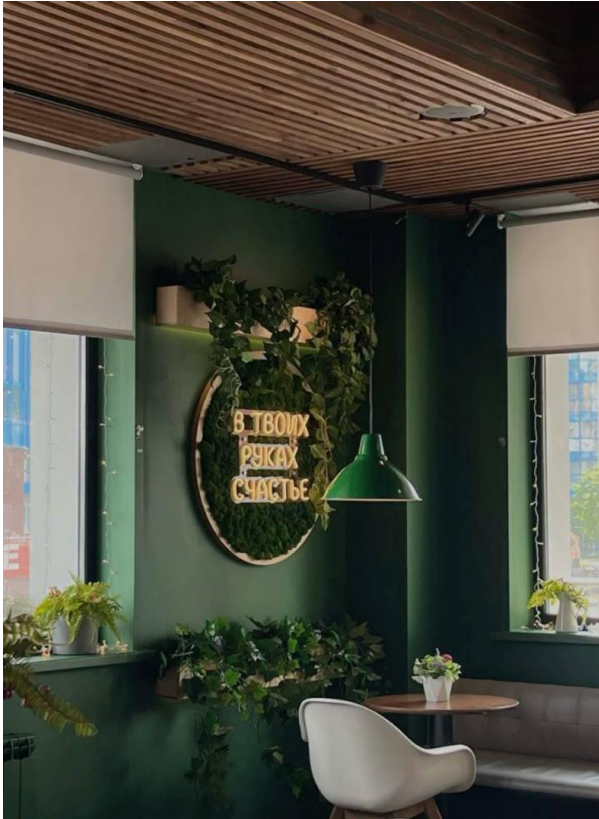


4.2 Interior Design & Ambience (ការចនាផ្ទៃក្នុង និងបរិយាកាស)

ផ្ទៃខាងក្នុងហាងកាហ្វេដែលបានរចនាយ៉ាងល្អ ផ្តោតលើការបង្កើតកន្លែងស្នាក់មន្ត្រី មុខងារ និងទាក់ទាញដែលមើលឃើញ ដែលបង្កើនបទពិសោធន៍របស់អតិថិជន។ ធាតុសំខាន់ៗរួមមានក្តារលាយពណ៌ដែលគិតគូរ កន្លែងអង្គុយមានជាសុខភាព ពន្លឺសមរម្យ និងប្លង់ដែលពង្រីកទំហំអតិបរមា ខណៈពេលដែលរក្សាបាននូវអារម្មណ៍នៃលំហូរ។

+ការរចនាសំខាន់ៗ និងធាតុបរិយាកាស៖

- ក្តារលាយពណ៌៖ ពណ៌អព្យាក្រឹតដូចជាពណ៌ស ក្រៃម និងពណ៌ប្រផេះអាចបង្កើតរូបរាងដែលមិនចេះចប់ និងស្មុគ្រស្មាញ។ ការសង្កត់សំឡេងនៃវាយនភាពឈើ ឬថ្មអាចបន្ថែមភាពកក់ក្តៅ និងបុគ្គលិកលក្ខណៈ។
- កន្លែងអង្គុយ៖ កន្លែងអង្គុយប្រកបដោយជាសុខភាព ហើយមានច្រើនកុំអោយខ្លាស់ខាត។
- ភ្លើងបំភ្លឺ៖ ព្យាយាមធ្វើអោយមានពន្លឺធម្មជាតិច្រើន ដើម្បីអោយមានអារម្មណ៍ស្រស់ស្រាយ
- ការតុបតែង៖ ប្រើប្រាស់សម្ភារៈធម្មជាតិដូចជាឈើ ថ្ម រុក្ខជាតិបៃតង ឥដ្ឋដែលលាតត្រដាងនិងបន្ថែមតួអក្សរ ដើម្បីផ្តល់ភាពកក់ក្តៅដល់កន្លែងមួយ។
- បរិយាកាស៖ បរិយាកាសទាំងមូលគួរមានភាពទាក់ទាញ ជាសុខភាព និងអំណោយផលដល់ការសម្រាកលំហែកាយ។ តន្ត្រីស្រទន់ បរិយាកាសស្នាក់មន្ត្រី និងក្លិនឈ្ងុយនៃកាហ្វេថ្មីៗ។



4.3 Licenses and Permits Required (ការយកអាជ្ញាប័ណ្ណនិងការអនុញ្ញាត)

ដើម្បីដំណើរការហាងកាហ្វេ អ្នកត្រូវការអាជ្ញាប័ណ្ណ និងលិខិតអនុញ្ញាតផ្សេងៗ រួមទាំងអាជ្ញាប័ណ្ណអាជីវកម្ម ការចុះបញ្ជីពន្ធ និងអាជ្ញាប័ណ្ណសេវាកម្មមូលដ្ឋាន។

+អាជ្ញាប័ណ្ណ និងលិខិតអនុញ្ញាតចាំបាច់៖

- ការចុះឈ្មោះអាជីវកម្ម៖ ចុះឈ្មោះអាជីវកម្មជាមួយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (MOC) ដើម្បីទទួលបានវិញ្ញាបនបត្រនៃការ បញ្ចូល។
- ការចុះឈ្មោះពន្ធ៖ ចុះឈ្មោះសម្រាប់ពន្ធជាមួយអគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ (GDT) រួមទាំងពន្ធប៉ាតង់ អាករលើតម្លៃបន្ថែម និងពន្ធផ្ទេរប្រាក់។
- អាជ្ញាប័ណ្ណអនុម័តទីតាំង៖ ទទួលបានពីសាលាក្រុង/សង្កាត់។

- ការចុះឈ្មោះសម្រាប់ការបើកសហគ្រាស៖ ចុះឈ្មោះសហគ្រាស រួមទាំងបញ្ជីឈ្មោះ គ្រឹះស្ថាន បញ្ជីប្រាក់បៀវត្សរ៍ និងច្បាប់ការងារផ្ទៃក្នុងជាមួយក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ (MLVT)។



5. Products and Services (ផលិតផល និងសេវាកម្ម)

5.1 Menu Planning (ការរៀបចំម៉ឺនុយ)

ហាងកាហ្វេ Mood Cafe ផ្តល់ជាចម្បងនូវភេសជ្ជៈកាហ្វេ និងតែផ្សេងៗ ដែលជាញឹកញាប់មានកម្មវិធីបន្ថែមដូចជាទឹកដោះគោ ទឹកដោះគោជំនួស និងទឹកស៊ីរ៉ូ។ ពួកគេក៏តែងតែបម្រើនំកុម្មុំ នំសាំងវិច និងសាឡាដ ជូនកាលរួមទាំងអាហារពេលព្រឹកផងដែរ។ ក្រៅពីភេសជ្ជៈ និងអាហារសម្រន់ ហាងកាហ្វេក៏អាចផ្តល់នូវការផ្គត់ផ្គង់ដែលអាចចោលបានដូចជា ពែង និងគម្របជាដើម។ ជាពិសេសយើងក៏មានទទួលកម្មវិធីជាក់លាក់សម្រាប់ដាក់ក្នុងកម្មវិធីមង្គលការ កម្មវិធីជប់លាងផ្សេងដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។

+ផលិតផលសំខាន់ៗដែលយើងនឹងដាក់បញ្ចូលក្នុងហាងកាហ្វេ Mood Cafe មានដូចជា:

- កាហ្វេ និងតែភេសជ្ជៈ៖ នេះរួមបញ្ចូលទាំងជម្រើសកាហ្វេ និងតែជាច្រើនប្រភេទ ចាប់ពីកាហ្វេធម្មតា រហូតដល់ភេសជ្ជៈ espresso ពិសេស។
- កុម្មុងនំ៖ ហាងកាហ្វេ Mood Cafe មានជម្រើសនៃនំដុត ដូចជា muffins នំកុម្មុងនំ និងខ្យឹម។
- នំសាំងវិច និងសាឡាដ៖ ហាងកាហ្វេ Mood Cafe ផ្តល់ជូននូវជម្រើសអាហាររហ័ស និងធម្មតាដូចជា សាំងវិច និងសាឡាដ ដែលល្អឥតខ្ចោះសម្រាប់អាហារស្រាលៗ ឬ អាហារសម្រន់។
- ភេសជ្ជៈផ្សេងទៀត៖ ហាងកាហ្វេ Mood Cafe ក៏អាចផ្តល់ជូនទឹកក្រឡក ភេសជ្ជៈទឹកកក និងជម្រើសផ្សេងទៀតដែលមិនមែនជាកាហ្វេ។

+ សេវាកម្មសំខាន់ៗសម្រាប់ហាងកាហ្វេ Mood Cafe រួមមាន៖

• ការវេចខ្ចប់៖

ហាងកាហ្វេ Mood Cafe ផ្តល់ជូននូវជម្រើសសម្រាប់យកតាមខ្លួន ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនរីករាយនឹងការទិញរបស់ពួកគេនៅពេលធ្វើដំណើរមិនថាស្ថិតក្នុងស្ថានផ្លូវឆ្ងាយ ពិនណាក៏ Mood Cafe នៅតែមាននេះវត្តមាននៅជិតលោកអ្នកជានិច្ច។

រចនាសម្ព័ន្ធសម្រាប់សោភ័ណភាព និងម៉ាកហាង

- កែវមានរូបរាងប្លែក (ដូចជា កែវរាងត្រីកោណ, កែវរាងស្លឹក)
- ការបោះពុម្ពឡូហ្គោ និងពណ៌សម្គាល់ម៉ាក
- ការរចនាដោយប្រើសិល្បៈខ្មែរ ឬរចនាបែបសម័យ
- កែវដែលមានស្លាកឈ្មោះអតិថិជន (custom name label)

រចនាសម្ព័ន្ធសម្រាប់ការកាន់ និងដឹកជញ្ជូន

- កែវដែលមានដៃកាន់ (handle) ឬស្រទាប់កៅស៊ូជុំវិញដើម្បីការពារកំដៅ
- កែវដែលមានគម្របជាប់ស្រួលសម្រាប់ដឹកជញ្ជូន
- កែវដែលអាចដាក់ក្នុងកន្លែងកាន់កែវវចយន្ត
- កែវដែលមានសម្ភារៈធន់នឹងកំដៅ (PP, PET, bamboo fiber)

រចនាសម្ព័ន្ធសម្រាប់បរិស្ថាន និងភាពចីរភាព

- កែវដែលអាចប្រើឡើងវិញ (reusable cup)
- កែវដែលផលិតពីសម្ភារៈធម្មជាតិ (ដើមឈើ, ស្លឹកបាយ, bamboo)
- កែវដែលអាចបំបែកបាន (biodegradable)
- កែវដែលមានស្លាក “Eco-friendly” ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញ
- **ការចុះកិច្ចសន្យាជាមួយក្រុមហ៊ុនវិចខ្ចប់**
 ការវិចខ្ចប់ (packaging) និងការចុះកិច្ចសន្យាជាមួយក្រុមហ៊ុនវិចខ្ចប់សម្រាប់ហាង
 កាហ្វេ គឺជាជំហានសំខាន់ក្នុងការបង្កើតអត្តសញ្ញាណម៉ាក និងធានាថាផលិតផល
 មានគុណភាពសមរម្យសម្រាប់អតិថិជន។ ខាងក្រោមនេះជាចំណុចសំខាន់ៗដែល
 អ្នកគួរពិចារណា៖

ការចុះកិច្ចសន្យាជាមួយក្រុមហ៊ុនវិចខ្ចប់

កំណត់លក្ខខណ្ឌច្បាស់លាស់៖

- បរិមាណបញ្ជាទិញ (MOQ)
- តម្លៃ និងការបង់ប្រាក់
- កាលបរិច្ឆេទដឹកជញ្ជូន

- គុណភាពសម្ភារៈ និងការធានា
- ការរចនាផ្នែកសិល្បៈ: (design ownership)
- ការកែប្រែឬបោះពុម្ពឡើងវិញ (reprint policy)

ជ្រើសរើសដៃគូដែលមានបទពិសោធន៍៖

- មានការងាររចនាដែលបានបង្ហាញ
- មានអតិថិជនជាអាជីវកម្មផ្សេងៗ
- មានសមត្ថភាពផលិតច្រើន និងទាន់ពេល

• ការផ្តល់ម្ហូបអាហារ៖

Mood Cafe រៀបចំកម្មវិធីផ្សេងៗ និងផ្តល់ជូននូវកញ្ចប់កាហ្វេ និងអាហារជាច្រើនសម្រាប់ឱកាសពិសេស។



+ យុទ្ធសាស្ត្រកំណត់តម្លៃ៖

- ការគណនាថ្លៃដើម៖ គណនាតម្លៃគ្រឿងផ្សំ ការវេចខ្ចប់ កម្លាំងពលកម្ម និងការចំណាយផ្សេងៗទៀតដើម្បីកំណត់តម្លៃជាក់ស្តែង។
- តម្លៃប្រកួតប្រជែង៖ ប្រៀបធៀបតម្លៃជាមួយហាងកាហ្វេដែលនៅក្បែរនោះ ដើម្បីរក្សាការប្រកួតប្រជែង។
- សំណើតម្លៃ៖ ត្រូវប្រាកដថាតម្លៃរបស់អ្នកឆ្លុះបញ្ចាំងពីតម្លៃ និងគុណភាពនៃការផ្តល់ជូនអតិថិជន។

5.2.ភ្នាក់ងារសម្រាប់ដឹកជញ្ជូន

- Nham24 ផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនអាហារ និងភេសជ្ជៈ ហាងកាហ្វេ, ហាងបាយ
- Foodpanda មានបណ្តាញអតិថិជនធំ និងប្រព័ន្ធបញ្ជាទិញអនឡាញ ហាងកាហ្វេក្នុងទីក្រុង
- GrabFood មានប្រព័ន្ធទូទាត់ និងដឹកជញ្ជូនរហ័ស ហាងកាហ្វេដែលចង់បង្កើនការចូលដល់អតិថិជន
- Wing Delivery មានសេវាដឹកជញ្ជូនតាមកម្មវិធី Wing ហាងដែលប្រើ Wing Pay
- E-Gets ផ្តោតលើសេវាដឹកជញ្ជូនក្នុងទីក្រុង ហាងកាហ្វេតូច-មធ្យម
- Tada Deliveryមានសេវាដឹកជញ្ជូនដោយមិនគិតកម្រៃជើងសារអាជីវកម្មចាប់ផ្តើម

5.3. សម្ភារៈបរិក្ខារសម្រាប់ប្រើប្រាស់សម្រាប់ហាងកាហ្វេ

សម្រាប់ហាងកាហ្វេមួយ ដើម្បីដំណើរការបានប្រសើរនិងមានស្តង់ដារ គួរតែមានសម្ភារៈបរិក្ខារដែលគ្រប់គ្រាន់ទាំងផ្នែកផលិត, បម្រើ, និងគ្រប់គ្រង។ ខាងក្រោមជាបញ្ជីសម្ភារៈសំខាន់ៗដែលគួរតែមាន៖

សម្ភារៈសម្រាប់ផលិតកាហ្វេ

- ម៉ាស៊ីនឆុងកាហ្វេ (Espresso machine, French press, Pour-over set)
- ម៉ាស៊ីនបុកកាហ្វេ (Coffee grinder)
- ម៉ាស៊ីនច្របាច់ទឹកដោះគោ (Milk frother or steamer)
- ម៉ាស៊ីនធ្វើទឹកកក (Ice maker)
- ម៉ាស៊ីនច្របាច់ទឹកផ្លែឈើ (Blender or juicer)

សម្ភារៈសម្រាប់បម្រើអតិថិជន

- កែវកាហ្វេ (ceramic cups, paper cups, reusable cups)
- ចាន, ស្លាបព្រា, សម (cutlery)
- កែវដាក់ take-away មានគម្រប
- កន្លែងដាក់ស្ករ, ទឹកដោះគោ, និង condiment bar
- កន្លែងដាក់កែវ និងធុងសំរាម

សម្ភារៈសម្រាប់គ្រប់គ្រង និងបញ្ជាទិញ

- POS system (Point of Sale machine/tablet)
- Printer សម្រាប់បោះពុម្ពវិក័យប័ត្រ
- កុំព្យូទ័រ ឬ laptop សម្រាប់គ្រប់គ្រងទិន្នន័យ
- Software សម្រាប់គ្រប់គ្រងស្តុក និងប្រាក់ចំណូល-ចំណាយ (Excel, QuickBooks)

សម្ភារៈសម្រាប់បរិយាកាសហាង

- តុ និងកៅអីសម្រាប់អតិថិជន
- Wifi router និងបណ្តាញអ៊ីនធឺណិត
- កន្លែងសម្រាប់សរសេរ ឬធ្វើការជាបុគ្គល
- កន្លែងបង្ហាញម៉ឺនុយ (menu board, digital screen)
- អំពូល និងការតុបតែងផ្នែកសិល្បៈ

សម្ភារៈបរិស្ថាន និងសុវត្ថិភាព

- ធុងសំរាមចែកប្រភេទ (សម្ភារៈធ្វើឡើងវិញ, សំណល់)
- សម្ភារៈសម្អាត (detergent, mop, gloves)
- កន្លែងសម្រាប់សម្អាតដៃអតិថិជន
- ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាព (CCTV, fire extinguisher)

6. Marketing and Branding (ការផ្សព្វផ្សាយ និងការបង្កើតម៉ាក)

ការផ្សព្វផ្សាយជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការដំណើរការរបស់អាជីវកម្មមួយ វាក៏រួមបញ្ចូលជាមួយនិងកេរ្តិ៍ឈ្មោះហាងផងដែរ។ ជាក់ស្តែងដូចជាហាងកាហ្វេ Mood Cafe របស់ពួកយើង ដើម្បីទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ពីអតិថិជនជាពិសេសនោះគឺយុវវ័យ គ្រប់គ្នាគឺយើងបានផ្តោតសំខាន់ទៅលើការប្រម្រើម៉ាក ការផ្សព្វផ្សាយដោយជួលតារាល្បីៗ តាមបណ្តាញសង្គម Internet, ដូចជាអ្នកផលិតមាតិកាដែលមានប្រជាប្រិយភាពមានការគាំទ្រពីស្រទាប់យុវវ័យ ដើម្បីថតវីដេអូខ្លីៗ (រូបភាពបង្ហាញពីបរិយាកាសក្នុងហាង, ម៉ឺនុយនៅក្នុងហាង, ទីតាំងនិងការប្រមូលសិនជាដើម) ។ ដើម្បីបង្កើនកេរ្តិ៍ហាងកាហ្វេ Mood Café របស់យើងអោយកាន់ល្បីល្បាញនិងមានការគាំទ្រខ្លាំង។

+ នេះគឺជាការវិភាគនៃទិដ្ឋភាពសំខាន់ៗ៖

1. ម៉ាកយីហោ៖

- **អត្តសញ្ញាណតែមួយគត់៖**

បង្កើតរឿងម៉ាកផ្សេងគ្នា រួមទាំងឈ្មោះ Logo ពណ៌ និងសោភ័ណភាពរួម ដែលស្របនឹងទស្សនិកជនគោលដៅ។ ជាក់ស្តែងដូចជាហាងកាហ្វេ Mood Cafe អតិថិជនគោលដៅរបស់យើងគឺជាយុវវ័យដែលមានអាយុចន្លោះចាប់ 15-40 ឆ្នាំជាមនុស្សដែលចូលចិត្តទទួលទានកាហ្វេជារៀងរាល់ថ្ងៃជាមនុស្សដែលទទួលទានកាហ្វេជាប្រចាំ។

- **ការនិទានរឿង៖**

ចែករំលែករឿងរ៉ាវ គុណតម្លៃ និងបេសកកម្មនៃប្រភពដើមនៃម៉ាកយីហោរបស់អ្នក ដើម្បីបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន។

ចំណុចនេះគឺចង់អោយយើងបង្ហាញពីប្រវត្តិនៃការកើតឡើងរបស់ហាងកាហ្វេ Mood Cafe របស់ពួកយើងថាបានឆ្លងកាត់រឿងរ៉ាវល្អៗអ្វីខ្លះជួបបញ្ហាអ្វីខ្លះទើបយើងអាចបង្កើតហាងកាហ្វេ Mood Cafe នេះឡើងបាន។ ដើម្បីផ្តល់ជាគំនិតយោបល់ដល់អតិថិជននិងក៏ជាចំណុចមួយក្នុងការទាក់ទាញអតិថិជនគោលដៅយើងផងដែរ។

- **ការភ្ជាប់អារម្មណ៍៖**

មានបំណងបង្កើតបរិយាកាសស្នាគមន៍ ដែលធ្វើឱ្យអតិថិជនមានអារម្មណ៍ធូស្រាល។ សំដៅដល់ការនិយាយទទួលស្នាគមន៍ដល់អតិថិជនជននៅពេលគាត់អញ្ជើញចូលហាងរបស់យើងដូចជាការនិយាយថា(សួស្តីបង! ហាងកាហ្វេ Mood Cafe សូមស្នាគមន៍) ពេលដែលអតិថិជនជនចូលមកដល់មុខកន្លែងកម្មង់យើងអាចប្រើពាក្យដូចជា(សួស្តីបង ! ថ្ងៃនេះបងចង់ញ៉ាំ ុ Drink អ្វីដែល)។ល។

2. ទីផ្សារ៖

- វត្តមានលើបណ្តាញ៖

បង្កើតគេហទំព័រ ចូលរួមនៅលើវេទិកាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម (TikTok, Instagram, Facebook) និងប្រើប្រាស់ទីផ្សារអ៊ីម៉ែលដើម្បីភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន។

ក្នុងសម័យកាលជឿនលឿនមួយនេះប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមបានជួយដល់ទីផ្សារក្នុងសង្គមច្រើនមិនថាអ្នកបង្កើតអាជីវកម្មតូចក្តីធំក្តីសុទ្ធសឹងតែត្រូវពឹងផ្អែកលើបណ្តាញសង្គមក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្មទៅមុខ។ ជាក់ស្តែងចំពោះហាងកាហ្វេ Mood Cafe ក៏បានចូលរួម ក្នុងការប្រមូតហាងរបស់យើងទៅក្នុងបណ្តាញសង្គមដើម្បីអោយមានការចាប់អារម្មណ៍ច្រើន និងដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន។

- ការចូលរួមសហគមន៍៖

ចូលរួមក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ក្នុងស្រុក ចាប់ដៃគូជាមួយអាជីវកម្មដែលនៅជិតៗ និងផ្តល់កម្មវិធីភាពស្មោះត្រង់ ដើម្បីបង្កើតទំនាក់ទំនង។

ការចូលរួមចំណែកនៅក្នុងសង្គមក៏អាចជួយជំរុញ Mood Cafe ដែលជាហាងកាហ្វេធម្មតាមួយ អោយទៅជាហាងកាហ្វេដែលមានគាំទ្រពីប្រជាជននៅក្នុងតំបន់និងក្រៅតំបន់ចង់ស្គាល់រស់ជាតិ ចង់ចូលរួមសហការណ៍ជាមួយដោយសារតែកេរ្តិ៍និងភាពល្បីល្បាញតាមរយៈរស់ជាតិ ការចូលរួមសង្គមនេះ។

- ការផ្សព្វផ្សាយ និងភាពស្មោះត្រង់៖

ដំណើរការការផ្សព្វផ្សាយ ផ្តល់ការបញ្ចុះតម្លៃ និងអនុវត្តកម្មវិធីភក្តីភាព ដើម្បីជំរុញឱ្យអាជីវកម្មឡើងវិញ។

ចំណុចនេះសំដៅដល់ការបញ្ចុះតម្លៃនៅពេលមានបុណ្យទាន បុណ្យជាតិធំៗជាដើម។

- **មតិអតិថិជន៖**

លើកទឹកចិត្តឱ្យមានមតិកែលម្អ និងការវាយតម្លៃដើម្បីកែលម្អការផ្តល់ជូនរបស់អ្នក និងស្វែងយល់ពីចំណុលចិត្តរបស់អតិថិជន។

ការទទួលយកមតិពីអតិថិជនជាចំណុចមួយជំរុញអោយ Mood Cafe អាចផ្តល់នូវសេវាជាតិមួយដែលអតិថិជនគ្រប់គ្នាត្រូវការនិងចូលចិត្ត។

- **ភាពជាដៃគូ B2B៖**

សហការជាមួយអាជីវកម្មក្នុងតំបន់ដើម្បីផ្តល់ជូននូវអាហារឬសេវាកម្មផ្សេងទៀត។

ហាងកាហ្វេ Mood Cafe ផ្តល់ជូនអតិថិជនមិនត្រឹមតែជាកាហ្វេមួយកែវ តែមួយពែងនោះទេយើងក៏មានបន្ថែមនៅនំប៉័ង នំកញ្ចប់ដែលយើងមិនអាចផលិតបានដោយហាងយើងផ្ទាល់។ តែយើងមានដៃគូសហការដូចជាហាងផលិតនំប៉័ងនិងនំកញ្ចប់ដែរមានស្រាប់ផលិតក្នុងចំនួនច្រើនជាដៃគូរបស់យើង។

6.1 Brand Identity (អត្តសញ្ញាណ)

អត្តសញ្ញាណម៉ាកយីហោរបស់ហាងកាហ្វេរួមបញ្ចូលនៅអ្វីដែលជារបស់ខ្លួនឯងចេញពីគំនិតការគិតគូរដែលអាចមើលឃើញ និងជាក់ស្តែងដែលទំនាក់ទំនងតម្លៃបុគ្គលិកលក្ខណៈ និងលក្ខណៈពិសេសរបស់វាចំពោះអតិថិជន។ នេះរាប់បញ្ចូលទាំងរូបសញ្ញា ពណ៌ ពុម្ពអក្សរ សោភ័ណភាព ។ បរិយាកាសក្នុងហាងការហ្វេដូចជាចម្រៀង ក្លិនក្រអូបនៃហាងក៏ជាចំណុតសំខាន់មួយបង្ហាញភាពជាទាក់ទាញដល់អតិថិជនគ្រាន់ដើរកាត់ក៏អាចចងចាំហាងកាហ្វេ Mood Cafe បានភ្លាម។

+នេះជាការវិភាគលម្អិតបន្ថែមទៀតសម្រាប់ហាងកាហ្វេ Mood Cafe ៖

- **អត្តសញ្ញាណដែលមើលឃើញ៖**

នេះរួមបញ្ចូលទាំងឡូហ្គោ ក្តារលាយពណ៌ អក្សរវាយអក្សរ និងការរចនាទាំងមូលនៃផ្នែកខាងក្នុង និងផ្នែកខាងក្រៅរបស់ហាង។ អត្តសញ្ញាណដែលមើលឃើញជាប់លាប់ជួយអតិថិជនឱ្យស្គាល់ម៉ាក និងភ្ជាប់វាជាមួយនឹងតម្លៃជាក់លាក់។

យីហោយហាងជាស្លាកសញ្ញាណតំណាងអោយភាពជាម្ចាស់នៃហាងកាហ្វេ Mood Cafe វាជួយអោយអតិថិជនអាចចង់ចាំហាងកាហ្វេរបស់យើង។

• **បុគ្គលិកលក្ខណៈម៉ាក៖**

នេះសំដៅទៅលើ "សំឡេង" របស់ម៉ាក - សម្លេងដែលប្រើក្នុងទីផ្សារ សេវាអតិថិជន និងទំនាក់ទំនងផ្សេងទៀត។ ជាឧទាហរណ៍ ហាងកាហ្វេអាចបង្ហាញរូបភាពដែលរួសរាយរាក់ទាក់ ធម្មតា ឬស្មុគ្រស្មាញ។ បញ្ហារូបភាពអ្វីមួយដែលតំណាងអោយហាងកាហ្វេរបស់ខ្លួនសម្រាប់ទាក់ទាញអតិថិជន និងធ្វើអោយអតិថិជនចង់ចាំពីបរិយាកាសនៅក្នុងហាងកាហ្វេរបស់យើង។

• **តម្លៃម៉ាក៖**

ទាំងនេះគឺជាគោលការណ៍ស្នូលដែលហាងកាហ្វេជឿជាក់ និងខិតខំដើម្បីតំណាងឱ្យគ្រប់ទិដ្ឋភាពនៃអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ ឧទាហរណ៍អាចរួមបញ្ចូលគុណភាព សហគមន៍ និរន្តរភាព ឬការថ្លៃប្រឌិត។

ចំណុចត្រង់នេះដែលគឺយើងចង់បង្ហាញអោយអតិថិជនដឹងថា Mood Cafe ជាហាងកាហ្វេមួយដែលអ្នកទាំងអស់គ្នាគ្រាន់តែបានឮឈ្មោះក៏មានអារម្មណ៍ចង់ស្គាល់ ចង់សាកចង់ដឹងពីតម្លៃ។ Mood Cafe និងផ្តល់ជូនអតិថិជននៅកាហ្វេមួយកែវដែលមានតម្លៃសមរម្យ ជាតម្លៃមួយដែលមិនភ្លៀបសង្កត់តម្លៃទីផ្សារដែរ បុគ្គលមិនថាបុគ្គលស្ថិតក្នុងឋានៈណាក៏មានលទ្ធភាពអាចទិញពិសាបាន។

• **បទពិសោធន៍ម៉ាក៖**

នេះរួមបញ្ចូលនូវអារម្មណ៍ទាំងអស់ - ការមើលឃើញ សំឡេង ក្លិន រសជាតិ និងការប៉ះ - ដែលអតិថិជនជួបប្រទះនៅពេលមានទំនាក់ទំនងជាមួយហាងកាហ្វេ។ បទពិសោធន៍ម៉ាកយីហោដែលបានរចនាយ៉ាងល្អ បង្កើតការជួបគ្នាដ៏គួរឱ្យចងចាំ និងអស្ចារ្យ ដែលពង្រឹងអត្តសញ្ញាណរបស់ហាងកាហ្វេ Mood Cafe ។

6.2 Social Media Strategy (យុទ្ធសាស្ត្រ Online)

ជាក់ស្តែងយើងស្ថិតនៅក្នុងសម័យការទំនើបនិងជឿនលឿនខ្លាំងខាងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ដូច្នេះហើយទើបហាងកាហ្វេ Mood Cafe ខិតខំនិងប្រឹងប្រែងខ្លាំងក្នុងការកសាង, ការច្នៃប្រឌិតនៅអ្វីថ្មីៗ, ការរិះរកនៅអ្វីល្អៗ, ដើម្បីបម្រើនៅសេចក្តីត្រូវការអតិថិជន។

+នេះជាការវិភាគលម្អិតបន្ថែមទៀតសម្រាប់ហាងកាហ្វេ Mood Cafe ៖

• **កំណត់សំឡេងម៉ាកយីហោ និងអត្តសញ្ញាណ៖**

បង្កើតសំឡេងម៉ាកដែលជាប់លាប់ (ឧ. ប្លែក សុគ្រុស្មាញ រូសរាយរាក់ទាក់) ដែលឆ្លើយតបនឹងទស្សនិកជនគោលដៅរបស់អ្នក។

ឆ្លុះបញ្ចាំងពីបុគ្គលិកលក្ខណៈរបស់ម៉ាករបស់អ្នកនៅលើអ៊ីនធឺណិត មិនថាវាតាមរយៈសេរីណភាព Instagram របស់អ្នក ឬសម្លេងតាមរយៈការបង្ហោះ Facebook របស់ហាង។

• **បង្ហាញផលិតផល និងសេវាកម្ម៖**

បង្ហោះរូបថត និងវីដេអូបង្ហាញពីគុណភាពខ្ពស់នៃការហ្វេ នំកុម្ម៉ង់នំ និងការផ្តល់ជូនផ្សេងៗទៀតរបស់ Mood Cafe ។

ប្រើខ្លឹមសារទាក់ទាញដែលមើលឃើញដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនសក្តានុពល។

រំលេចភេសជ្ជៈពិសេសក្នុងពេលកំណត់ និងភេសជ្ជៈតាមរដូវ។សំដៅដល់នីករកនៅរសជាតិថ្មីៗសម្រាប់ទាក់ទាញអោយអតិថិជនចង់ភ្ញាក់។

- ចូលរួមជាមួយអតិថិជន៖

ឆ្លើយតបទៅនឹងមតិយោបល់ និងសារភ្លាមៗ និងផ្ទាល់ខ្លួន។

សួរសំណួរ ដំណើរការការស្ទង់មតិ និងលើកទឹកចិត្តដល់ការចូលរួមរបស់អតិថិជន។

ប្រើប្រាស់មតិកាដែលបង្កើតដោយអ្នកប្រើប្រាស់ (UGC) ដោយបង្ហាញរូបថត និងវីដេអូរបស់អតិថិជនដែលរីករាយជាមួយហាងកាហ្វេ Mood Cafe ។

- ចែករំលែកមតិកានៅពីក្រោយឆាក៖

ផ្តល់ឱ្យអ្នកតាមដានមើលប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃរបស់ Mood Cafe ដូចជាទម្រង់បុគ្គលិក ឬដំណើរការផលិតជាដើម។

ធ្វើមនុស្សធម៌លើ Mood Cafe និងដើម្បីកសាងទំនុកចិត្តដល់អតិថិជន។

- ឥទ្ធិពលនៃនិន្នាការ និងវេទិកា៖

បន្តធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពលើនិន្នាការប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម និងសម្របខ្លឹមសាររបស់ Mood Cafe ឱ្យសមស្រប។

ពិចារណាប្រើវេទិកាពេញនិយមដូចជា Instagram, Facebook និង TikTok ។

ប្រើឧបករណ៍កំណត់ពេលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ដើម្បីរៀបចំផែនការ និងធ្វើឱ្យការបង្ហោះរបស់អ្នកដោយស្វ័យប្រវត្តិ។

- ពិចារណាលើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលបង់ប្រាក់៖

កំណត់គោលដៅការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់ Mood Cafe ដើម្បីឈានដល់ប្រជាសាស្ត្រ និងចំណាប់អារម្មណ៍ជាក់លាក់។

ប្រើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលមានគោលដៅដើម្បីផ្សព្វផ្សាយការផ្តល់ជូនពិសេស ឬ ព្រឹត្តិការណ៍។

ចំណុចត្រង់នេះសំដៅដល់ការប្រមូតដោយប្រើបុគ្គលដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីនៅក្នុងសង្គមមិនថាអ្នកសិល្បៈ ក្នុងវិស័យចម្រៀងក្តី កំប្លែងក្តី អ្នកផលិតមាតិកាភ្នំ សុទ្ធសឹងតែជាបុគ្គលដែលមានឥទ្ធិពលនៅក្នុងសង្គម។ ការចំណាយទៅលើបុគ្គលដែលល្បីអាចចំណាត់ថវិការច្រើនតែវាក៏នាំមកនូវភាពរុងរឿងមកងអោយយើងវិញដែល។



7. Conclusion (សន្និដ្ឋាន)

ការបើកហាងកាហ្វេមួយឈ្មោះ Mood Cafe មិនមែនគ្រាន់តែជាគម្រោងអាជីវកម្មធម្មតានោះទេ ប៉ុន្តែជាការបង្កើតបទពិសោធន៍ដ៏ល្អមួយផ្ទាល់ខ្លួន និងមានអារម្មណ៍សម្រាប់អតិថិជន។ Mood Cafe មានគោលបំណងជួយឲ្យមនុស្សមានអារម្មណ៍ថាបានទទួលបានការស្វាគមន៍យ៉ាងកក់ក្តៅ បានយល់ដឹង និងបានជួបបរិយាកាសល្អដែលសម

ស្របនឹងអារម្មណ៍របស់ពួកគេ។ តាមរយៈការរចនាបរិយាកាសឲ្យស្រួលភ្នែក និងការផ្តល់ជម្រើសភេសជ្ជៈយោងតាមអារម្មណ៍ នេះជាវិធីសាស្ត្រមួយដែល Mood Cafe ចង់ផ្តល់បទពិសោធន៍ឲ្យអតិថិជនដែលបានចូលមកហាងរបស់ពួកយើង។

យើងក៏បានរៀបចំផែនការអាជីវកម្មយ៉ាងម៉ត់ចត់ ដែលរួមមានយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងការអភិវឌ្ឍផលិតផលយ៉ាងច្បាស់លាស់។ Mood Cafe នឹងផ្តោតលើគុណភាពនៃសេវាកម្ម ការជ្រើសរើសគ្រឿងផ្សំធម្មជាតិ និងការបង្កើតការភ្ជាប់ជាថ្មីៗជាមួយរាល់ថ្ងៃជាមួយសហគមន៍មូលដ្ឋានសហការជាមួយប្រជាជនក្នុងប្រទេសនាំយកផលិតផលរបស់ជាតិគាំទ្រផលិតផលក្នុងស្រុកអោយបានច្រើន។ ពួកយើងមានស្មារតីនិងចិត្តគំនិតមួយគិតថា ហាងកាហ្វេមិនត្រឹមតែជាកន្លែងដឹកកាហ្វេតែម្យ៉ាងនោះទេ ប៉ុន្តែគួរតែជាកន្លែងសម្រាកចិត្តជាកន្លែងមួយដែលមនុស្សគ្រប់គ្នានឹកស្រមៃចង់មកម្តងហើយម្តងទៀត។ Mood Cafe ចង់អោយអតិថិជនចាត់ទុកហាងរបស់យើងប្រៀបដូចជាផ្ទះមួយសម្រាប់ធ្វើការជាកន្លែងមួយដែលនាំមកនៅគំនិតច្នៃប្រឌិតសម្រាប់ការងាររបស់ខ្លួន និងជាកន្លែងដែលមនុស្សអាចបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយគ្នាបានមិនថាទំនាក់ទំនងការងារ ការសិក្សា ឬក៏ជាស្នេហាក្តី។

សរុបជារួម Mood Cafe គឺជាអាជីវកម្មដែលមានទិសដៅច្បាស់លាស់ និងមានគោលបំណងជាក់លាក់ក្នុងការបង្កើតឥទ្ធិពលវិជ្ជមានចំពោះសហគមន៍ និងលើកស្ទួយវិស័យកាហ្វេទាំងឌ្រាតតូចនិងធំនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ យើងជឿជាក់ថា Mood Cafe នឹងក្លាយជាឈ្មោះសំខាន់មួយក្នុងចិត្តអតិថិជន ដោយមិនមែនដោយសារតែរសជាតិកាហ្វេប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែដោយសារចិត្តដឹកកំភ្លៅនិងបទពិសោធន៍ដែលពួកគេនាំយកតាមខ្លួនវិញរាល់ពេលចាកចេញពីហាងរបស់យើង។ នៅ Mood Cafe យើងមិនត្រឹមតែឧស្សាហ៍ដាក់កាហ្វេទៅក្នុងកែវទេ ប៉ុន្តែយើងកំពុងដាក់ចិត្ត អារម្មណ៍ និងការទាក់ទងមនុស្សក្នុងកែងនីមួយៗផងដែរ។