



PHƯƠNG ÁN KINH DOANH VẬN TẢI- CÔNG TY TNHH XX XXX

KHVG
CONSULTING

Đơn vị tư vấn: Kế Hoạch Việt Group

Website: <http://kehoachviet.com>

NỘI DUNG

I. Ý TƯỞNG KINH DOANH-----	02
1. Bối cảnh.	
2. Cơ hội và ý tưởng.	
II. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG-----	03
1. Khách hàng mục tiêu.	
2. Quy mô thị trường.	
3. Đối thủ cạnh tranh.	
4. Rủi ro kinh doanh.	
III. KẾ HOẠCH BÁN HÀNG-MARKETING-----	09
1. Chiến lược kinh doanh.	
2. Chiến lược marketing.	
3. Chiến lược xây dựng hình ảnh thương hiệu.	
4. Chiến lược bán hàng.	
5. Kế hoạch triển khai.	
IV. KẾ HOẠCH NHÂN SỰ-----	16
1. Cơ cấu tổ chức.	
2. Chức năng nhiệm vụ các phòng ban.	
V. KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH-----	19
1. Các thông số và giả định tài chính ban đầu.	
2. Kế hoạch mua xe.	
3. Kế hoạch điều vận.	
4. Chi phí đầu tư tài chính.	
5. Báo cáo tài chính.	
VI. KẾT LUẬN-----	29

I. Ý TƯỞNG KINH DOANH

1. Bối cảnh

Huyện Tân Phú và TP HCM cách nhau 130 km, với cung đường không dài, TP HCM lại là trung tâm văn hóa, chính trị, kinh tế hàng đầu cả nước nên nhu cầu đi lại của người dân Tân Phú giữa hai nơi gia tăng nhanh chóng, cụ thể hơn như sau:

- Người dân Tân Phú luôn có xu hướng tiến về TP HCM để học tập, làm ăn, du lịch, thăm người thân bạn bè, chữa bệnh,... Đây là nhu cầu rất cao nên hành khách trên tuyến này khá nhiều, đặc biệt đầu tuần do thêm số lượng sinh viên học sinh, công chức về TP HCM học tập, làm việc.
- Chiều ngược lại từ TP HCM về Tân Phú, phần lớn đối với hành khách đi chữa bệnh, du lịch ngắn ngày, thăm người thân, công việc đột xuất, do nhu cầu ít hơn nên số lượng hành khách giảm so với tuyến đi TP HCM, chủ yếu tập trung vào cuối tuần do có thêm một số lượng sinh viên, học sinh, công chức về thăm nhà cuối tuần.
- Huyện Tân Phú có khu du lịch nổi tiếng là rừng nguyên sinh quốc gia Nam Cát Tiên, chính điều này đã tăng thêm lượng khách trên cung đường TP HCM - Tân Phú – TP HCM.
- Số lượng xe khách phục vụ cho tuyến Tân Phú – TP HCM và ngược lại hiện tại vẫn còn thiếu so với nhu cầu đang gia tăng, cung cách phục vụ còn kém, lái xe thao tác trên đường chưa chuyên nghiệp, lái nhanh, vượt ẩu gây nguy hiểm mất an toàn cho khách, do đó hiện tượng xe khởi hành chậm trễ, xuất và tới bến không đúng giờ, không đăng ký vé xe kịp thời, khách hàng phàn nàn,... thường xuyên xảy ra.

2. Cơ hội và ý tưởng

Từ bối cảnh đã phân tích, Ban Giám Đốc Cty đã nhìn thấy khá rõ cơ hội kinh doanh thị trường này, Ban Giám Đốc quyết định lên phương án đầu tư, kinh doanh vận tải xe khách tuyến đường TP – TPCHM và TP HCM – TP. Ý tưởng về mô hình kinh doanh vận tải có những đặc điểm sau:

- Tuyến vận tải là TP – TP HCM; TP HCM – TP: như đã phân tích trên
- Xe vận tải là xe du lịch loại bảy chỗ ngồi, có 12 chiếc KIA CARENT: hành khách hiện nay có sự chọn lựa khá kỹ và đòi hỏi tiện nghi cao, họ thích sự rộng rãi, thoải mái, thoáng mát, sang trọng,...
- Cung cách phục vụ chuyên nghiệp, kịp thời, chu đáo, nhã nhặn, tôn trọng hành khách,...
- Giá vé hợp lý không cao hơn so với bình quân thị trường.
- Đưa rước khách tận nhà nếu trong bán kính cho phép.
- Hoạt động từ 1 giờ sáng đến 22 giờ đêm mỗi ngày: hành khách hiện nay thường có khuynh hướng đi sớm hoặc chiều tối vì không khí mát dịu và họ muốn đi về trong ngày để giảm chi phí ăn ở qua đêm.

- Hành khách đi xe chủ yếu sống tại TP và các xã huyện dọc hai bên đường từ TP về TP HCM và ngược lại.
- Đặc điểm quan trọng khác là Mô hình kinh doanh của công ty không mới, đã có 3 công ty tại Tân Phú thực hiện nhưng nhu cầu của thị trường vẫn đang tăng, Công ty sẽ xây dựng dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt hơn đối thủ nhằm lôi kéo khách hàng về với công ty.

II. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

1. Khách hàng mục tiêu

- ...
- ...
- ...
- ...

2. Qui mô thị trường

2.1 Tổng quan về huyện Tân Phú và Định Quán - Đồng Nai

Đối tượng khách hàng chính của công ty là người dân tại Tân Phú, Định Quán nên việc phân tích dân cư tại Tân Phú và Định Quán đóng vai trò chính trong việc xác định qui mô thị trường.

HUYỆN TÂN PHÚ:

* Vị trí: Là huyện miền núi nằm phía Bắc tỉnh Đồng Nai, trung tâm huyện cách TP. Biên Hòa 100km, cách TP.HCM 126 km. Phía Đông và Đông bắc giáp tỉnh Lâm Đồng; phía Đông nam giáp tỉnh Bình Thuận; phía Tây bắc giáp tỉnh Bình Phước; phía Tây nam giáp huyện Định Quán; phía Tây giáp huyện Vĩnh Cửu.

* Tổng diện tích tự nhiên: 773,74 km²

* Dân số năm 2015: 165.383 người, trong đó cư dân thành thị chiếm 22.335 người.

* Huyện có 18 đơn vị hành chính gồm: 1 thị trấn Tân Phú và 17 xã.

* Những lợi thế của huyện:

+ Khu rừng cấm Nam Cát Tiên với diện tích 35.000 ha, đang được đầu tư thành khu vườn Quốc gia; trữ lượng rừng đáng kể với nhiều chủng loại động thực vật quý hiếm tại đây có 185 loại thực vật, 62 loại thú rừng và 121 loài chim là nơi thu hút khách du lịch trong và ngoài nước.

+ Đất sử dụng cho sản xuất nông nghiệp, lâm nghiệp chiếm 86% đất tự nhiên, là nơi cung cấp nguồn nguyên liệu cho công nghiệp chế biến.

HUYỆN ĐỊNH QUÁN:

* Định Quán là một huyện miền núi nằm dọc theo tuyến quốc lộ 20, cách xa trung tâm thành phố Biên Hòa khoảng 80 km và Thành phố Hồ Chí Minh khoảng 110 km ở phía bắc tỉnh Đồng Nai.

* Diện tích tự nhiên của huyện là 966,5 km² với dân số 194.143 người (theo số liệu điều tra dân số năm 2009).

- Phía Bắc giáp với huyện Tân Phú
- Phía Nam giáp huyện Thống Nhất
- Phía Đông giáp huyện Xuân Lộc và huyện Đức Linh (tỉnh Bình Thuận)
- Phía Tây giáp huyện Vĩnh Cửu

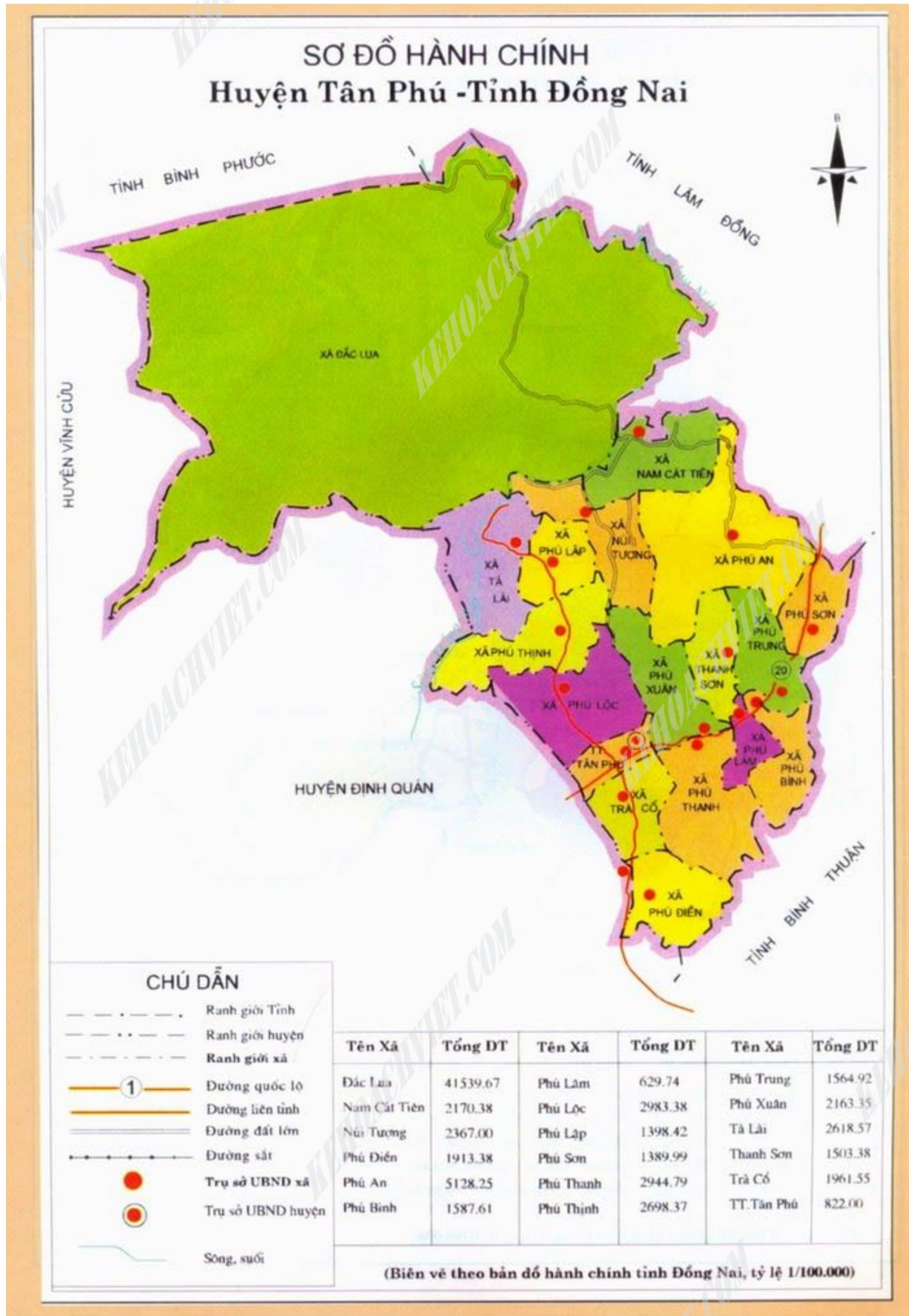
Huyện có con sông La Ngà là phụ lưu của sông Đồng Nai (phía tả ngạn)) chảy qua, có hồ nước nhân tạo là hồ Trị An nằm ở phía tây địa giới huyện.

Địa hình gò đồi là chính, đất đỏ bazan phù hợp nhiều loại cây lương thực, cây công nghiệp như: cà phê, hồ tiêu, mía (33% sản lượng mía toàn tỉnh), bắp thuốc lá.

* Định Quán gồm 1 thị trấn Định Quán và 13 xã

* Định Quán có các thắng cảnh địa phương khá nổi tiếng như:

- Khu Đá Chông (hay còn gọi là Đá Ba Chông)
- Thác mai (thuộc Lâm Trường Tân Phú)
- Suối mơ
- Thác Ba Giọt (xã Phú Vinh)
- Thác Thượng (xã Phú Tân)



3. Đối thủ cạnh tranh

3.1 Đối thủ cạnh tranh trực tiếp

Đối thủ cạnh tranh trực tiếp của công ty là 3 công ty hiện đang kinh doanh dịch vụ vận tải tuyến Tân Phú – TP HCM gồm:

- Công Ty A :

Điểm mạnh: hiện có khoảng 40 xe, trong đó trên 30 xe loại 7 chỗ ngồi, Cty A hoạt động đã 6 năm, nguồn khách nhiều, có chú ý đến nhu cầu khách hàng, thị phần ổn định, văn phòng công ty tại hai điểm Tân Phú, TP HCM khá lớn và rộng rãi, ấn tượng, tọa lạc tại đường lớn và thuộc khu vực tập trung các công ty vận tải.

Điểm yếu: Công Ty được quản lý theo phong cách nội bộ gia đình, thiếu khoa học, không có quy chế, quy trình quản lý,...không thực hiện chương trình quảng cáo, marketing, không có phần mềm quản lý công việc, quản lý khách hàng, phong cách phục vụ khách hàng quá yếu, giao tiếp khách hàng kém, việc tăng giá vé không hợp lý và thường mang nét cảm tính, đặc biệt phong cách lái xe trên đường của tài xế A nguy hiểm gây mất an toàn cho hàng khách, do đó khách hàng Của Cty A tuy ổn định nhưng không bền vững.

Ban Lãnh Đạo Cty A hiện đang có tâm lý tự mãn, không quan tâm tới sự cạnh tranh trên thị trường, đây là điểm yếu cơ bản cần xét đến trong phương án kinh doanh.

- Công Ty B:

Điểm mạnh: hiện có khoảng 30 xe đang hoạt động, chủ yếu là các loại xe 7 chỗ ngồi. Công Ty B hoạt động đã 20 năm nên số lượng khách hàng trung thành nhiều, giá vé rẻ hơn Cty A, các lái xe Cty B giao tiếp khách hàng tốt, phong cách lái xe chững chạc, an toàn.

Điểm yếu: cũng như CTY A, Công Ty B được quản lý theo phong cách nội bộ gia đình, không có quy chế, quy trình quản lý,...không thực hiện chương trình quảng cáo, marketing, không có phần mềm quản lý công việc, quản lý khách hàng, do đó khách hàng Của Cty B tuy ổn định nhưng không bền vững.

Do thị trường ổn định nên Ban Lãnh Đạo Cty B không quan tâm tới sự cạnh tranh trên thị trường, đây là điểm yếu cơ bản cần xét đến trong phương án kinh doanh.

- Công Ty C: mặc dù hoạt động đã lâu nhưng do tiềm lực yếu, cung cách phục vụ không tốt nên tình hình kinh doanh hiện tại không khả quan, có khả năng phá sản.

3.2 Đối thủ cạnh tranh gián tiếp

Đối thủ cạnh tranh gián tiếp của công ty là những công ty xe khách đường dài đi qua huyện Tân Phú, Định Quán, những công ty cho thuê xe du lịch trong địa bàn huyện, những công ty chạy tuyến cố định dọc đường mà công ty đi qua.

Cần quan tâm đặc biệt đến Cty Xe Khách Phương Trang, Mai Linh, Thành Bưởi,... Nếu các công ty này có điểm rước trả khách gần Tân Phú, Định Quán thì đây là đối thủ cạnh tranh trực tiếp rất mạnh, các Công Ty này có tiềm lực mạnh đặt biệt, chính sách quản lý tốt, khoa học nên giá vé rất cạnh tranh, phong cách phục vụ tốt,...

4. Rủi ro kinh doanh

Những rủi ro chính mà công ty có thể gặp phải bao gồm:

4.1 Nguy cơ xảy ra tai nạn

Kinh doanh vận tải là lĩnh vực có nhiều rủi ro song tai nạn giao thông là rủi ro lớn nhất và hiện hữu nhất mà các công ty vận tải phải đối mặt.

Biện pháp : ...

4.2 Rủi ro cạnh tranh

Tân Phú là địa bàn nhỏ, qui mô thị trường giới hạn nên việc có quá nhiều đối thủ cạnh tranh tham gia trên thị trường sẽ làm cho thị trường bị chia nhỏ. Qui mô thị trường giảm sút có thể làm giảm mạnh doanh thu của công ty.

BP : Cty cần có kế hoạch dài hạn về marketing để bảo tồn lượng khách hàng hiện có và phát triển khách hàng mới, luôn quan tâm, kiểm soát, điều chỉnh kế hoạch này theo định kỳ; điều chỉnh giá vé luôn không cao hơn thị trường, cung cách phục vụ chuyên nghiệp, chu đáo luôn mang đến thuận lợi và sự hài lòng cao nhất đến khách hàng.

Nếu đối thủ cạnh tranh là Cty Xe Khách Phương Trang, Mai Linh, Thành Bưởi,... Cty phải xem xét đến chính sách cắt giảm chi phí, đặc biệt là chi phí sửa chữa, nhân sự, kể cả chi phí cho hoạt động quảng cáo, marketing, bán hàng, cần tăng số lượng khách mỗi chuyến để điều chỉnh giá vé thấp hơn hoặc bằng các công ty này.

Kiểm soát chặt chẽ công tác sửa chữa, công tác quản lý và sử dụng vật tư, giám sát tác nghiệp hằng ngày của nhân viên, phân tích tình hình và yêu cầu họ làm thêm giờ vì sự

sống còn của Công ty, có chính sách đãi ngộ nhân viên sau khi đã vượt qua tình trạng khó khăn đang xảy ra, bên cạnh đó Công Ty luôn theo dõi và nêu cao phong cách phục vụ khách hàng tốt nhất đến từng Cán Bộ Công Nhân Viên Công Ty.

4.3 Rủi ro trong quản lý nhân sự:

Trog tình hình hiện nay, yếu tố rủi ro khác cần lưu ý là việc quản lý đội ngũ lái xe làm sao có ý thức đạo đức, tuân thủ luật giao thông trong khi tác nghiệp trên đường vì sự an toàn của hành khách và bản thân, ngăn chặn những hành động tiêu cực về tiền phạt dọc đường và quản lý số lượng hành khách trên xe, tiêu cực trong thay thế vật tư hư hỏng,...

Biện pháp: Cty phải ban hành chính sách tuyển dụng và đào tạo lái xe bài bản, khoa học nhằm tuyển dụng những lái xe có trình độ văn hóa chuyên môn cao, đạo đức tốt, nhiệt tình công hiến. Ngoài ra Cty phải ban hành chính sách lương thưởng mang tính khuyến khích, minh bạch và quy chế khoán lương , khoán vật tư, khoán việc hợp lý cho lái xe.

4.4 Phục vụ không tốt mất uy tín với khách hàng

Do chi phí vận tải rất lớn nên số lượng khách hàng mỗi chuyến có tính quyết định đối với doanh thu và lợi nhuận, nếu mất uy tín với khách hàng có thể làm giảm số lượng khách hàng từ đó sụt giảm doanh thu và lợi nhuận của công ty.

Biện pháp: Cty thiết lập và luôn quan tâm, kiểm soát, điều chỉnh thiết chế văn hóa công ty luôn có tính văn minh, sạch, đẹp, tạo cho CBCNV luôn có trách nhiệm với Cty, tính văn hóa trong mối quan hệ giữa các đồng nghiệp, văn hóa trong quan hệ cấp trên và nhân viên, đặc biệt gìn giữ và phát triển chuyên nghiệp trong chính sách chăm sóc và giao tiếp với khách hàng.

4.5 Đối thủ giảm giá vé:

Như đã nói ở mục 4.2 (rủi ro cạnh tranh).

Cty phải xem xét đến chính sách cắt giảm chi phí, đặc biệt là chi phí sửa chữa, nhân sự, kể cả chi phí cho hoạt động quảng cáo, marketing, bán hàng, cần tăng số lượng khách mỗi chuyến để điều chỉnh giá vé thấp hơn hoặc bằng các công ty này.

Kiểm soát chặt chẽ công tác sửa chữa, công tác quản lý và sử dụng vật tư, giám sát tác nghiệp hằng ngày của nhân viên, phân tích tình hình và yêu cầu họ làm thêm giờ vì sự sống còn của Công ty, có chính sách đãi ngộ nhân viên sau khi đã vượt qua tình trạng khó khăn đang xảy ra, bên cạnh đó Công Ty luôn theo dõi và nêu cao phong cách phục vụ khách hàng tốt nhất đến từng Cán Bộ Công Nhân Viên Công Ty.

4.6 Giá nhiên liệu tăng cao:

Đây là rủi ro thường xuyên, toàn bộ ngành vận tải đều bị ảnh hưởng, Ban Lãnh Đạo Công Ty cần quan tâm đến động thái của đối thủ, nếu họ tăng giá để bù chi phí, Công Ty cần thực hiện một trong hai điều:

- Tăng giá vé theo tình hình chung của ngành để bù chi phí, hoặc
- Giữ nguyên giá vé hoặc tăng thấp hơn đối thủ bằng cách sử dụng các phương pháp như ở mục 4.5

4.7 Phong cách quản lý gia đình nhỏ lẻ, không khoa học:

Do việc sử dụng nhân sự là người trong gia đình, họ hàng, mặc dù có trình độ văn hóa và chuyên môn cao nhưng rất dễ bị đồng hóa giữa chức năng quản trị công ty và quản lý theo gia đình.

Biện pháp: nghiêm túc ban hành các quy chế hoạt động, quy trình làm việc, nội quy công ty, chế độ thưởng phạt minh bạch, chế độ tuyển dụng, đào tạo công khai, quy định rõ ràng về lương, bảo hiểm xã hội,...thiết lập thiết chế văn hóa văn minh cho toàn công ty, không sử dụng các danh xưng gia đình vào công việc tại Công Ty.

III. KẾ HOẠCH BÁN HÀNG-MARKETING

1.. Chiến lược kinh doanh:

1.1 Lợi thế:

- Nhận định tình hình thị trường qua thực tế hiện có và qua thành công cũng như thất bại của các đối thủ cạnh tranh, từ đó tìm ra cơ hội và đề ra các chính sách phù hợp để phát triển Công Ty.
- Các xe sử dụng đều mới và tiện nghi, hiện đại, an toàn.
- Chức năng quản trị được vận hành khá thuận lợi do vai trò quản lý hầu hết có trình độ chuyên môn cao, kinh nghiệm nhiều trong ngành vận tải nên mặc dù là người trong gia đình nhưng không mang phong cách quản trị thủ công nhỏ lẻ.
- Hệ thống bến bãi và văn phòng đã sẵn sàng cho việc thành lập cty và hoạt động.
- Lãnh đạo các công ty đối thủ thiếu tầm nhìn về chiến lược kinh doanh, về quản trị doanh nghiệp, họ kinh doanh theo kinh nghiệm và cảm tính.

1.2 Mục tiêu:

1.2.1 Marketing:

- Bảo đảm chiến lược, kế hoạch marketing và chương trình xúc tiến bán hàng là xuyên suốt với cường độ ổn định (hoặc cao hơn tùy vào tình hình kinh doanh và các trường hợp đột xuất) từ trước ngày Cty bắt đầu hoạt động và duy trì liên tục về sau.
- Chi phí cho hoạt động marketing – xúc tiến bán hàng không tăng đột biến theo tỉ lệ so với doanh thu trong quá trình hoạt động ngoại trừ các trường hợp đặc biệt.

1.2.2 Số lượng hành khách:

- Số hành khách bình quân/chuyến
- Tuyến TP – TP HCM : kế hoạch là 7 hành khách/chuyến

Năm	Năm1	Năm 2...năm m
Số khách bq /lần	6/7	7/7

- Tuyến TP HCM – TP: kế hoạch là 7 hành khách/chuyến

Năm	Năm1	Năm 2...năm m
Số khách bq/lần	6/7	7/7

- Số chuyến/ngày: Tổng cộng có 6 xe

Năm	Năm1	Năm 2...năm m
Số chuyến quay vòng/ngày	12	12
<ul style="list-style-type: none">• Năm thứ nhất và thứ hai: xe mới nên phải bảo đảm 12 ch/ngày, mỗi xe phải chạy 2 chuyến/ngày, các xe đảo ca liên tục nhằm bảo đảm sức khỏe cho lái xe, xe xuất bến trễ nhất ngày trước phải chạy đầu tiên ngày hôm sau và tiếp theo quy luật đó.• Từ năm thứ ba trở đi, do xe hoạt động đã lâu nên bắt đầu có triệu chứng hư hỏng, Công Ty phải tăng cường kiểm tra hệ thống máy móc, gia tăng đội ngũ kỹ thuật để bảo đảm trung bình mỗi xe vẫn chạy 2 chuyến quay vòng/ngày.		

1.2.3 Thị trường:

Cuối năm thứ nhất, chiếm ít nhất xx% thị trường Tân phú, cuối năm thứ hai chiếm tối thiểu xx% thị trường Tân Phú, từ cuối năm thứ ba nâng độ phủ lên xx% thị trường Huyện Tân Phú và Định Quán, lên kế hoạch thực hiện mở rộng công ty về các huyện lân cận như Thống Nhất, Trảng Bom,... với từng phương án cụ thể riêng cho từng địa điểm.

1.2.4 Doanh thu và lợi nhuận:

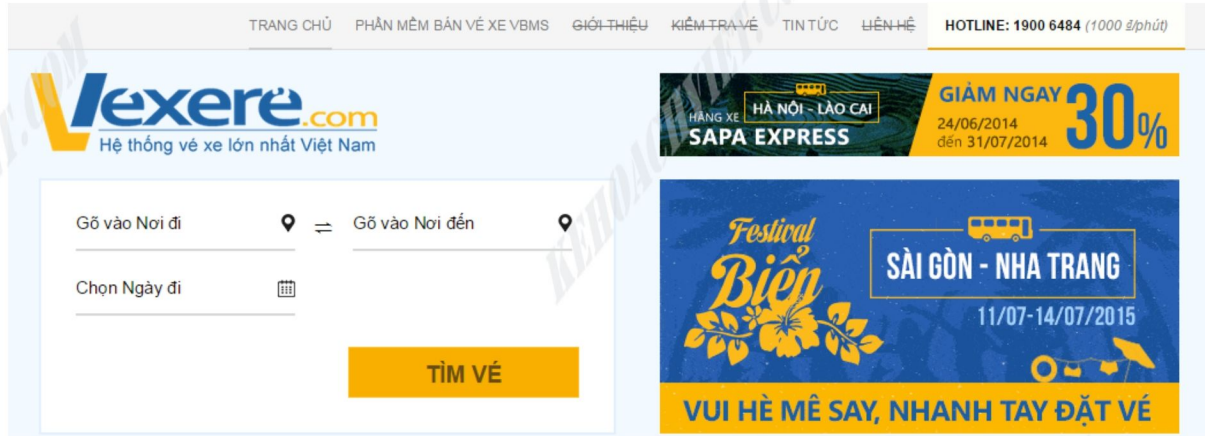
Dự kiến hòa vốn vào cuối năm thứ hai, và lợi nhuận bắt đầu từ năm thứ ba tối thiểu là xx% doanh thu và tăng đều mỗi năm lên tối thiểu x%.

2. Chiến lược marketing

- Xây dựng hình ảnh 1 công ty vận tải chuyên nghiệp, thân thiện, thái độ phục vụ tốt và nhiệt tình với khách hàng:
 - Tên Công Ty ngắn gọn bao hàm một trong các tính chất về giá trị, chức năng công việc, địa phương hoặc gia đình,... VD: Công Ty TNHH XX XXX
 - Màu sắc chủ đạo của Cty là màu da trời có pha màu đen, ý nghĩa: tạo cảm giác thân thiện, bình yên, an toàn có pha sự tự tin, quyền lực mạnh mẽ. Đây

- là màu chủ đạo được sử dụng trên toàn bộ giấy tờ, văn phòng, đồ đạc, trang thiết bị,...
- Sử dụng đồng phục, ít nhất là áo đồng phục cho CBCNV Cty, màu đồng phục là màu chủ đạo của công ty, có in logo, slogan.
 - Ra các quy chế về nội quy, kỷ luật Cty, quy trình chuẩn phục vụ khách hàng từ khi nhận cuộc gọi đặt vé đến khi khách hàng về bến đỗ và xuống xe,... tất cả các quy chế, quy trình này đều được đăng lên website, dán tại nơi dễ thấy nhất tại văn phòng làm việc.
 - Ra quy định yêu cầu riêng, cụ thể về thái độ của CBCNV đối với khách hàng đặc biệt là đạo đức, thái độ của lái xe đối với hành khách trên đường, chế độ thưởng phạt rõ ràng, minh bạch.
 - Văn phòng Cty luôn sạch sẽ, gọn, mát,...có ghế ngồi, có phục vụ nước, khăn giấy.
 - Có phần mềm quản lý dành cho chức năng quản trị công ty, quản lý nguồn khách hàng, theo dõi các hoạt động vận chuyển, sửa chữa, nhân sự, hành chánh, kinh doanh, marketing, bán hàng,...
- Xây dựng logo cho công ty:
- Đơn giản, thể hiện một trong các đặc điểm tính chất công việc, tên cá nhân,...Logo phải đạt yêu cầu độc đáo, ấn tượng, ý nghĩa, thể hiện được giá trị công ty.
 - Hình tròn là cơ bản, màu logo theo màu chủ đạo công ty.
 - Đặt hình ảnh logo trên bảng hiệu công ty, trên xe, giấy tờ, đồng phục, văn phòng,... vị trí đặt phải ở nơi dễ thấy.
- Xây dựng slogan cho công ty:
- Ngắn gọn, độc đáo, dễ đọc, nhấn mạnh tính lợi ích của dịch vụ, sự an toàn, mang thông điệp ấn tượng và khơi gợi được trí tưởng tượng về dịch vụ của công ty.
 - Từ ngữ nên sử dụng hình dáng kiểu chữ thể hiện sự mạnh mẽ, dễ đọc.
 - Màu sắc từ ngữ là màu chủ đạo công ty.
 - Đặt slogan trên bảng hiệu công ty, trên xe, đồng phục, văn phòng,... vị trí đặt phải ở nơi dễ thấy.
- Xây dựng website đẹp, chuyên nghiệp để giới thiệu công ty đến với khách hàng, cung cấp cho khách hàng những thông tin cần thiết về công ty khi khách hàng có nhu cầu tìm hiểu thông tin:
- Giao diện đẹp, rõ, động, có hỗ trợ giao diện mobile
 - Màu sắc hài hòa, cân đối, tạo sự thiện cảm đối với người xem
 - Tốc độ load trang nhanh
 - Độ bảo mật cao, quản lý thông tin hiệu quả
 - Thiết kế chuẩn S.E.O, dễ dàng lên Top của trang tìm kiếm google hoặc trang tìm kiếm Cốc Cốc của Việt Nam

- Nhiều chức năng hỗ trợ bán hàng như liệt kê danh sách giờ chạy, số lượng hành khách đã đặt vé, số lượng ghế còn trống, đặt vé và thanh toán online, hỗ trợ hành khách trực tuyến, thống kê được số lượng người xem website, thống kê lượt xem của từng bài viết quảng cáo
- Đăng thông tin công ty và tuyến vận tải lên vexere.com và các website khác.



- Sử dụng phương pháp marketing truyền thống:
 - In name card công ty.
 - Thực hiện brochure công ty.
 - In tờ rơi với hình ảnh, logo, slogan, xe, nhân viên,... của công ty, địa chỉ, điện thoại, website,... Tờ rơi không quá nhỏ, từ nửa đến một trang A4, giấy dày, đính kèm tờ rơi là name card công ty để dễ bỏ túi. Phát tờ rơi với mật độ cao tại thị trấn Tân Phú, các xã gần thị trấn Tân Phú, các xã trong huyện, chú ý đến các huyện thị lân cận, đặc biệt các khu dân cư trên cung đường xe chạy.
 - Đặt hàng viết một bài quảng cáo trên đài phát thanh huyện nếu Thị Trấn Tân Phú, các xã có đài phát thanh mỗi sáng, chiều. Thực hiện thường xuyên nửa tháng trước khi khai trương và duy trì nhắc lại định kỳ.
 - Đặt banner tại các khu vực dân cư đông như chợ, bến xe, cơ quan, công ty, trường học, các xã trên đường xe chạy.



3. Chiến lược xây dựng hình ảnh thương hiệu

- Tổ chức riêng đội ngũ hoặc phân công cho nhân viên phụ trách chính về thực hiện, giám sát hoạt động marketing, xây dựng hình ảnh thương hiệu công ty, xúc tiến bán hàng theo định hướng thân thiện với người dân Tân Phú, am hiểu và tôn trọng khách hàng. Đây là chức năng được duy trì xuyên suốt.
- Cố gắng tạo độ phủ thương hiệu công ty lên xxx% người dân khu vực Tân Phú và ít nhất xx% khu vực dọc đường đi để đảm bảo khi di chuyển trên tuyến cố định mà công ty tổ chức khách hàng sẽ nghĩ ngay đến công ty đầu tiên.
- Tạo ấn tượng tốt nhất với khách hàng mục tiêu về một công ty vận tải lịch sự, thân thiện và an toàn.
- Các yếu tố cần thiết để triển khai xây dựng hình ảnh thương hiệu:
 - Nghiên cứu thị trường: khu vực vùng xa, tỉnh lẻ, thu nhập người dân thấp, mức tiêu dùng không cao, nhu cầu đi lại không nhiều, dân bản địa khá dễ tính trong quan niệm sống, rất dễ tạo ấn tượng tốt về thương hiệu với cư dân nếu hình ảnh thân thiện, bình dân, gần gũi và cốt lõi là uy tín cần được duy trì nghiêm túc, thường xuyên.
 - Thời điểm tung ra thương hiệu (đồng thời với ngày khai trương) nên chọn vào thời điểm lễ, tết (thời gian nghỉ càng dài càng tốt), nhu cầu đi lại tăng cao đột xuất, mức tiêu dùng gia tăng, tâm trạng khách hàng hưng phấn, thoải mái do đó hiệu ứng tích cực đối với thương hiệu sẽ gia tăng mạnh.
 - Định vị thương hiệu: thương hiệu ngắn gọn thể hiện vị trí số 1 về dịch vụ vận chuyển tại Tân Phú, VD: slogan - : **LUÔN LUÔN CỐ GẮNG**; **“ CỐ GẮNG MỖI NGÀY ”**; **“ AN TOÀN TRÊN TỪNG KILOMET ”**

4. Chiến lược bán hàng:

4.1 Thu hút khách hàng mới:

- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- Chủ động tham gia các hiệp hội tại địa phương huyện, tỉnh, thường xuyên tham gia các sự kiện văn hóa, thương mại tại địa phương nhằm gia tăng nhận thức và thu hút sự chú ý của khách hàng đối với thương hiệu và dịch vụ của Công Ty.
- ...

4.2 Duy trì khách hàng hiện tại:

Sau khi khách hàng mới sử dụng dịch vụ Cty, khách hàng mới trở thành khách hàng truyền thống, nhiệm vụ Cty lúc này phải có chiến lược duy trì tốt số lượng khách hàng này.

- ...
- Xây dựng các nhóm dữ liệu về khách hàng truyền thống trong phần mềm.
- ...
- ...
- ...

4.3 Khu vực bán hàng:

- Thị trấn Tân Phú, Thị Trấn Định Quán và các xã lân cận của hai huyện: đây là địa bàn chiến lược của Công Ty cho mọi hoạt động marketing, bán hàng.
- Các xã vùng sâu, vùng xa của huyện Tân Phú, các xã thuộc các huyện khác nhưng có chung ranh giới với huyện Tân Phú và Định Quán.
- Các xã, huyện trên đường xe vận chuyển thuộc tuyến Tân Phú – TP Hồ Chí Minh.
- Kết hợp với Khu Rừng Nguyên Sinh Nam Cát Tiên để chuyên chở khách tham quan từ TP HCM.

4.4 Chiến lược giá cả:

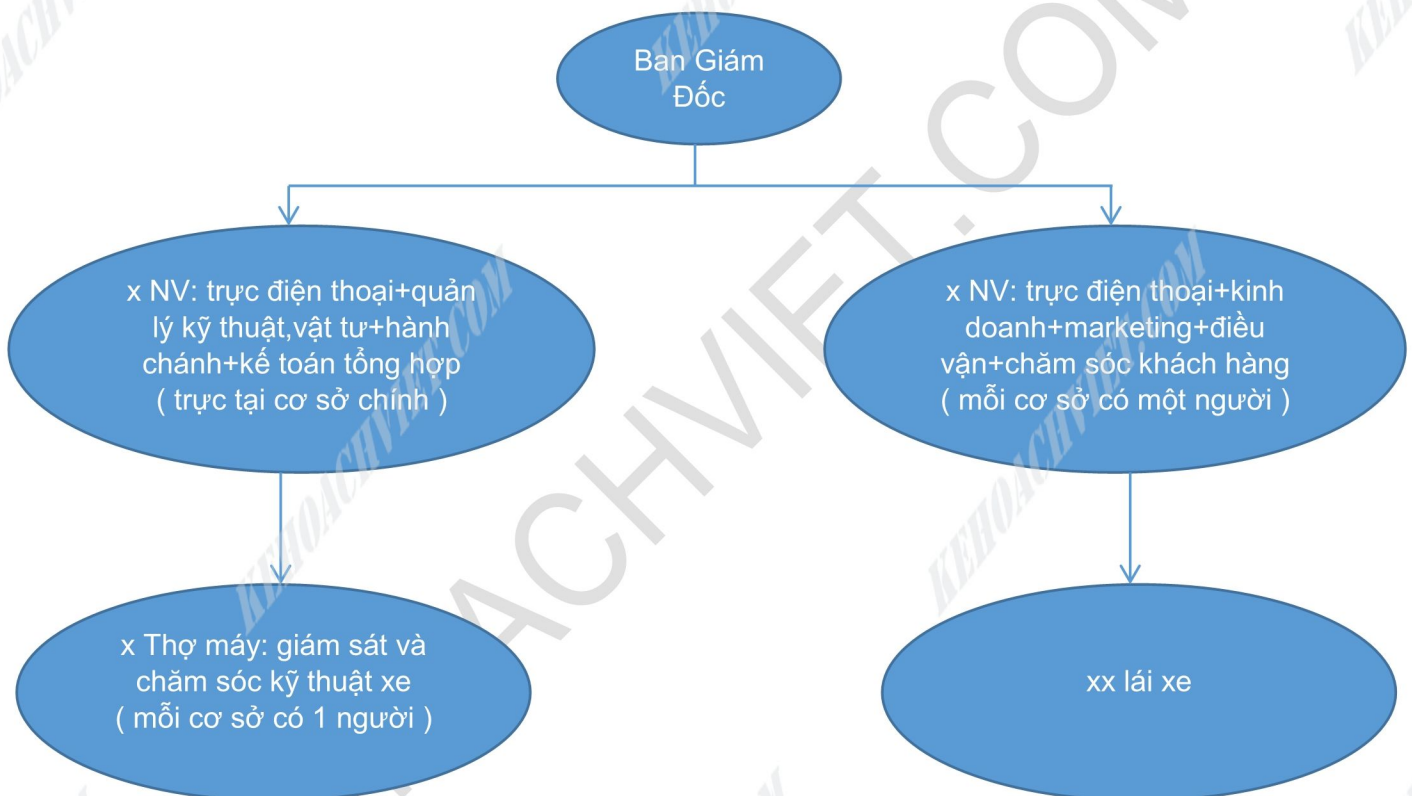
- Đề ra chương trình khuyến mãi giảm giá vé và tặng quà trong hai tuần đầu tiên.
- ...
- Lập chương trình tích điểm cho khách hàng, nếu khách hàng tích điểm nhiều sẽ có thưởng như : ...
- Rước và trả khách trong bán kính quy định.
- Định giá vé theo ngày trong tuần, giá vé thấp hơn cho 4 ngày đầu tuần từ thứ hai đến thứ năm, điều chỉnh cao hơn cho 3 ngày cuối tuần từ thứ sáu đến chủ nhật
- ...
- Thực hiện vé tháng ...

5. Kế hoạch triển khai

- Trước ngày khai trương hai tháng, bắt đầu thực hiện website, logo, slogan, brochure, name card, tờ rơi, banner, đặt viết bài quảng cáo, sửa chữa và trang trí văn phòng,... hoàn tất trong 30 ngày.
- Trước ngày khai trương 15 ngày, thực hiện phát tờ rơi, quảng cáo trên báo, đài địa phương, treo banner, gặp gỡ chính quyền địa phương, các đối tác quan trọng.
- Trước ngày khai trương 15 ngày, lên kế hoạch, chương trình cho ngày khai trương bao gồm các hoạt động ngày khai trương, danh sách khách mời và gửi thư mời, chi phí cho lễ khai trương,...
- Sau ngày khai trương một tháng, vẫn duy trì các hoạt động quảng cáo xuyên suốt với mật độ cao, sau đó giảm dần cường độ quảng cáo nhưng vẫn xuyên suốt. Định kỳ sáu tháng hoặc 1 năm, Công Ty sẽ tăng mật độ quảng cáo trong một tháng vào dịp trước những lễ lớn nghỉ dài ngày.

IV. KẾ HOẠCH NHÂN SỰ

1. Cơ cấu tổ chức



2. Chức năng nhiệm vụ các phòng ban.

2.1 Ban giám đốc

- Là chủ tài khoản Công ty được mở tại ngân hàng, chịu trách nhiệm quản lý, sử dụng theo đúng quy định pháp luật.
- Định hướng, tổ chức thực hiện và phê duyệt chiến lược, kế hoạch hoạt động cho Công Ty theo kế hoạch 2 năm, 5 năm.

- Quản lý, giám sát chung toàn bộ hoạt động kinh doanh, nhân sự, tài chính, kỹ thuật, vật tư, hành chính,...
- Theo dõi và phê duyệt toàn bộ các hồ sơ về hoạt động kinh doanh, hành chính quản trị, nhân sự, tài chính, thu chi,... trong toàn công ty.
- Thực hiện quyền và nghĩa vụ khác được quy định tại điều lệ công ty.

2.2 Bộ phận trực điện thoại, quản lý kỹ thuật, vật tư, hành chính, kế toán:

- Chịu sự quản lý trực tiếp từ Ban giám Đốc về lĩnh vực được phân công.
- Trực điện thoại tổng đài để phục vụ hành khách, khách hàng, đối tác trong việc nhận và sắp xếp đặt vé, đặt hàng,... các công việc liên quan đến đối tác khách hàng của công ty.
- Trực tiếp quản lý các hoạt động kỹ thuật, sửa chữa bảo dưỡng, quản lý chặt chẽ việc nhập và cấp phát vật tư.
- Trực tiếp quản lý các hoạt động hành chính quản trị, trực tiếp quản lý cơ sở vật chất toàn công ty, quản lý server, phần mềm, soạn thảo và trình Ban Giám Đốc các quy chế, quy trình hoạt động toàn công ty, công tác vệ sinh, an toàn, phòng cháy chữa cháy.
- Tổ chức, cơ cấu, bố trí nhân sự, phụ trách tuyển dụng và đào tạo, chế độ lương thưởng, bảo hiểm xã hội,...
- Trực tiếp thực hiện hoạt động kế toán như theo dõi tài chính, báo cáo thu chi, các báo cáo tài chính định kỳ, báo cáo thuế,...
- Phối hợp chặt chẽ với bộ phận kinh doanh trong việc báo cáo các thu chi về tiền vé, chi phí sửa chữa, bảo dưỡng kỹ thuật,... và các chi phí khác.
- Tổng kết và báo cáo các hoạt động theo lĩnh vực phụ trách lên Ban Giám Đốc hằng ngày, hằng tuần, tháng, năm,...
- Lưu trữ tất cả các loại hồ sơ cho toàn công ty theo nguyên tắc hợp lý, khoa học.
- Thực hiện quyền và nghĩa vụ khác được quy định tại điều lệ công ty và theo sự phân công của Ban Giám Đốc.

2.3 Bộ phận trực điện thoại, quản lý kinh doanh, marketing, điều vận và chăm sóc khách hàng:

- Chịu sự quản lý trực tiếp từ Ban giám Đốc về lĩnh vực được phân công.
- Trực điện thoại tổng đài để phục vụ hành khách, khách hàng, đối tác trong việc nhận và sắp xếp đặt vé, đặt hàng,... các công việc liên quan đến đối tác khách hàng của công ty.
- Trực tiếp quản lý các hoạt động kinh doanh, marketing, xúc tiến bán hàng, theo dõi dữ liệu về khách hàng, lập các chương trình chăm sóc khách hàng, lập các chương trình khuyến mãi, quảng cáo,....
- Trực tiếp quản lý, phân công lái xe, điều vận các xe theo lịch trình vận chuyển hằng ngày, theo dõi các hoạt động và hành trình xe trên đường,...
- Phối hợp chặt chẽ với bộ phận kế toán trong việc báo cáo các thu chi về tiền vé, chi phí sửa chữa, bảo dưỡng kỹ thuật,... và các chi phí khác.

- Tổng kết và báo cáo các hoạt động theo lĩnh vực phụ trách lên Ban Giám Đốc hằng ngày, hằng tuần, tháng, năm,...
- Lưu trữ nội bộ tại bộ phận tất cả các loại hồ sơ cho toàn công ty theo nguyên tắc hợp lý, khoa học.
- Thực hiện quyền và nghĩa vụ khác được quy định tại điều lệ công ty và theo sự phân công của Ban Giám Đốc.

2.4 Bộ phận lái xe:

- Chịu sự quản lý trực tiếp từ Bộ Phận Kinh Doanh, Điều Vận và gián tiếp từ BGD. Tuân thủ nghiêm túc sự phân công điều vận hàng ngày từ Bộ Phận KD ĐV của công ty.
- Luôn đọc và tuân thủ nghiêm túc các quy định của Luật giao thông đường bộ, nội quy, kỷ luật công ty, các quy chế, quy trình của Công Ty ban hành.
- Thực hiện tốt và nghiêm túc việc lái xe trên đường, đúng giờ, không phóng nhanh, vượt ẩu, gìn giữ sự an toàn tối đa cho hành khách và bản thân.
- Giữ gìn xe luôn trong trạng thái tốt, sẵn sàng hoạt động, tiết kiệm vật tư, nhiên liệu cho Công Ty, vệ sinh xe sạch sẽ hằng ngày,...
- Luôn giữ trạng thái bình tĩnh, chủ động khi tác nghiệp trên đường, giữ thái độ ôn hòa, tôn trọng và giúp đỡ hành khách,...
- Báo cáo các hoạt động hằng ngày về hoạt động của xe trên đường, tình hình kỹ thuật xe lên Bộ Phận KD ĐV hằng ngày, hằng tuần, tháng, năm,...
- Phối hợp tốt với Bộ Phận Thợ Máy trong việc bảo dưỡng sửa chữa xe theo quy định Công Ty.
- Lưu trữ cá nhân các loại hồ sơ xe như sổ đăng kiểm, lý lịch xe,...theo nguyên tắc hợp lý, khoa học.
- Thực hiện quyền và nghĩa vụ khác được quy định tại điều lệ công ty và theo sự phân công của Ban Giám Đốc.

2.5 Bộ phận Thợ máy:

- Chịu sự quản lý trực tiếp từ Bộ Phận Kế Toán, Quản Trị, Kỹ Thuật và gián tiếp từ BGD. Tuân thủ nghiêm túc sự phân công điều động hàng ngày từ Bộ Phận KT QT KT của công ty.
- Luôn đọc và tuân thủ nghiêm túc nội quy, các quy chế, quy trình của Công Ty ban hành.
- Thực hiện tốt và nghiêm túc việc sửa chữa, bảo dưỡng phương tiện cho toàn công ty theo quy định kỹ thuật, quy trình dựa trên Tiêu Chuẩn Kỹ Thuật quốc tế, trong nước hoặc do Công Ty ban hành.
- Giữ gìn cơ xưởng luôn sạch sẽ, vệ sinh, tiết kiệm vật tư, nhân công cho Công Ty,...

- Phối hợp tốt với Bộ Phận Lái Xe trong việc bảo dưỡng sửa chữa xe theo quy định Công Ty.
- Báo cáo các hoạt động hằng ngày về tình hình kỹ thuật đoàn xe lên Bộ Phận KT QT KT hằng ngày, hằng tuần, tháng, năm,...
- Lưu trữ nội bộ tại Xưởng các loại hồ sơ sửa chữa, bảo dưỡng theo nguyên tắc hợp lý, khoa học.
- Thực hiện quyền và nghĩa vụ khác được quy định tại điều lệ công ty và theo sự phân công của Ban Giám Đốc.

Bảng: Số lượng nhân viên dự kiến

Vị trí	Số lượng
TP.HCM	
Nhân viên KD ĐV	
Thợ máy	
Tân Phú	
Giám đốc	
Phó giám đốc	
Nhân viên KT QT KT	
Thợ máy	
Tài xế	
Tổng	

Bảng lương dự kiến (VNĐ):

Chức danh	Dự kiến tiền lương/tháng	Ghi chú
Giám Đốc		
Phó giám Đốc		
Nhân viên		
Lái xe		Dự kiến khoán xxx,000 đ/chuyến
Thợ máy		

3. Kế hoạch triển khai nhân sự:

- Trước ngày khai trương hai tháng, đăng báo tin tuyển dụng nhân viên, lái xe, thợ máy
- Trước ngày khai trương 15 ngày, hoàn tất tuyển dụng và cơ cấu nhân sự toàn công ty.

V. KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH**1. Các thông số và giả định tài chính ban đầu:**

Danh mục	Đơn vị	Số	Thành tiền	Ghi chú
----------	--------	----	------------	---------

	tính	lượng		
Số lượng xe	Cái			
Số lượng xe hoạt động mỗi ngày	Cái			
Giá mua xe (VNĐ)	Cái			
Vay ngân hàng 60% giá trị chiếc xe	Cái			
Lãi vay/năm	Cái			
Giá vé (VNĐ)	Cái			
Lương khoán lái xe/chuyến (VNĐ)	Chuyến			
Số lượng gói hàng nhỏ/chuyến quay vòng	Gói			
Số lượng gói hàng lớn/chuyến quay vòng	Gói			
Quảng đường TP-TP HCM	km			
Thời gian đi TP-TPHCM (bao gồm nghỉ ngơi 1 giờ)	giờ			
Thời gian đi TP HCM-TP	giờ			
Thời gian nghỉ tại bến đối với nửa chuyến quay vòng	giờ			
Thời gian nghỉ tại bến đối với một chuyến quay vòng	giờ			
Tốc độ bình quân/giờ	km/h			
Số lượng hành khách nhiều nhất chuyến TP-TPHCM	H.khách			
Số lượng hành khách nhiều nhất chuyến TPHCM-TP	H.khách			
Định mức quảng đường thay nhớt bảo dưỡng định kỳ	km			
Định mức quảng đường sửa chữa lớn	km			
Định mức tiêu thụ nhiên liệu/100km	Lít			
Định mức quảng đường thay lốp xe	km			
Định mức chi phí sửa chữa thường xuyên	VNĐ			
Định mức chi phí sửa chữa lớn	VNĐ			
Định mức khấu hao xe	Năm			
Định mức khấu hao trang thiết bị	Năm			
Chi phí ngoài (VNĐ)/xe/năm	Cái			
Phí cầu đường (VNĐ)	Lần			
Số lượng xe	Cái			
Số lượng xe hoạt động mỗi ngày	Cái			

2. Kế hoạch mua xe

Trước mắt công ty sẽ mua x chiếc xe Kia New Carens để phục vụ hoạt động kinh doanh dịch vụ.

Công ty sẽ đầu tư xx% giá trị xe, xx% còn lại vay vốn ngân hàng theo hình thức thế chấp xe.

Bảng: Chi phí mua xe

	Danh mục	ĐVT	SL	Đơn giá	Thành tiền
A	Chi phí mua xe				

1	Giá bán (Bao gồm VAT)	Xe			
2	Chi phí trước bạ (10%)	Xe			
3	Chi phí đăng ký xe	Xe			
4	Phí sử dụng đường bộ	Xe			
	Hộp đen	Cái			
	Camera	Cái			
5	Tổng tiền thanh toán				
B	Phương án mua xe				
6	Vay ngân hàng (60% giá bán)				
7	Tự thanh toán				

3. Kế hoạch điều vận:

Thông số chung:

- Chiều dài tuyến: xxx km
- Tốc độ bình quân: xx km/giờ
- Chiều dài đi về: xxx km
- Thời gian đi về: 5h15'
- Thời gian 1 tuyến trung bình dự kiến trong thực tế: x giờ
- Thời gian hoạt động từ 1 giờ sáng đến 22 giờ đêm.
- Xe KIA CARENT loại 7 chỗ:
 - Ghế tài: 1 chỗ
 - Ghế trước: 1 chỗ
 - Ghế lớn sau: 2 cái * 3 chỗ = 6 chỗ

Tổng: 7 hành khách

Năm 1 và 2, xe mới, hoạt động ổn định, tình trạng hư hỏng không cao, hệ số sử dụng dễ đạt xxx% (x/6 xe hoạt động mỗi ngày), các hỏng hóc thường xuyên phải được khắc phục vào thời gian xe không hoạt động.

Năm 3 trở đi, phải tăng cường đội ngũ kỹ thuật và kiểm tra thường xuyên máy móc thiết bị nhằm tránh trường hợp ngừng chạy.

Công ty dự kiến chạy xx chuyến/ngày. Mỗi xe chạy x chuyến/ngày

Lịch chạy xe dự kiến

Giờ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
	Ngày 1																							
Xe số 1																								
Xe số 2																								
Xe số 3																								
Xe số 4																								
Xe số 5																								
Xe số 6																								

Ngày 2															
Xe số 4															
Xe số 5															
Xe số 6															
Xe số 1															
Xe số 2															
Xe số 3															

Đảo ca chạy xe theo quy luật như trên biểu đồ điều vận.

4. Chi phí đầu tư ban đầu

Bảng: Chi phí đầu tư tài sản cố định ban đầu

	Danh mục	ĐVT	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
A	Mua xe				
1	Mua xe và phụ phí	Cái			
B	Văn phòng Tân Phú và TP.HCM				
1	Bàn ghế nhân viên	Bộ			
2	Ghế chờ cho khách	Cái			
3	Máy lạnh	Cái			
4	Tủ tài liệu	Cái			
5	Két sắt	Cái			
6	Điện thoại bàn	Cái			
7	Máy tính	Bộ			
8	Phần mềm quản lý	Bộ			
9	Sửa chữa và trang trí nội thất	Bộ			
C	Marketing				
1	Website	Cái			
2	Slogan	Cái			
3	Logo	Cái			
4	Name card	Bộ			
5	Tờ rơi	Bộ			
6	Đặt bài viết và đọc quảng cáo trên đài phát thanh	Bộ			
7	Banner	Bộ			
8	Brochure	Bộ			
9	Khai trương	Bộ			
Tổng chi phí đầu tư tài sản cố định ban đầu					3,687,360,000

5. Báo cáo tài chính:

5.1. Phân tích chi phí (năm 1):

Danh mục	ĐVT	Số lg	Đơn giá	Thành tiền	Thành tiền/tháng	Thành tiền/năm	Ghi chú
1. Tiền lương/tháng/12 xe							
Giám Đốc	Người						
Phó giám Đốc	Người						
Nhân viên	Người						
Lái xe	Người						
Thợ máy	Người						
2. Mua xe (1 xe)							
Xe	Cái						
3. Vay ngân hàng/xe							
Xe	Cái						
4. Lãi vay/năm (8%)/xe							
Xe	Cái						
5. Tiền thuê văn phòng/12xe/tháng							
Văn phòng	Cái						
6. Bảo hiểm bắt buộc TNDS/xe/năm							
Xe	Cái						
7.. Trang thiết bị và các chi phí khác/12 xe (đầu tư ban đầu)							
a. Trang thiết bị							
Bàn ghế nhân viên	Bộ						
Ghế chờ cho khách	Cái						
Máy lạnh	Cái						
Tủ tài liệu	Cái						
Két sắt	Cái						
Điện thoại bàn	Cái						
Máy tính	Bộ						
Phần mềm quản lý	Bộ						
Sửa chữa và trang trí nội thất	Bộ						
b. Phụ phí mua xe							
Thuế VAT mua xe (10%)	Xe						
Trước bạ (10%)	Xe						
Đăng ký	Xe						
Bảo trì đường bộ	Xe						
Hộp đen	Cái						
Camera	Cái						
c. Marketing							
Website	Cái						
Slogan	Cái						
Logo	Cái						
Name card	Bộ						
Tờ rơi	Bộ						
Đặt bài viết và đọc quảng cáo trên đài phát	Bộ						

thanh							
Banner	Bộ						
Brochure	Bộ						
Khai trương	Bộ						
8. Khấu hao/xe/năm							
Xe (6 năm)	Cái						
Trang thiết bị và các chi phí khác (4 năm)	Xe						
9. Sửa chữa lớn/xe/năm							
60% khấu hao cơ bản	Xe						
10. Sửa chữa thường xuyên/xe/năm							
50% chi phí sửa chữa lớn	Xe						
11. Chi phí nhiên liệu/xe/tháng							
Xăng	Lít						
12. Chi phí thay nhớt bảo dưỡng định kỳ/xe/tháng							
Nhớt động cơ SAE 50	Lít						
13. Chi phí lốp/xe/năm							
Thay 4 bộ lốp/lần	Bộ						
14. Chi phí linh tinh/xe/tháng							
1% doanh thu	Xe						
15. Chi phí ngoài/xe/năm							
Xe	Cái						
16. Chi phí đăng kiểm/xe/năm							
300,000 đ/lần	lần						
17. Thuế môn bài/ 6 xe/năm							
2,000,000 đ/lần	Lần						
18. Chi phí marketing + bán hàng/năm/6 xe							
Name card	Bộ						
Tờ rơi	Bộ						
Banner	Bộ						
Đặt bài viết và đọc quảng cáo trên đài phát thanh	Bộ						
Brochure	Bộ						
19. Chi phí cầu đường/xe/tháng							
15,000 đ/lần	Lần						

5.2 Dự báo doanh thu từ hành khách (năm 1) :

Nhằm bảo đảm doanh thu và lợi nhuận, Cty Xx Xxx hoạt động đều theo yêu cầu xe chạy 2 chuyên quay vòng/ngày, năm 1 và 2 do xe còn mới nên công suất hoạt động để đạt hiệu suất xxx%, tuy nhiên từ năm 3 trở đi, Công ty sẽ tăng cường đội ngũ kỹ thuật, tăng cường giám sát kỹ thuật, chăm sóc phương tiện chặt chẽ để đạt kế hoạch như mong muốn.

Tên tuyến	Tuyến TP - TP HCM	Tuyến TP HCM - TP	Ghi chú
MỘT XE			
Số hành khách dự kiến/lần - đối với 4 ngày đầu tuần			
Dự kiến số lần chạy trong 4 ngày đầu tuần			
Số hành khách dự kiến/lần- đối với 3 ngày cuối tuần			
Dự kiến số lần chạy trong 3 ngày cuối tuần			
Tổng lượng khách/tuần			
Số lượng khách bình quân/lần			
Số lượng khách bình quân/ngày			
Số chuyên ngày thứ nhất			
Số chuyên ngày thứ hai			
Số chuyên/tháng			
Số hành khách dự kiến bình quân/ngày			
Số hành khách/tháng			
Số hành khách/năm			
Giá vé dự kiến (VNĐ)			
Doanh thu/tháng (VNĐ)			
Tổng DT/tháng (VNĐ)			
Tổng DT/năm (VNĐ)			
6 XE			
	Tuyến TP - TP HCM	Tuyến TP HCM - TP	
Số lượng xe			
Doanh thu/tháng (VNĐ)			
Số hành khách/tháng			
Số hành khách/năm			
Tổng DT/tháng (VNĐ)			
Tổng DT/năm (VNĐ)			

5.3 Dự báo doanh thu chở hàng theo xe:

Hàng gửi theo xe được dự báo có 1 gói hàng nhỏ và 1 gói hàng lớn cho một chuyến quay vòng với giá cước 20,000 đ/gói hàng nhỏ và 50,000 đ/gói hàng lớn.

a. Một xe :

Tên tuyến	Tuyến TP - TP HCM	Tuyến TP HCM - TP
Số chuyến ngày thứ nhất		
Số chuyến ngày thứ hai		
Số lượng hàng gói nhỏ dự kiến bình quân/tháng		
Doanh thu hàng gói nhỏ/tháng		
Số lượng hàng gói lớn dự kiến bình quân/tháng		
Doanh thu hàng gói lớn/tháng		
Doanh thu/tháng (VNĐ)		
Tổng DT/tháng (VNĐ)		
Tổng DT/năm (VNĐ)		

b. Sáu xe:

	Tuyến TP - TP HCM	Tuyến TP HCM - TP
Số lượng xe		
Tổng DT/tháng (VNĐ)		
Tổng DT/năm (VNĐ)		

5.4 Dự kiến kết quả kinh doanh (năm 1)**a. Một xe:**

Danh mục	Thành tiền	Tỉ lệ: B/A	Ghi chú
A. Doanh thu			
B. Chi phí			
1. Tiền lương			
2. Lãi vay			
3. Tiền thuê văn phòng			
4. Bảo hiểm bắt buộc TNDS			
5. Khấu hao			

	6.Sửa chữa lớn			
	7.Sửa chữa thường xuyên			
	8.Nhiên liệu			
	9.Nhớt bảo dưỡng định kỳ			
	10.Lốp xe			
	11.Linh tinh (điện, nước, VPP,...)			
	12.Chi phí ngoài			
	13.Đăng kiểm			
	14.Môn bài			
	15.Marketing			
	16.Cầu đường			
	C. Lợi nhuận trước thuế			

b. 6 xe:

Danh mục	Thành tiền	Tỉ lệ: B/A	Ghi chú
A. Doanh thu			
B. Chi phí			
	1.Tiền lương		
	2 Lãi vay		
	3.Tiền thuê văn phòng		
	4. Bảo hiểm bắt buộc TNDS		
	5.Khấu hao		
	6.Sửa chữa lớn		
	7.Sửa chữa thường xuyên		
	8.Nhiên liệu		
	9.Nhớt bảo dưỡng định kỳ		
	10.Lốp xe		
	11.Linh tinh (điện, nước, VPP,...)		
	12.Chi phí ngoài		
	13.Đăng kiểm		
	14.Môn bài		
	15.Marketing		
	16.Cầu đường		
	C. Lợi nhuận trước thuế		

5.5 Dự kiến kết quả kinh doanh (năm 2 trở đi)

a. Một xe:

Danh mục	Thành tiền	Tỉ lệ: B/A	Ghi chú

A. Doanh thu				
B. Chi phí				
	1. Tiền lương			
	2. Lãi vay			
	3. Tiền thuê văn phòng			
	4. Bảo hiểm bắt buộc TNSĐ			
	5. Khấu hao			
	6. Sửa chữa lớn			
	7. Sửa chữa thường xuyên			
	8. Nhiên liệu			
	9. Nhớt bảo dưỡng định kỳ			
	10. Lốp xe			
	11. Linh tinh (điện, nước, VPP,...)			
	12. Chi phí ngoài			
	13. Đăng kiểm			
	14. Môn bài			
	15. Marketing			
	16. Cầu đường			
C. Lợi nhuận trước thuế				

b. 6 xe:

Danh mục	Thành tiền	Tỉ lệ: B/A	Ghi chú
A. Doanh thu			
B. Chi phí			
	1. Tiền lương		
	2. Lãi vay		
	3. Tiền thuê văn phòng		
	4. Bảo hiểm bắt buộc TNSĐ		
	5. Khấu hao		
	6. Sửa chữa lớn		
	7. Sửa chữa thường xuyên		
	8. Nhiên liệu		
	9. Nhớt bảo dưỡng định kỳ		
	10. Lốp xe		
	11. Linh tinh (điện, nước, VPP,...)		
	12. Chi phí ngoài		
	13. Đăng kiểm		
	14. Môn bài		
	15. Marketing		

	16.Cầu đường			
C. Lợi nhuận trước thuế				

5.6 Bảng thể hiện trả gốc và lãi hàng tháng và năm:

	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5	Tổng
Tiền gốc						
Tiền lãi						
Tổng						

5.7 Phân tích điểm hòa vốn.

	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm n
Lợi nhuận bình quân trước thuế	1,236,627,200	2,263,059,200	2,263,059,200	2,263,059,200	2,263,059,200
Thuế thu nhập 22%	309,156,800	565,764,800	565,764,800	565,764,800	565,764,800
Lợi nhuận sau thuế	927,470,400	1,697,294,400	1,697,294,400	1,697,294,400	1,697,294,400
Cộng lũy tiến lợi nhuận sau thuế	927,470,400	2,624,764,800	3,394,588,800

Như vậy sau ba năm đầu tiên, Công ty sẽ đạt điểm hòa vốn và bắt đầu có lợi nhuận từ năm 4 trở đi.

VI. KẾT LUẬN

Với sự nghiên cứu cẩn trọng tình hình kinh tế xã hội huyện Tân Phú cùng với thời gian trên 3 năm nghiên cứu nhu cầu di chuyển từ Tân Phú đến Thành Phố Hồ Chí Minh và ngược lại. Chúng tôi có cơ sở để khẳng định nhu cầu di chuyển của hành khách trên tuyến TP-HCM và ngược lại là rất lớn.

Phương án kinh doanh của công ty được xây dựng dựa trên sự tính toán cẩn trọng các số liệu và tình huống khác nhau từ đó đề ra những dự báo chính xác và thực tế.

Công ty hoàn toàn có khả năng trả nợ gốc và lãi vay ngân hàng và kinh doanh có lợi nhuận.

*** 1 SỐ THÔNG TIN, NỘI DUNG, SỐ LIỆU VÀ HÌNH ẢNH ĐÃ ĐƯỢC KẾ HOẠCH VIỆT LỌC BỎT HOẶC ĐIỀU CHỈNH NHẪM MỤC ĐÍCH BẢO MẬT THÔNG TIN.

*** TÀI LIỆU THAM KHẢO, VUI LÒNG KHÔNG SỬ DỤNG CHO MỤC ĐÍCH THƯƠNG MẠI.