

NỘI DUNG

I. GIỚI THIỆU 1

- 1. CÔNG TY TNHH TM DV KT XXXXXX XXXXX 1
- 2. CHỨC NĂNG VÀ NHIỆM VỤ 2
- 3. Ý TƯỞNG KINH DOANH 3
- 4. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN 3

II. SẢN PHẨM 4

- 1. PHÂN LOẠI SẢN PHẨM 5

III. PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH 8

- 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH KINH TẾ VIỆT NAM 8
- 2. PHÂN TÍCH VI MÔ 9
- 3. PHÂN TÍCH SWOT 15

IV. KẾ HOẠCH KINH DOANH 16

- 1. MÔ HÌNH KINH DOANH 16

V. KẾ HOẠCH MARKETING 21

- 1. CHIẾN LƯỢC MARKETING 21

VI. KẾ HOẠCH NHÂN SỰ 25

- 1. SƠ ĐỒ TỔ CHỨC 25
- 2. CHI PHÍ NHÂN SỰ 27

VII. KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH 32

PHỤ LỤC 41

TÀI LIỆU THAM KHẢO..... 43

Kehoachviet.com

I. GIỚI THIỆU

1. CÔNG TY TNHH TM DV KT XXXXXX XXXXX

Công ty TNHH TM DV KT XXXXXX XXXXX là đơn vị thương mại xuất nhập khẩu, tư vấn thi công, thiết kế với đội ngũ nhân sự nhiều năm kinh nghiệm. Ngoài ra, doanh nghiệp còn là Đại lý phân phối cấp 1 cho các hãng máy điều hòa, máy nước nóng năng lượng mặt trời, máy phát điện năng lượng mặt trời của các hãng nổi tiếng trên khắp thị trường Việt Nam, Lào và Cambodia. Doanh nghiệp được thành lập tại Việt Nam từ năm 2005 là cửa hàng buôn bán nhỏ trong ngành điện máy với vốn điều lệ ban đầu là 50,000,000 VNĐ, năm 2010 chính thức thành lập công ty với vốn điều lệ là xx tỷ VNĐ và đến nay vốn điều lệ đã được nâng lên thành xxx tỷ VNĐ.

Tầm nhìn

Công ty TNHH TM DV KT XXXXXX XXXXX với kế hoạch 2015-2020 sẽ chiếm khoảng 60% thị phần trong việc cung cấp ống nhựa cho các công trình dự án cao cấp cho thị trường Việt Nam.

Sứ mệnh

Chúng tôi phân phối sản phẩm ống nhựa XIXXXX theo hướng hiện đại, minh bạch và có trách nhiệm. Với các đặc tính độc đáo và ứng dụng rộng rãi trong các hệ thống sưởi ấm, hệ thống ống nước, ống gas, thủy lợi và ống thủy điện, sản phẩm mang tới giải pháp cho ngành xây dựng, ngành công nghiệp nhằm rút ngắn thời gian thi công, thẩm mỹ và chất lượng cao nhưng vẫn đảm bảo tính kinh tế và thân thiện với môi trường.

Giá trị cốt lõi

Trung thực: trung thực trong suy nghĩ và hành động, cam kết chất lượng dịch vụ vượt trội.

Trách nhiệm: trách nhiệm cung cấp sản phẩm tốt, chất lượng cao cho thị trường Việt Nam

Tôn trọng: tôn trọng bản thân, đồng nghiệp, đối tác, khách hàng, tuân thủ luật pháp của nước sở tại và quy định của công ty.

THÔNG TIN LIÊN HỆ

- Tên chủ sở hữu : XXXXXX XXX XXXXXX
 - Chức vụ : Giám Đốc.
 - Giấy phép kinh doanh: xxxxxxxxxxix
 - Địa chỉ liên lạc : Trụ sở chính xxxx – Quốc Lộ 14- Thị xã XXXXX Xxx- Tỉnh Xxx XXXXX
- Chi nhánh xx ĐL Xxx XXXXX- KP 7- Phường Xxx Xxx- TP Xxx Xxx Xxx- Xxx XXXXX
- Giấy phép kinh doanh: xxxxxxxxxxix-002
 - Số điện thoại : xxxx xxx xxxx
 - Email : xxxxxxxxxxx396@gmail.com

- Website: www.xxxxxxxxxxxco.com

2. CHỨC NĂNG VÀ NHIỆM VỤ CỦA CÔNG TY

Chức năng	
Nhiệm vụ	



3. Ý TƯỞNG KINH DOANH

Theo tổng cục thống kê, ngành xây dựng năm 2014 có dấu hiệu phục hồi với mức tăng 7,07 %, tăng cao so với mức 5,78% của năm 2013, chủ yếu do đóng góp của khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài với giá trị sản xuất xây dựng khu vực này tăng mạnh ở mức 58%

Giá trị sản xuất xây dựng năm 2014 theo giá hiện hành ước tính đạt 849 nghìn tỷ đồng , trong đó khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 54,8 nghìn tỷ đồng , chiếm 6,5%

Bảng thống kê giá trị sản xuất xây dựng

Năm	2013	2014
Công trình nhà để ở		
Công trình nhà không để ở		
Công trình kỹ thuật dân dụng		
Công trình xây dựng chuyên dụng		
Tổng		

Nguồn Tổng cục thống kê (ĐVT: Tỷ đồng)

Qua số liệu trên, công ty nhận thấy được nhu cầu rất lớn cho công trình cao cấp có vốn đầu tư nước ngoài cần những sản phẩm chất lượng tốt, đa dạng về chủng loại và thi công dễ dàng.

Vì lý do trên chúng tôi mong muốn tìm kiếm các sản phẩm ống nhựa chất lượng cao nhằm đáp ứng yêu cầu khắt khe của những công trình xây dựng cao cấp tại Việt Nam.

4. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Trong giai đoạn 2015-2020 cung cấp thêm nhiều dòng sản phẩm ống nhựa với chất lượng cao
Phân đầu đạt mức tăng trưởng doanh thu của sản phẩm ống nhựa hàng năm là 20%/năm

Giai đoạn	Nội dung
2015	.
2016	.
2017-2020	.

II. SẢN PHẨM

Các sản phẩm được sản xuất từ nhựa trên thị trường thường bị ảnh hưởng nặng nề bởi thời tiết, có thời gian sử dụng không cao và chi phí gia công sản phẩm lớn. Trong khi sản phẩm ống nhựa PPR của XIXXXX GROUP có cấu tạo từ các thành phần trong thiên nhiên tạo ra bề mặt sáng bóng mịn, đa dạng kích thước, bền màu với thời gian, thời gian sử dụng rất cao lại có khả năng chống va đập, chống cháy ở nhiệt độ cao tới đa 90 độ, dễ dàng lắp ráp, không gây ô nhiễm, có khả năng tái chế, tăng khả năng dòng chảy trong ống mà chỉ có tại XIXXXX GROUP.

Hiện nay trên thị trường phổ biến với các loại ống cấp thoát nước với các chất liệu như kẽm, nhựa PPR, PVC. Ống nhựa PPR mới xuất hiện trên thị trường trong thời gian chưa lâu và được biết đến với tên gọi phổ thông là ống nhựa hàn nhiệt, nhưng nó đã thu hút được sự quan tâm của số lượng lớn khách hàng, nhà thầu xây dựng nhờ những đặc tính rất ưu việt so với các loại ống nước khác. Ống PPR được làm từ High Molecular Weight Polypropylene Random Copolymers

đặc biệt thích hợp trong điều kiện môi trường với nhiệt độ cao (từ 70 - 110 độ C), và áp suất 20 Bar, được sản xuất theo tiêu chuẩn của CHLB Đức.

Loại ống	G.I ống	Ống Đồng,Sắt	Ống UPVC	Ống CpvC	Ống Pex-Al-Pex	Ống PP	Ống nhựa XIXXX GROUP
Tính chất							
Độ bền							
Chịu nhiệt độ cao							
Tính chất vệ sinh							
Tái chế và không ô nhiễm							
Đóng cặn							
Chống ăn mòn							
Lắp đặt							
Giá							
Độ tin cậy							

1. PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

A. Nhóm sản phẩm an toàn vệ sinh

Hệ thống nước sạch trong nhà :



Ống nước sạch PPR



Ống Plus PEX-B



Ống nhiệt Plus Oxy

Hệ thống nước thải trong nhà :



Ống xử lý nước thải mở rộng



Măng xong

Ống cao cấp PPR



Ống xử lý nước thải Silent- Nanotech 2

Hệ thống sưởi ấm trong nhà :



Ống nhiệt Plus Oxy



Ống Plus PEX-B



Ống dẫn khí Nito

Hệ thống sưởi ấm :



Sưởi ấm bằng hệ thống thanh sắt

Ống đôi



Sưởi ấm bằng ma sát

B.Nhóm sản phẩm cơ sở hạ tầng

Hệ thống nước uống :



Ống liên kết PE 100

Hệ thống nước thải :



Ống gập



Ống gập xoắn ốc

Hệ thống Gas :



Hệ thống lưu trữ hóa chất:



Ống Gas PE 80

Hệ thống sưởi ấm cách nhiệt thành phố



Ống nhựa dẻo

Hệ thống xả trong nước biển



Ống xả dùng trong nước biển

Thùng hóa chất

Hệ thống cấp nước cho nhà máy thủy điện



Ống Hes

Hệ thống hàn ống

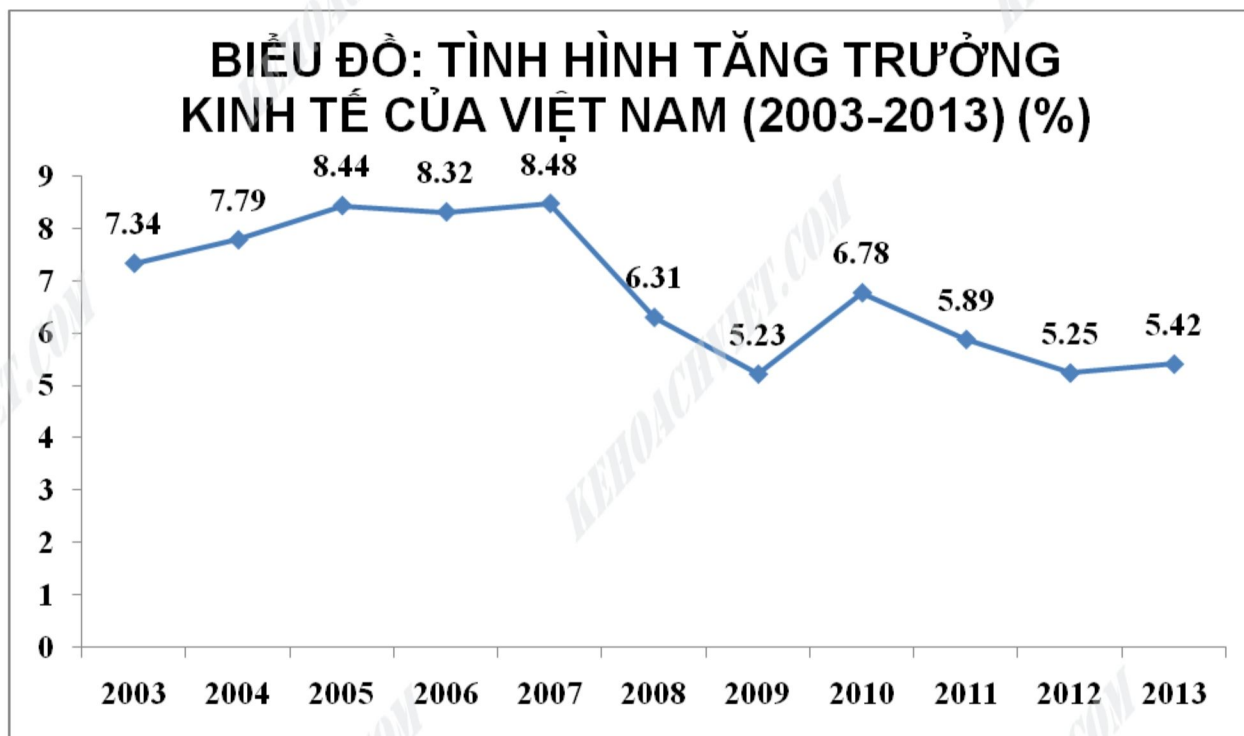


Máy hàn

III. PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH

1. TỔNG QUAN KINH TẾ XÃ HỘI VIỆT NAM

Việt Nam là quốc gia đang phát triển và có tốc độ tăng trưởng cao trong nhiều năm liền giai đoạn 2003 đến 2008 GDP của Việt Nam tăng rất nhanh và nhiều năm liền đứng thứ 2 thế giới. Giai đoạn 2008 đến nay tuy phải chịu nhiều ảnh hưởng từ cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới nhưng Việt Nam vẫn giữ được tốc độ tăng trưởng khá nhanh với mức tăng trưởng GDP thấp nhất là 5,23% trong năm 2009.



Nguồn: Tổng Cục Thống Kê

Cùng với sự phát triển về kinh tế thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam cũng tăng lên nhanh chóng, năm 2013 thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam đạt khoảng 1,960 USD/người/năm và dự kiến năm 2014 sẽ tăng thêm khoảng 5.8%. Theo báo cáo mới đây của AC Nielsen, Việt Nam hiện có khoảng 8 triệu người thuộc tầng lớp trung lưu và con số này có thể đạt tới 44 triệu vào năm 2020.

Thu nhập của người dân tăng lên đáng kể nên sức mua cũng theo đó được cải thiện biến Việt Nam thành 1 thị trường vô cùng hấp dẫn với hơn 90 triệu dân.

2. PHÂN TÍCH VI MÔ

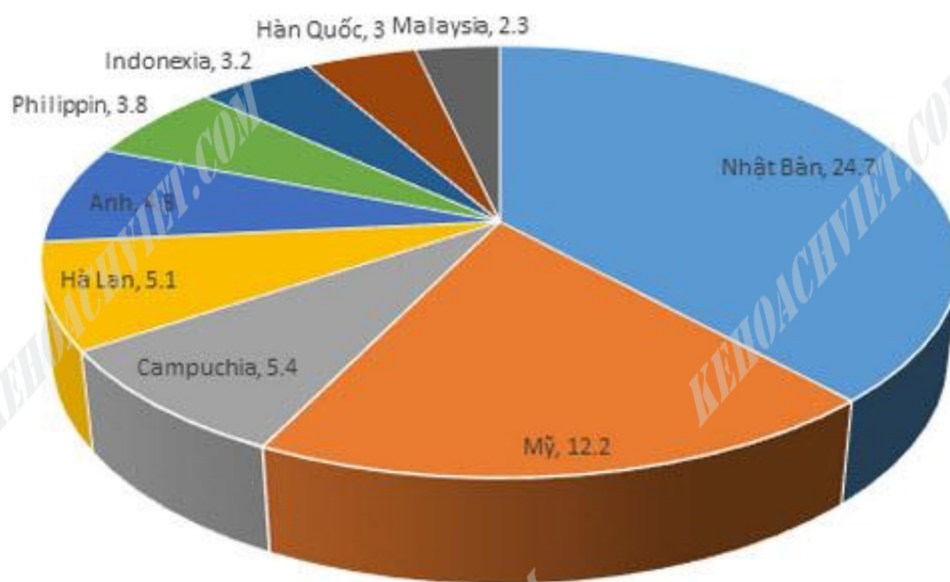
Theo quyết định 55/2007/QĐ-TT phê duyệt thì ngành nhựa là 1 trong 10 nhóm ngành mũi nhọn của Việt Nam trong giai đoạn 2007-2010, tầm nhìn đến năm 2020 và đi kèm một số chính sách phát triển như ưu đãi về lãi suất, vay vốn ngân hàng..

Theo dự kiến trong 5 năm tới(2015-2020), tầm nhìn đến năm 2015 mà Bộ công thương phê duyệt từ giữa năm 2011 thì mục tiêu đặt ra là sau 5 năm ngành nhựa phải tăng gấp đôi về giá trị

sản xuất và kim ngạch. Cụ thể là tới năm 2015 phải đạt kim ngạch xuất khẩu là 2,15 tỷ USD, đến năm 2020 là 4,3 tỷ USD. Đồng thời tăng được tỉ trọng nhóm nhựa kỹ thuật và nhựa vật liệu xây dựng trong cơ cấu sản xuất toàn ngành. Do đó ngành nhựa Việt Nam vẫn còn rất nhiều cơ hội để phát triển và có sự phân hóa mạnh. Các công ty có chiến lược hợp lý đúng đắn, nghiên cứu công nghệ, có các đối tác sản xuất uy tín, có thương hiệu và đa dạng về sản phẩm trong các phân khúc có tính cạnh tranh cao sẽ tồn tại. Với đặc thù sản phẩm mang tính chất của nhóm hàng thiết yếu, các doanh nghiệp ngành Nhựa hoàn toàn có khả năng thay đổi giá để duy trì lợi nhuận trước biến động của các chi phí đầu vào.

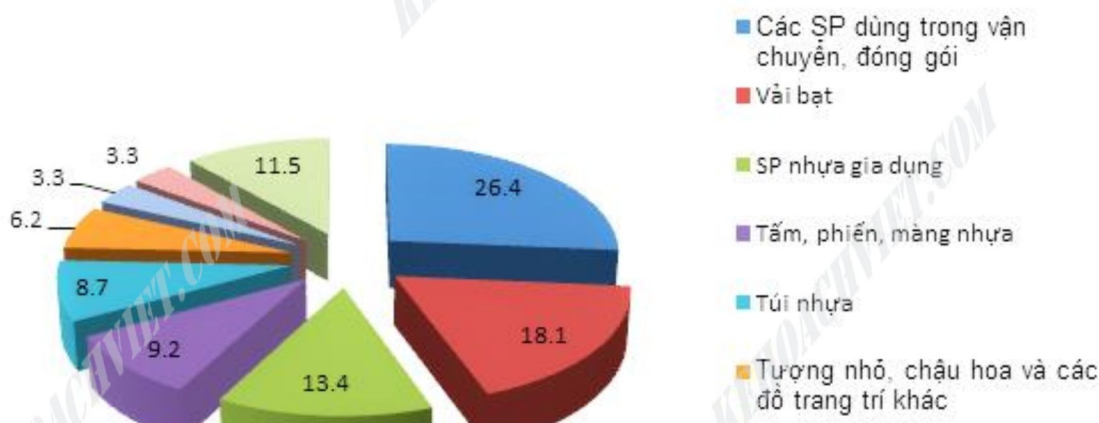
Theo báo cáo của Hiệp hội Nhựa Việt Nam, trong năm 2013, ngành nhựa xuất khẩu đạt tổng kim ngạch 2,215 tỷ USD và năm 2014 dự báo ngành nhựa xuất khẩu đạt tổng kim ngạch gần 3 tỷ USD (tăng 35,2% so với năm 2013)

Cơ cấu xuất khẩu sản phẩm Nhựa sang các nước trong năm 2014 (% tính theo trị giá)



Nguồn hiệp hội Nhựa Việt Nam

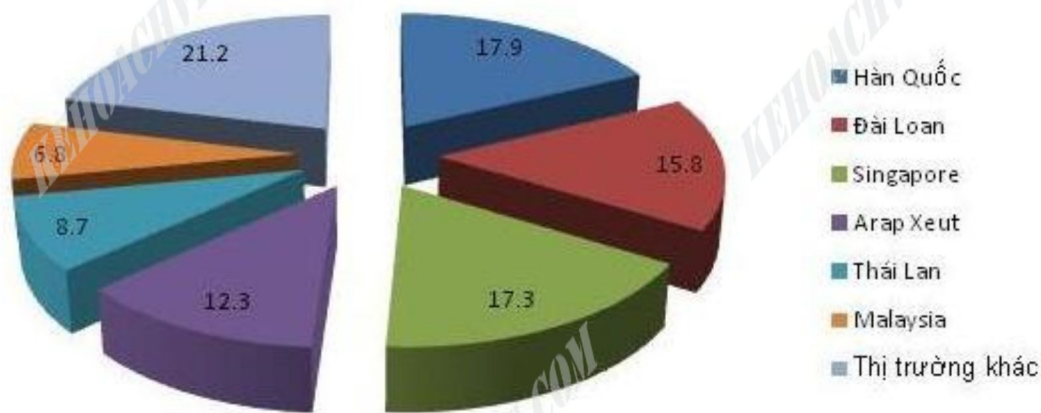
Cơ cấu xuất khẩu sản phẩm Nhựa trong năm 2014 (% tính theo trị giá)



Nguồn Báo Thanh Niên

Trong năm 2012 nhập khẩu của hạt nhựa là 4,38 tỷ USD, năm 2013 nhập khẩu của hạt nhựa là 5,71 tỷ USD, tăng khoảng 18% so với năm 2012, tỷ lệ tăng trưởng nhập khẩu nguyên liệu nhựa đều ở mức 15% đến 20% mỗi năm.

Cơ cấu nhập khẩu nguyên liệu Nhựa năm 2013 (% tính theo trị giá)



Nguồn Bộ Công Thương

Đối với thị trường tại Việt Nam, năm 2011 cơ cấu sản phẩm được chia theo tỷ lệ như sau

Cơ cấu sản phẩm Nhựa năm 2011 (% tính theo trị giá)

Nguồn Bộ Công Thương

Mặc dù nền kinh tế Việt Nam trong thời gian qua có nhiều biến động nhưng ngành nhựa của TP Hồ Chí Minh vẫn giữ tốc độ tăng trưởng bền vững bình quân từ 20% đến 25% hàng năm

Trong đó các ngành mũi nhọn như công nghệ sản xuất ống nhựa, bao bì có mức phát triển ổn định từ 30% đến 50%.

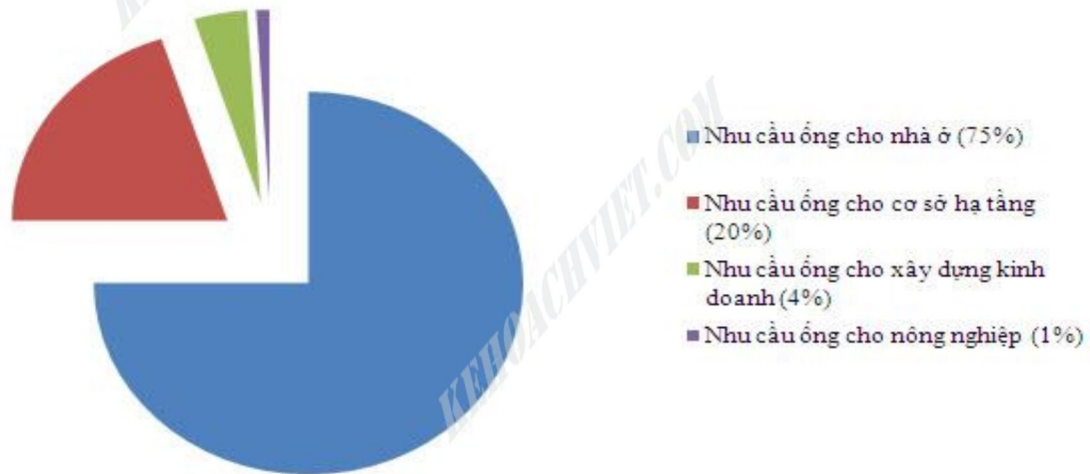
Theo tổng cục thống kê, nếu tính doanh nghiệp nhựa đang hoạt động có vốn từ 500 triệu đồng trở lên có trên 1000 doanh nghiệp chủ yếu ở các tỉnh phía Nam.

Số lượng doanh nghiệp tại TP Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận như Đồng Nai, Xxx Xxxxx, Long An chiếm tới 80% tổng số lượng doanh nghiệp trên cả nước.

TP Hồ Chí Minh là trung tâm sản xuất chiếm 80% tổng sản lượng sản phẩm nhựa của cả nước và thu hút vốn đầu tư đạt 80% trong tổng số 15 tỷ USD trong vòng 20 năm qua.

Thực tế, nhu cầu sử dụng ống nhựa hiện tại năm 2013 của thị trường Việt Nam chia thành 4 lĩnh vực cơ bản: Nông nghiệp, nhà ở, xây dựng kinh doanh và cơ sở hạ tầng. Trong đó nhu cầu cho nhà ở chiếm tỷ trọng 75% và nhu cầu cho cơ sở hạ tầng là 20%.

Nhu cầu sử dụng ống nhựa năm 2013



Nguồn công ty nhựa Tiền Phong

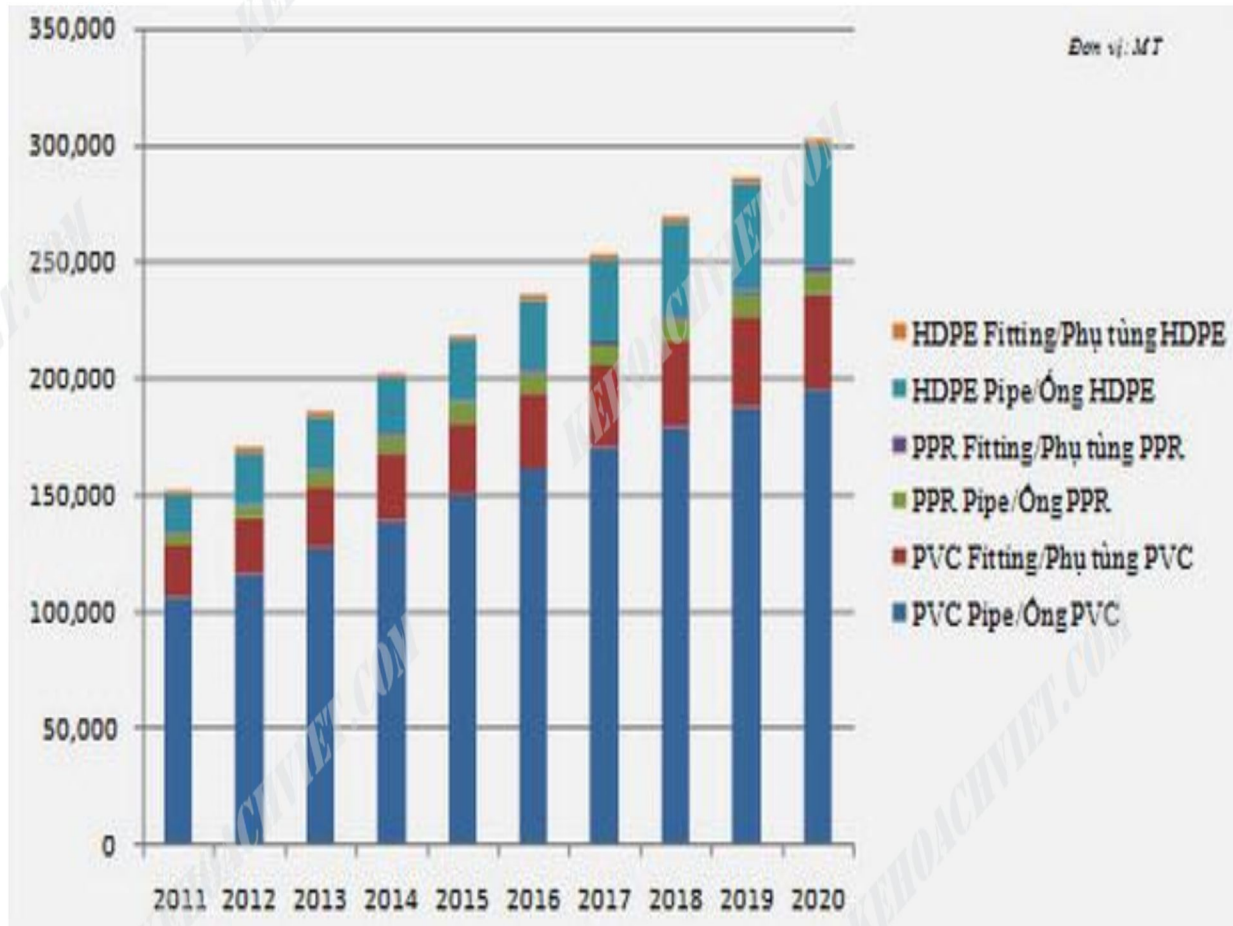
Theo dự báo của công ty nhựa Tiền Phong, nhu cầu sử dụng ống nhựa sẽ tăng trong giai đoạn 6 năm tới và ước tính năm 2020 sẽ đạt 285 nghìn tấn. Dự báo này phù hợp với xu hướng chung của thị trường Việt Nam và thế giới. Theo báo cáo của Bộ công thương, tăng trưởng kinh tế thế giới dự kiến trên 4% và các ngành tiêu thụ sản phẩm nhựa như thực phẩm, xây dựng cũng trên đà phục hồi. Bên cạnh đó, chính phủ Việt Nam luôn có những chính sách khuyến khích ngành nhựa với vị thế nằm trong các quốc gia có tốc độ tăng trưởng ngành nhựa tốt nhất thế giới.

Nhu cầu sử dụng ống nhựa từ năm 2011 đến 2020



Nguồn công ty nhựa Tiền Phong

Dựa trên nhu cầu chung của thị trường ống, chi tiết cho từng loại mặt hàng được dự báo như sau

Nhu cầu sử dụng từng loại ống nhựa từ năm 2011 đến 2020**Nguồn công ty nhựa Tiên Phong**

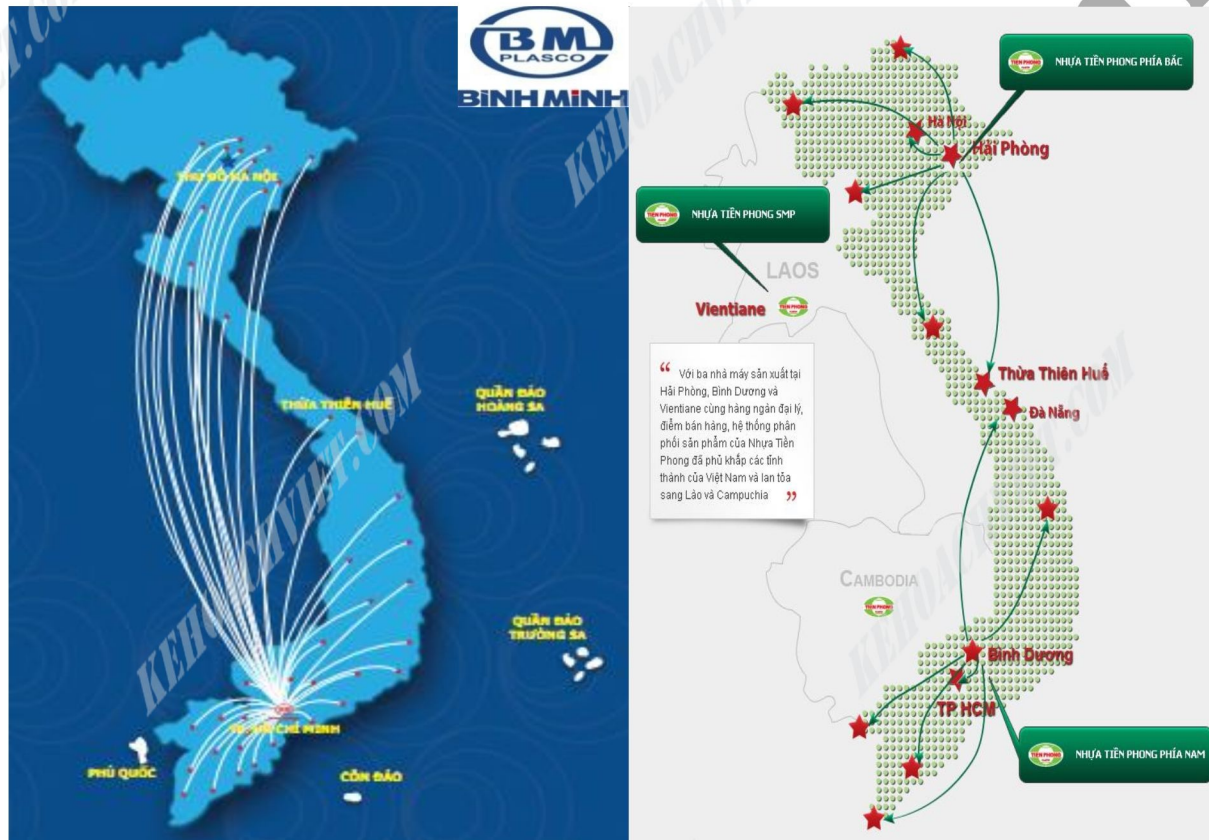
Thị trường ống nhựa có sự cạnh tranh ngày càng gay gắt của nhiều thương hiệu như nhựa Bình Minh, nhựa Tiên Phong, Đệ Nhất, Phúc Hà, Cúc Phương, Minh Hùng, Vinaconex, Sino, Vesbo... Ngoài ra ngành ống nhựa còn phải đối mặt với nạn hàng nhái, hàng kém chất lượng giá thành chỉ bằng 1/4 so với giá thị trường.

Về thị phần ngành ống nhựa phải kể đến 2 ông lớn có thị phần lớn nhất là nhựa Bình Minh và nhựa Tiên Phong, chiếm 80% thị phần thị trường ống nhựa tại miền Bắc và miền Nam, động thái của 2 doanh nghiệp nhựa Bình Minh và nhựa Tiên Phong luôn đóng vai trò chi phối thị trường.

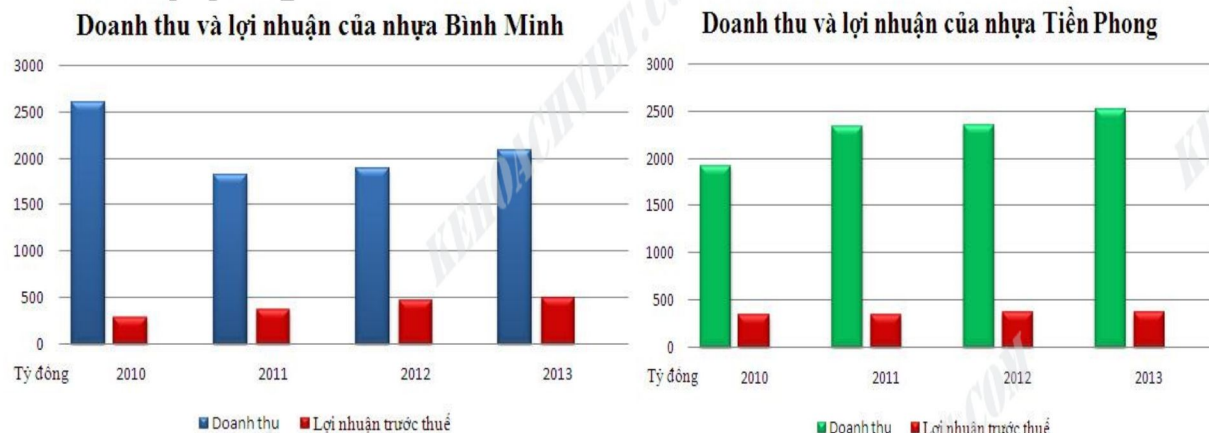
Hiện tại cả 2 đang gia tăng thị phần tại miền Trung, nhưng theo những cách khác nhau. Năm 2013, nhựa Tiên Phong đã hoàn thành việc xây dựng nhà máy nhựa ở Nghệ An. Còn nhựa Bình Minh mua lại công ty nhựa Xx Xxxx và thiết lập thêm các hệ thống phân phối ở khu vực này, đặc biệt là ở Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên.

Có thể nói miền Trung có vị trí chiến lược đặc biệt. Kiểm soát được thị trường miền Trung thì sẽ có cơ hội tiến vào thị trường khác vì tiết kiệm được chi phí vận chuyển, cũng như tận dụng các ưu đãi ở những địa phương mới như ưu đãi về thuế. Quan trọng hơn, miền Trung sẽ làm bàn đạp để tiến vào thị trường truyền thống của đối thủ (thị phần chính của nhựa Tiền Phong là ở miền Bắc chiếm hơn 70% thị trường, nhựa Bình Minh có ưu thế ở thị trường miền Nam với khoảng 90% thị phần).

Hệ thống phân phối



Bảng số liệu hoạt động kinh doanh



Công ty TM DV KT Xxxxxx Xxxxx dự kiến sau khi đi vào hoạt động sẽ thay đổi những mặt yếu của đối thủ cạnh tranh trong phân khúc cao cấp thành điểm mạnh của công ty, lợi thế của công ty, đồng thời học tập những điểm mạnh của đối thủ. Điều quan trọng của dự án là làm cho người tiêu dùng biết đến công ty, phát triển các mối quan hệ sẵn có, làm cho khách hàng cảm nhận được sự phục vụ tốt nhất.

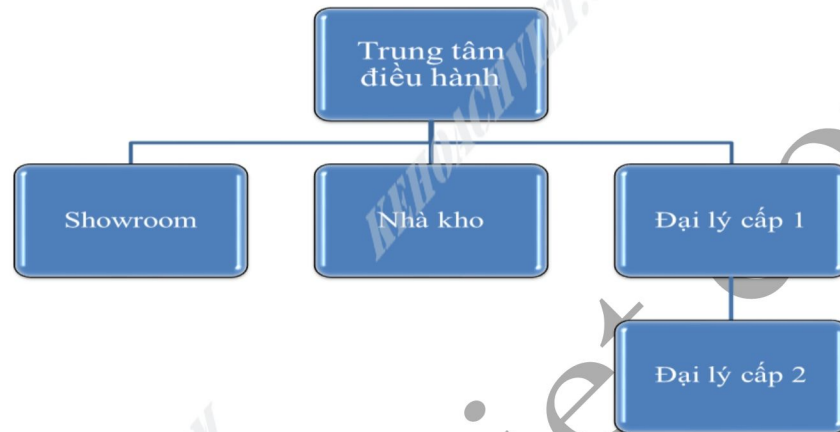
Các điểm mạnh và điểm yếu cũng như những cơ hội và thách thức của công ty so với các đối thủ cạnh tranh

Điểm mạnh	Điểm yếu
Cơ hội	Thách thức

III. KẾ HOẠCH KINH DOANH

1. MÔ HÌNH KINH DOANH

Khi trở thành đại lý độc quyền phân phối sản phẩm ống nhựa của đối tác XIXXXX GROUP, chúng tôi xây dựng hệ thống phân phối như sau



Trung tâm điều hành

Trung tâm điều hành sẽ do công ty TNHH TM DV KT Xxxxxx Xxxxxx chịu trách nhiệm quản lý, sử dụng cơ sở tại Xxx Xxxxxx làm trung tâm điều hành hoạt động kinh doanh, ngoài ra cũng sử dụng nguồn nhân sự hiện có cho việc triển khai hoạt động để giảm chi phí đầu tư ban đầu, phía trước làm showroom, phía sau làm kho và sẽ bổ sung thêm kho khi mở rộng hoạt động.

Nhiệm vụ chính của công ty là điều hành và giám sát hoạt động của toàn bộ hệ thống phân phối và chương trình truyền thông quảng cáo trong cả nước.

Tổ chức đội ngũ nhân viên kinh doanh trực tiếp thường xuyên đi giám sát tình hình hoạt động của đại lý cấp 1 và thị trường để có xử lý kịp thời những tình huống phát sinh, đảm bảo cho công ty hoạt động ổn định và phát triển

Ngoài ra, đội ngũ này cũng thực hiện nhiệm vụ khảo sát các điểm bán hàng trong giai đoạn chuẩn bị mở rộng hoạt động kinh doanh của công ty

Nhà kho và showroom

Nơi chứa hàng hóa và phân phối sản phẩm cho các tỉnh tại miền Bắc, miền Trung và miền Nam.

Trong năm 2015, 2016, 2017 đặt nhà kho và showroom lần lượt tại các địa điểm sau Xxx Xxxxxx, Xx Xx và Xx Xxxxx.

Hàng ngày, tuần và tháng sẽ báo cáo tình trạng hàng hóa tại kho về trung tâm điều hành.

Tiêu chuẩn lựa chọn đại lý cấp 1

- .
- .
- .
- .

Kế hoạch khảo sát điểm bán

Tổ chức khảo sát ưu tiên những địa điểm phù hợp với các tiêu chuẩn lựa chọn phía trên

Triển khai 30 đại lý cấp 1 tại miền Nam trong năm 2015 như sau:

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

Miền Nam (2015)	Đại lý độc quyền	Nhà kho	Đại lý cấp 1	Số lượng điểm khảo sát	Số lượng nhân viên khảo sát	Thời gian
Xxx Xxxxx						
TPHCM						
Xxx Xxxxx						
Tây Ninh						
Đồng Nai						
Vũng Tàu						
Long An						
Tiền Giang						
Bến Tre						
Đồng Tháp						
Vĩnh Long						
Trà Vinh						
Hậu Giang						
Cần Thơ						
An Giang						
Long An						
Sóc Trăng						
Kiên Giang						
Bạc Liêu						

Cà Mau						
--------	--	--	--	--	--	--

Triển khai đại lý cấp 1 tại miền Trung trong năm 2015 như sau:

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

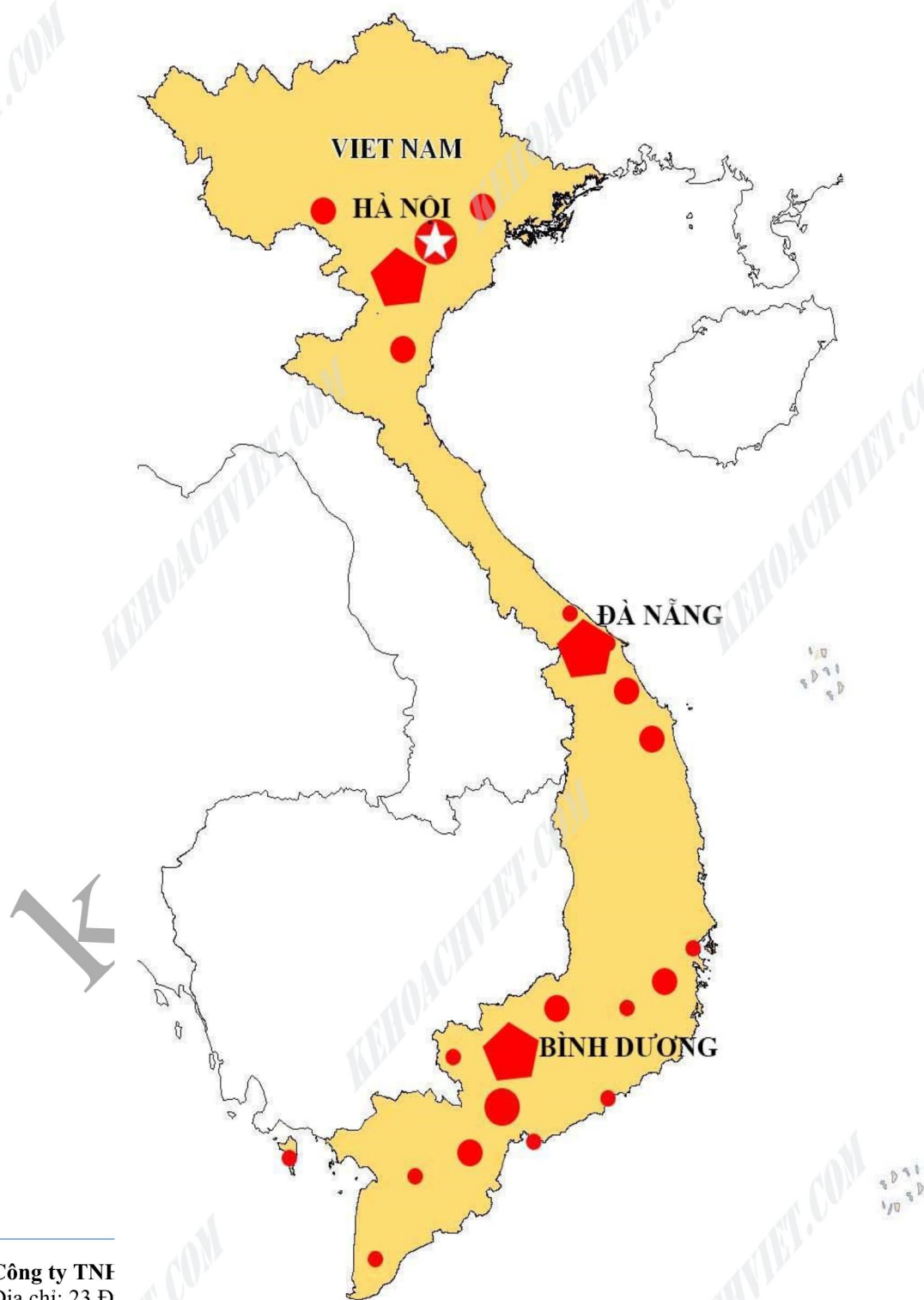
Miền Trung (2015)	Đại lý độc quyền	Nhà kho	Đại lý cấp 1	Số lượng điểm khảo sát	Số lượng nhân viên khảo sát	Thời gian
Bình Thuận						
Ninh Thuận						
Khánh Hòa						
Phú Yên						
Bình Định						
Quảng Ngãi						
Quảng Nam						
Xx Xxxx						
Thừa Thiên Huế						

Triển khai 20 đại lý cấp 1 tại miền Bắc trong năm 2016 như sau:

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

Miền Bắc (2016)	Đại lý độc quyền	Nhà kho	Đại lý cấp 1	Số lượng điểm khảo sát	Số lượng nhân viên khảo sát	Thời gian
Xx Xx						
Hưng Yên						
Hải Dương						
Hải Phòng						
Quảng Ninh						
Bắc Ninh						
Bắc Giang						
Cao Bằng						
Thái Nguyên						
Vĩnh Phúc						
Phú Thọ						
Thái Bình						
Hà Nam						
Nam Định						
Ninh Bình						
Thanh Hóa						
Nghệ An						
Hà Tĩnh						
Quảng Binh						
Quảng Trị						

Từ 2017- 2020 mở rộng hệ thống phân phối đại lý trên 63 tỉnh thành của Việt Nam .



IV. KẾ HOẠCH MARKETING

1. CHIẾN LƯỢC MARKETING

Kế hoạch marketing năm 2015

- Xây dựng website để cập nhật và cung cấp cho khách hàng những thông tin mới nhất về sản phẩm, chính sách, các chương trình khuyến mãi, hệ thống phân phối....
- Tổ chức các buổi hội nghị khách hàng tại TP Hồ Chí Minh và Xx Xx, 1 năm tổ chức 2 lần, mỗi hội nghị với sự tham gia của khoảng 120 khách hàng là các nhà đại lý cấp 1 và các nhà thầu xây dựng, phòng dự án.
- Tiếp cận với các công trình dự án cao cấp để giới thiệu sản phẩm, đặc biệt chú ý tới các công trình có chủ đầu tư là nước ngoài, các công trình yêu cầu sản phẩm chất lượng cao.
- Tham gia hội chợ ngành xây dựng VietBuild diễn ra thường niên vào tháng 3 và tháng 9 tại Việt Nam.

Quảng cáo truyền thống

- In catalogue gửi các đại lý cấp 1, các dự án và công trình xây dựng.
- Treo các biển quảng cáo banner tại các đại lý cấp 1 và cấp 2 để giới thiệu về sản phẩm
- Treo các biển quảng cáo banner tại các công trình tiêu biểu.

Quảng cáo hiện đại

- Tạo các tài khoản trên mạng xã hội như Facebook, Twitter, Zalo, Youtube để chia sẻ thông tin về sản phẩm, thông số kỹ thuật
- Tham gia các diễn đàn có đông đảo người xem của ngành xây dựng và trao đổi thảo luận các thông tin về sản phẩm.
- Sử dụng yahoo, skype, QQ, zalo chat để giải đáp thắc mắc, hướng dẫn thông tin cho khách hàng 24/7.

- Quảng cáo trên website nổi tiếng ngành xây dựng vatlieuxaydung.org.vn

Bảng chi phí hội nghị tại TPHCM (Đơn vị tính : VNĐ)

Danh mục	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
Khách sạn Palace (TPHCM)			24,000,000
Chi phí ăn uống			48,000,000
Chương trình ca múa nhạc			20,000,000
Thiết kế âm thanh, ánh sáng			20,000,000
Người dẫn chương trình			10,000,000
Ca sĩ			20,000,000
Chi phí đi lại cho khách hàng ở xa			60,000,000
Chi phí nhà nghỉ cho khách hàng			36,000,000
Chương trình rút thăm trúng thưởng			50,000,000
Thiết kế thư mời, standee, backdrop			2,000,000
Tổng			290,000,000

Bảng chi phí hội nghị tại Xx Xx (Đơn vị tính : VNĐ)

Danh mục	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
Khách sạn Palace (Xx Xx)			9,000,000
Chi phí ăn uống			36,000,000
Chương trình ca múa nhạc			20,000,000
Thiết kế âm thanh, ánh sáng			20,000,000
Người dẫn chương trình			5,000,000
Ca sĩ			40,000,000
Chi phí đi lại cho khách hàng ở xa			50,000,000

Chi phí nhà nghỉ cho khách hàng			60,000,000
Chương trình rút thăm trúng thưởng			36,000,000
Thiết kế thư mời, standee, backdrop			2,000,000
Tổng			278,000,000

Chi tiết chương trình hội nghị

Thời gian	Nội dung
17h-18h	Đón khách mời
18h-17h30	Tổ chức chương trình hội nghị • Giới thiệu công ty và sản phẩm, năng lực công ty, các công trình đã thực hiện • Trình bày chính sách bán hàng và chế độ hậu mãi • Trình bày các định hướng và mục tiêu của công ty • Trả lời các thắc mắc của khách hàng
19h30-21h	Chương trình văn nghệ • Khách hàng tham gia buffe tại nhà hàng • Khách hàng có đơn hàng trong ngày sẽ được chiết khấu với giá tốt • Chương trình rút thăm trúng thưởng • Chương trình ca nhạc
21h	Kết thúc chương trình hội nghị

Bảng tổng chi phí marketing tại TPHCM (Đơn vị tính : VNĐ)

Danh mục	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
Xây dựng website			10,000,000
In catalogue dành cho đại lý cấp 1 và khách hàng			400,000,000

Hội nghị tại TPHCM			290,000,000
Đặt banner quảng cáo			80,000,000
Tham gia hội chợ ngành xây dựng Vietbuild			60,000,000
Tổng			840,000,000

Kế hoạch marketing năm 2016 - 2017

- Cập nhật website để cập nhật và cung cấp cho khách hàng những thông tin mới nhất về sản phẩm, chính sách, các chương trình khuyến mãi, hệ thống phân phối....
- Tổ chức các buổi hội nghị khách hàng tại TP Hồ Chí Minh và Xx Xx, 1 năm tổ chức 2 lần, mỗi hội nghị với sự tham gia của khoảng xxx khách hàng là các nhà đại lý cấp 1 và các nhà thầu xây dựng.
- Tiếp cận với các công trình dự án ...
- Tham gia hội chợ ngành xây dựng VietBuild diễn ra thường niên vào tháng 3 và tháng 9 tại Việt Nam
- In catalogue gửi các đại lý cấp 1 và khách hàng.
- Tạo các tài khoản trên mạng xã hội như Facebook, Twitter, Zalo, Youtube để chia sẻ thông tin về sản phẩm, thông số kỹ thuật

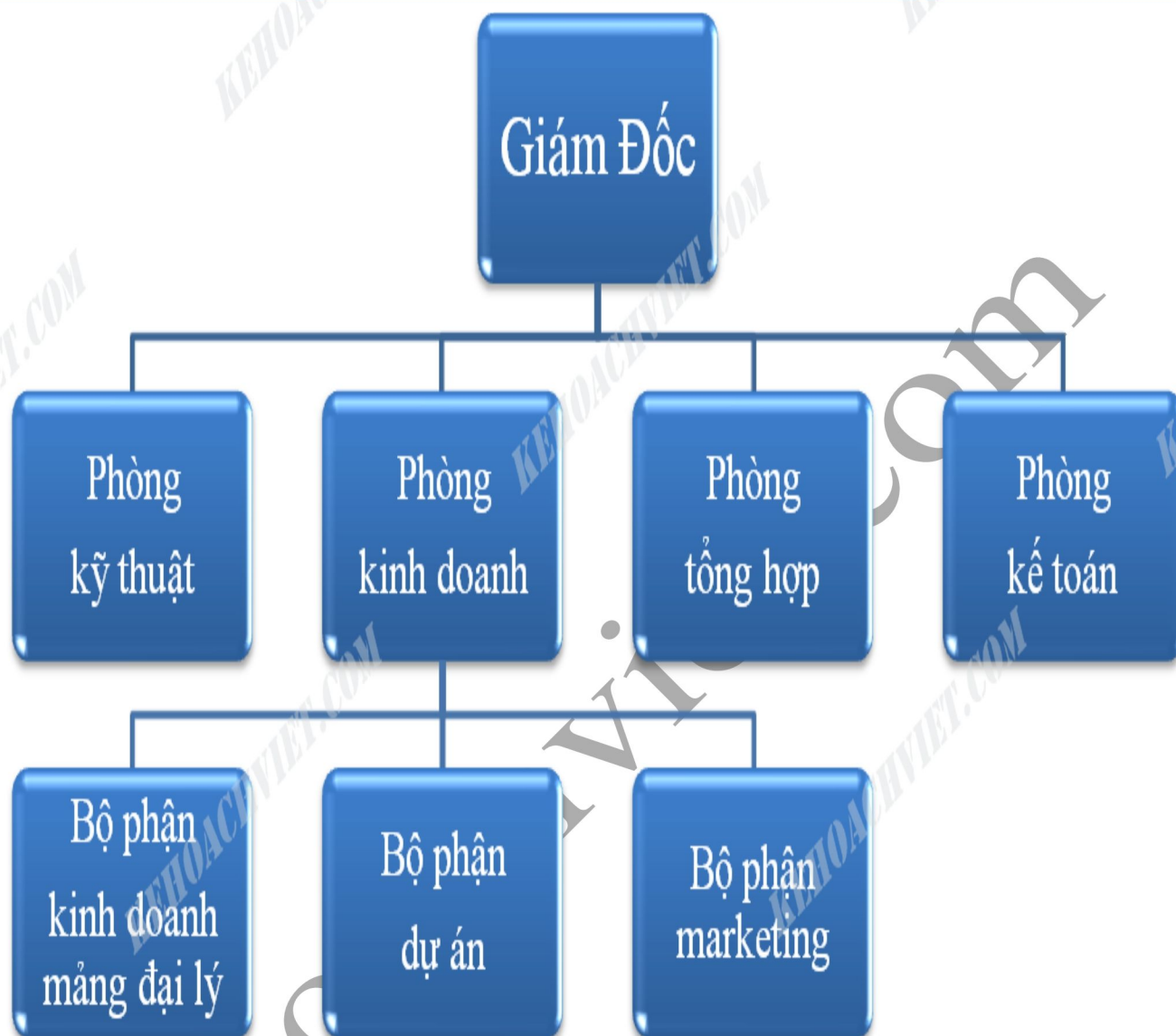
Bảng tổng chi phí marketing 2016-2017 (Đơn vị tính: VNĐ)

Danh mục	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
Xây dựng website			10,000,000
In catalogue dành cho đại lý cấp 1 và khách hàng			400,000,000
Hội nghị tại TPHCM và Xx Xx			568,000,000
Đặt banner quảng cáo vatlieuxaydung.org.vn			80,000,000

Tham gia hội chợ ngành xây dựng Vietbuild			80,000,000
Tổng			1,138,000,000

V.KẾ HOẠCH NHÂN SỰ

1.SƠ ĐỒ TỔ CHỨC HỆ THỐNG



CHỨC NĂNG VÀ NHIỆM VỤ CỦA TỪNG PHÒNG BAN

Giám đốc

- Định hướng hoạt động.
- Quản lý và đưa ra các quyết định quan trọng.
- Thiết lập bộ máy quản lý cấp cao và từng phòng ban trong công ty.

- Thực hiện các hoạt động tài chính như huy động, sử dụng và kiểm soát vốn có hiệu quả.
- Tổ chức các hoạt động xây dựng văn hóa , thương hiệu cho công ty

Phòng tổng hợp

- Lập kế hoạch thu mua vật tư, thương lượng, điều phối kiểm soát thực hiện hợp đồng.
- Hỗ trợ giám đốc đối soát hàng tháng với các nhà cung cấp, kiểm soát hoạt động của tất cả các phòng ban.
- Thu thập, xác minh các thông tin quan trọng về hoạt động của các bộ phận và thị trường.
- Tuyển dụng, đào tạo nhân sự cho công ty
- Thực hiện việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Phòng kinh doanh

- Tham gia công tác xây dựng các kế hoạch, chương trình marketing thực hiện trong năm
- Chịu trách nhiệm lên kế hoạch chi tiết và triển khai thực hiện các công việc Marketing được giao phù hợp với định hướng chiến lược kinh doanh của công ty .(Nghiên cứu thị trường , nghiên cứu đối thủ cạnh tranh, nghiên cứu xu hướng phát triển của sản phẩm...)
- Theo dõi và cập nhật các thông tin , dữ liệu định kỳ về xu hướng phát triển của thị trường , sản phẩm và đối thủ cạnh tranh
- Tương tác làm việc với các phòng ban khác đảm bảo các chương trình marketing và truyền thông được thực hiện hiệu quả và đúng thời điểm.
- Tìm kiếm khách hàng, chăm sóc khách hàng, đảm bảo doanh số được giao
- Tham gia dự báo biến động thị trường vật tư,
- Quản lý, tu bổ, sửa chữa các showroom.

Phòng kế toán

- Tổng hợp, theo dõi sổ sách kế toán, lập báo cáo thuế, báo cáo tài chính theo chế độ kế toán hiện hành.
- Đảm bảo thực hiện đầy đủ các chế độ phúc lợi cho cán bộ công nhân viên trong công ty.

Phòng kỹ thuật

- Hỗ trợ thiết kế tư vấn thi công các dự án cho công ty nhà thầu và đại lý.
- Vận hành, sửa chữa các công trình dự án đã thi công
- Hỗ trợ kỹ thuật các phòng ban có liên quan

2. CHI PHÍ NHÂN SỰ

Chi phí nhân sự hàng tháng năm 2015

	Vị trí	Số nhân viên	Tổng nhân viên	Mức lương (VND)	Tổng lương tháng (VND)
A	Trung tâm điều hành: 1				175,000,000
1	Giám đốc				20,000,000
2	Phó giám đốc				15,000,000
3	Trưởng phòng kỹ thuật				10,000,000
4	Nhân viên kỹ thuật				20,000,000
5	Trưởng phòng kinh doanh				10,000,000
6	Nhân viên kinh doanh mảng đại lý				20,000,000
7	Nhân viên dự án				15,000,000
8	Nhân viên marketing				5,000,000
9	Trưởng phòng tổng hợp				10,000,000
10	Nhân viên tổng hợp				15,000,000
11	Trưởng phòng kế toán				10,000,000
12	Kế toán				15,000,000
13	Bảo vệ				5,000,000
14	Tạp vụ				5,000,000
B	Nhà kho:1				35,000,000
1	Quản lý				10,000,000
2	Kế toán kho				5,000,000
3	Bảo vệ				5,000,000
4	Công nhân				10,000,000
5	Tài xế				5,000,000
C	Showroom:1				20,000,000
1	Nhân viên bán hàng				15,000,000
2	Kế toán bán hàng				5,000,000
Tổng					230,000,000

Bảng số liệu trên thể hiện chi phí nhân sự trong năm 2015 tại Xxx Xxxxx

Chi phí nhân sự hàng tháng năm 2016

	Vị trí	Số	Tổng	Mức lương	Tổng lương tháng
--	--------	----	------	-----------	------------------

		nhân viên	nhân viên	(VND)	(VND)
A	Trung tâm điều hành: 1				185,000,000
1	Giám đốc				20,000,000
2	Phó giám đốc				15,000,000
3	Trưởng phòng kỹ thuật				10,000,000
4	Nhân viên kỹ thuật				30,000,000
5	Trưởng phòng kinh doanh				10,000,000
6	Nhân viên kinh doanh mảng đại lý				20,000,000
7	Nhân viên dự án				15,000,000
8	Nhân viên marketing				5,000,000
9	Trưởng phòng tổng hợp				10,000,000
10	Nhân viên tổng hợp				15,000,000
11	Trưởng phòng kế toán				10,000,000
12	Kế toán				15,000,000
13	Bảo vệ				5,000,000
14	Tạp vụ				5,000,000
B	Nhà kho:2				70,000,000
1	Quản lý				20,000,000
2	Kế toán kho				10,000,000
3	Bảo vệ				10,000,000
4	Công nhân				20,000,000
5	Tài xế				10,000,000
C	Showroom:2				40,000,000
1	Nhân viên bán hàng				30,000,000
2	Kế toán bán hàng				10,000,000
Tổng					295,000,000

Bảng số liệu trên thể hiện chi phí nhân sự trong năm 2016 của các địa điểm sau

1 trung tâm điều hành tại Xxx Xxxxx

2 nhà kho tại Xxx Xxxxx và Xx Xx

2 showroom tại Xxx Xxxxx và Xx Xx

Chi phí nhân sự hàng tháng năm 2017

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com>

Email: contact@khv.vn

ĐT: 0903.349.539

	Vị trí	Số nhân viên	Tổng nhân viên	Mức lương (VND)	Tổng lương tháng (VND)
A	Trung tâm điều hành: 1				195,000,000
1	Giám đốc				20,000,000
2	Phó giám đốc				15,000,000
3	Trưởng phòng kỹ thuật				10,000,000
4	Nhân viên kỹ thuật				40,000,000
5	Trưởng phòng kinh doanh				10,000,000
6	Nhân viên kinh doanh mảng đại lý				20,000,000
7	Nhân viên dự án				15,000,000
8	Nhân viên marketing				5,000,000
9	Trưởng phòng tổng hợp				10,000,000
10	Nhân viên tổng hợp				15,000,000
11	Trưởng phòng kế toán				10,000,000
12	Kế toán				15,000,000
13	Bảo vệ				5,000,000
14	Tạp vụ				5,000,000
B	Nhà kho:3				105,000,000
1	Quản lý				30,000,000
2	Kế toán kho				15,000,000
3	Bảo vệ				15,000,000
4	Công nhân				30,000,000
5	Tài xế				15,000,000
C	Showroom:3				60,000,000
1	Nhân viên bán hàng				45,000,000
2	Kế toán bán hàng				15,000,000
Tổng					360,000,000

Bảng số liệu trên thể hiện chi phí nhân sự trong năm 2017 của các địa điểm sau

1 trung tâm điều hành tại Xxx Xxxxx

3 nhà kho tại Xxx Xxxxx , Xx Xx và Xx Xxxx

3 showroom tại Xxx Xxxxx, Xx Xx và Xx Xxxx

Số lượng nhân sự qua các năm

	Vị trí	2015	2016	2017	2018	2019
A	Trung tâm điều hành	26				
1	Giám đốc	1				
2	Phó giám đốc	1				
3	Trưởng phòng kỹ thuật	1				
4	Nhân viên kỹ thuật	4				
5	Trưởng phòng kinh doanh	1				
6	Nhân viên dự án	3				
7	Nhân viên kinh doanh mảng đại lý	4				
8	Nhân viên marketing	1				
9	Trưởng phòng tổng hợp	1				
10	Nhân viên tổng hợp	3				
11	Trưởng phòng kế toán	1				
12	Kế toán	3				
13	Bảo vệ	1				
14	Tạp vụ	1				
B	Nhà kho	6				
1	Quản lý	1				
2	Kế toán kho	1				
3	Bảo vệ	1				
4	Công nhân	2				
5	Tài xế	1				
C	Showroom	4				
5	Nhân viên bán hàng	3				
6	Kế toán bán hàng	1				

	Tổng	36				
--	-------------	-----------	--	--	--	--

Chi phí nhân sự qua các năm (ĐVT: triệu đồng)

	Vị trí	2015	2016	2017	2018	2019
A	Trung tâm điều hành	1,575				
1	Giám đốc	180				
2	Phó giám đốc	135				
3	Trưởng phòng kỹ thuật	90				
4	Nhân viên kỹ thuật	180				
5	Trưởng phòng kinh doanh	90				
6	Nhân viên dự án	180				
7	Nhân viên kinh doanh mảng đại lý	135				
8	Nhân viên marketing	45				
9	Trưởng phòng tổng hợp	90				
10	Nhân viên tổng hợp	135				
11	Trưởng phòng kế toán	90				
12	Kế toán	135				
13	Bảo vệ	45				
14	Tạp vụ	45				
B	Nhà kho	315				
1	Quản lý	90				
2	Kế toán kho	45				
3	Bảo vệ	45				
4	Công nhân	90				
5	Tài xế	45				
C	Showroom	180				
5	Nhân viên bán hàng	135				
6	Kế toán bán hàng	45				

	Tổng	2,070				
--	------	-------	--	--	--	--

VI. KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

NGUỒN VỐN ĐẦU TƯ

Công ty TNHH TM DV KT XXXXXX XXXXX dự định đầu tư xx tỷ đồng để triển khai dự án .Trong đó xx tỷ VNĐ vốn chủ sở hữu và x tỷ VNĐ huy động.

CHI PHÍ ĐẦU TƯ TÀI SẢN CỐ ĐỊNH

Chi phí đầu tư trung tâm điều hành

Trung tâm điều hành	Đơn giá	Số lượng	2015
Phòng giám đốc			
Bàn ghế nhân viên			10,000,000
Bàn ghế tiếp khách			15,000,000
Điện thoại cố định			300,000
Phòng kinh doanh			
Máy tính			35,000,000
Bàn ghế nhân viên			5,000,000
Máy in			3,000,000
Điện thoại cố định			300,000
Tủ hồ sơ			5,000,000
Xe ô tô			1,100,000,000
Phòng kế toán			
Máy tính			28,000,000
Bàn ghế nhân viên			4,000,000
Máy in			3,000,000
Máy Scan			3,000,000
Điện thoại cố định			300,000
Kết sắt			11,000,000
Tủ hồ sơ			5,000,000
Phòng kỹ thuật			
Máy tính			7,000,000
Bàn ghế nhân viên			1,000,000
Phòng tổng hợp			
Máy tính			28,000,000
Bàn ghế nhân viên			4,000,000
Tủ hồ sơ			5,000,000
Phòng họp lớn			15,000,000
Tổng			1,287,900,000

Chi phí đầu tư tài sản cố định

	Năm	2015	2016	2017
A	Trung tâm điều hành	1,287,900,000		
B	Nhà kho	736,300,000		
1	Sửa chữa và trang trí nội thất	100,000,000		
2	Bàn ghế nhân viên	2,000,000		
3	Tủ kệ	5,000,000		
4	Điện thoại cố định	300,000		
5	Máy in	7,000,000		
6	Máy tính bàn	7,000,000		
7	Xe tải chở hàng	400,000,000		
8	Xe nâng hàng	200,000,000		
9	Tài sản cố định khác	15,000,000		
C	Showroom	177,300,000		
1	Sửa chữa và trang trí nội thất	100,000,000		
2	Quầy giao dịch	5,000,000		
3	Tủ kệ	5,000,000		
4	Kết sắt	11,000,000		
5	Điện thoại cố định	300,000		
6	Máy in	7,000,000		
7	Máy tính bàn	7,000,000		
8	Sản phẩm mẫu	20,000,000		
9	Máy lạnh	7,000,000		
10	Bàn ghế phục vụ khách	5,000,000		
11	Tài sản cố định khác	10,000,000		
	Tổng	2,201,500,000		

Tài sản cố định khác bao gồm: chi phí sửa chữa, chi phí mua sắm thiết bị khác...

Bảng: Tổng tài sản cố định

	Danh mục	2015	2016	2017
1	Đặt cọc thuê nhà kho			
2	Đặt cọc thuê showroom			
3	Tài sản cố định			
4	Tổng			

Chi phí đầu tư ban đầu được đầu tư bằng tiền mặt và tài sản cố định được khấu hao trong 5 năm

Toàn bộ chi phí tài sản cố định đều được công ty đầu tư xây dựng mới

Bảng chi phí đầu tư ban đầu qua các năm

	Danh mục	2015	2016	2017
1	Đặt cọc thuê nhà kho			
2	Đặt cọc thuê showroom			
3	Tài sản cố định			
4	Hàng hóa đầu vào			
6	Hàng mẫu			
7	Tổng			

CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG

Chi phí hoạt động bao gồm: chi phí thuê mặt bằng, chi phí điện nước điện thoại, internet, chiết khấu cho Đại lý cấp 1, văn phòng phẩm và chi phí công tác

Bảng: Chi phí hoạt động hàng năm (Đơn vị tính: VND)

Khoản mục	2015	2016	2017	2018	2019
Thuê nhà kho					
Thuê showroom					
Chi phí điện nước, internet, điện thoại					
Chiết khấu đại lý cấp 1					
Văn phòng phẩm					

Chi phí công tác					
Tổng					

Kế hoạch nhập hàng năm 2015

Tháng	1	2	3	4	5	6
Nhập hàng						
Tồn kho đầu kỳ						
Doanh thu						
Tồn kho cuối kỳ						
Tháng	7	8	9	10	11	12
Nhập hàng						
Tồn kho đầu kỳ						
Doanh thu						
Tồn kho cuối kỳ						

Tháng 4, công ty nhập hàng hóa với giá trị xxx tỷ VNĐ làm hàng mẫu

Tháng 5 bắt đầu bán hàng với doanh thu từng tháng như bảng số liệu trên

Tồn kho cuối kỳ là luôn ở mức xxx tỷ VNĐ.

Số dư hàng tồn kho cuối kỳ của mỗi tháng được cộng dồn liên tiếp

Cuối năm hàng hóa bán được nhiều nên công ty nhập số lượng lớn hàng hóa để tiêu thụ

Kế hoạch nhập hàng năm 2016

Tháng	1	2	3	4	5	6
Nhập hàng						
Tồn kho đầu kỳ						
Doanh thu						
Tồn kho cuối kỳ						
Tháng	7	8	9	10	11	12
Nhập hàng						
Tồn kho đầu kỳ						
Doanh thu						
Tồn kho cuối kỳ						

Hàng tồn kho trong năm 2015 được sử dụng tiếp trong năm 2016, nếu hết công ty sẽ cần nhập thêm bảo đảm có hàng mẫu cho khách hàng xem

Trong năm 2016 bán hàng với doanh thu từng tháng như bảng số liệu trên

Tồn kho cuối kỳ là luôn ở mức xxx tỷ VNĐ.

Doanh thu tháng 12 hơn xxx tỷ VNĐ nên xuất trong kho ra với giá trị là xxx triệu VNĐ

Số dư hàng tồn kho cuối kỳ của mỗi tháng được cộng dồn liên tiếp

Cuối năm hàng hóa bán được nhiều nên công ty nhập số lượng lớn hàng hóa để tiêu thụ

Kế hoạch nhập hàng năm 2017

Tháng	1	2	3	4	5	6
Nhập hàng						
Tồn kho đầu kỳ						
Doanh thu						
Tồn kho cuối kỳ						
Tháng	7	8	9	10	11	12
Nhập hàng						
Tồn kho đầu kỳ						
Doanh thu						
Tồn kho cuối kỳ						

Hàng tồn kho trong năm 2016 được sử dụng tiếp trong năm 2017, nếu hết công ty sẽ cần nhập thêm bảo đảm có hàng mẫu cho khách hàng xem

Trong năm 2017 bán hàng với doanh thu từng tháng như bảng số liệu trên

Tồn kho cuối kỳ là luôn ở mức khoảng xxx tỷ VNĐ.

Doanh thu tháng 12 ít hơn xxx tỷ VNĐ nên nhập kho với giá trị là xxx triệu VNĐ

Số dư hàng tồn kho cuối kỳ của mỗi tháng được cộng dồn liên tiếp

Cuối năm hàng hóa bán được nhiều nên công ty nhập số lượng lớn hàng hóa để tiêu thụ

KẾT QUẢ KINH DOANH

Doanh thu hòa vốn = Định phí + Biến phí

Bảng tính doanh thu hòa vốn qua các năm

Danh mục	2015	2016	2017
Định phí	2,961,500,000		
Thuê nhà kho	270,000,000		
Thuê showroom	153,000,000		
Khấu hao tài sản cố định	468,500,000		
Chi phí nhân sự	2,070,000,000		
Chi phí quảng cáo	860,000,000		
Biến phí	22,512,000,000		
Giá vốn hàng bán	11,880,000,000		
Chi phí điện nước,internet,điện thoại	54,000,000		
Chi phí công tác	264,000,000		
Thưởng doanh số	1,056,000,000		
Vận phong phạm	18,000,000		
Chiết khấu cho đại lý	7,920,000,000		
Rủi ro công nợ	792,000,000		
Chi phí khác	528,000,000		

Tổng	25,473,500,000		
-------------	-----------------------	--	--

Bảng: kết quả hoạt động kinh doanh qua các năm (Đơn vị tính: VND)

Năm	2015	2016	2017	2018	2019
Kết quả kinh doanh					
Doanh thu	26,400,000,000				
Giá vốn	11,880,000,000				
Lợi nhuận gộp	14,520,000,000				
Tỷ suất lợi nhuận gộp	55%				
Chi phí					
Chi phí nhân sự	2,070,000,000				
Khấu hao tài sản cố định	468,500,000				
Chi phí quảng cáo	860,000,000				
Thưởng doanh số	1,056,000,000				
Rủi ro công nợ	792,000,000				
Chi phí hoạt động	8,679,000,000				
Chi phí khác	528,000,000				
Tổng chi phí	14,453,500,000				
Lợi nhuận trước lãi và thuế	66,500,000				
Tỷ suất lợi nhuận	0.25%				
Thuế	14,630,000				
Lợi nhuận ròng	51,870,000				
Tỷ suất lợi nhuận ròng	0.20%				

Lợi nhuận ròng/Doanh thu	51,870,000				
--------------------------	------------	--	--	--	--

Trong đó:

Doanh thu trong 8 tháng năm 2015 ước tính đạt xxx tỷ VNĐ

Giá vốn hàng bán chiếm xx% doanh thu

Doanh thu trong năm 2016 bao gồm doanh thu tăng trưởng 20% của miền Nam, miền Trung và xx tỷ VNĐ của miền Bắc

Doanh thu 2017- 2020 tiếp tục tăng với mức tăng trưởng 20%/năm.

Chi phí quảng cáo chiếm xx% doanh thu hàng năm

Thưởng doanh số cho nhân viên kinh doanh chiếm x% doanh thu hàng năm

Thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành là xx%

Rủi ro công nợ chiếm x% doanh thu hàng năm

Chi phí khác như chi phí vận chuyển, chi phí làm hồ sơ xuất nhập khẩu hàng hóa...chiếm x% doanh thu hàng năm

Số vòng quay vốn lưu động trong năm 2015 là xx vòng tương ứng với doanh thu là xxx tỷ VNĐ và vốn lưu động bình quân là xx tỷ VNĐ

Số vòng quay vốn lưu động trong năm 2016 là xx vòng tương ứng với doanh thu là xxxx tỷ VNĐ và vốn lưu động bình quân là x tỷ VNĐ

Bảng khấu hao tài sản cố định qua các năm (ĐVT : VNĐ)

Danh mục	2015	2016	2017	2018	2019
Khấu hao lần 1					
Khấu hao lần 2					

Khấu hao lần 3					
Tổng	468,500,000	679,420,000	890,340,000	890,340,000	890,340,000

*** 1 SỐ THÔNG TIN, NỘI DUNG VÀ SỐ LIỆU ĐÃ ĐƯỢC KẾ HOẠCH VIẾT ĐIỀU CHỈNH NHẪM MỤC ĐÍCH BẢO MẬT THÔNG TIN.

PHỤ LỤC

4. Vốn điều lệ 3.000.000.000 đồng

Đã缴纳 thực tế 100%

5. Vốn pháp định

6. Danh sách thành viên góp vốn

STT	Tên thành viên	Số vốn góp (tỷ đồng)	Chức vụ (nếu có)	Tên gọi	Địa chỉ (nếu có)	Chức vụ (nếu có)
1	TRẦN VĂN AN	800.000.000	Chủ tịch HĐQT	Việt Nam	Độc lập	Chủ tịch HĐQT
2	TRẦN VĂN AN	800.000.000	Chủ tịch HĐQT	Việt Nam	Độc lập	Chủ tịch HĐQT
3	TRẦN VĂN AN	800.000.000	Chủ tịch HĐQT	Việt Nam	Độc lập	Chủ tịch HĐQT
4	TRẦN VĂN AN	800.000.000	Chủ tịch HĐQT	Việt Nam	Độc lập	Chủ tịch HĐQT
5	TRẦN VĂN AN	800.000.000	Chủ tịch HĐQT	Việt Nam	Độc lập	Chủ tịch HĐQT
6	TRẦN VĂN AN	800.000.000	Chủ tịch HĐQT	Việt Nam	Độc lập	Chủ tịch HĐQT
7	TRẦN VĂN AN	800.000.000	Chủ tịch HĐQT	Việt Nam	Độc lập	Chủ tịch HĐQT
8	TRẦN VĂN AN	800.000.000	Chủ tịch HĐQT	Việt Nam	Độc lập	Chủ tịch HĐQT
9	TRẦN VĂN AN	800.000.000	Chủ tịch HĐQT	Việt Nam	Độc lập	Chủ tịch HĐQT
10	TRẦN VĂN AN	800.000.000	Chủ tịch HĐQT	Việt Nam	Độc lập	Chủ tịch HĐQT

7. Người đại diện theo pháp luật của công ty

Chức vụ: Giám đốc

Họ và tên: TRẦN VĂN AN

Giới tính: Nam

Sinh ngày: 1982

Quê quán: Việt Nam

Quốc tịch: Việt Nam

Ngày ký chứng thực cá nhân: 10/11/2019

Số: 10/11/2019

Nơi cấp: Công an tỉnh Bình Phước

Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú:

Quê quán: Xã Hòa Bình, Huyện Bình Phước, Tỉnh Bình Phước, Việt Nam

Chức vụ hiện tại:

Sinh ngày: 1982, Xã Hòa Bình, Tỉnh Bình Phước, Việt Nam

8. Thông tin về chi nhánh

Tên chi nhánh	CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH PHU LỘC PHƯỚC
Địa chỉ chi nhánh	Số 10 Đường Lê Lợi, Khu phố 7, Phường Phú Lợi, Thành phố Thủ Đức, Một, Bình Phước, Việt Nam
Mã số chi nhánh	3001000128-012

9. Thông tin về văn phòng đại diện

10. Thông tin về địa điểm kinh doanh

TRẦN VĂN AN

10/11/2019

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Trong quá trình lập dự án chúng tôi có nghiên cứu và sử dụng thông tin từ những nguồn sau:

Số liệu tăng trưởng kinh tế Việt Nam

<http://www.tapchitaichinh.vn/Kinh-te-Dau-tu/Bai-toan-tang-truong-kinh-te-Viet-Nam-nam-2014/43527.tctc>

Số liệu ngành nhựa

<http://nhuatienphong.vn/ntp/index.php/home/chitietintuc/90>

<http://www.thanhvien.com.vn/kinh-te/nganh-nhua-xuat-khau-gan-15-ti-usd-trong-9-thang-501688.html>

http://www.vietnamshipper.com/?action=news_detail&atcid=28545&chnlid=4

http://myky.vn/tin-tuc-chi-tiet/55_nganh-nhua-quy-hoach-lech-thi-truong.html#.VLSlcR0R-uI

<http://www.binhminhplastic.com.vn/>

<http://binhminhplastic.com.vn/viewcategory/4.bmp>

<http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=403&idmid=2&ItemID=16156>

http://binhminhplastic.com.vn/component/option,com_daili/Itemid,24/view,listtinhttp/

<http://nhuatienphong.vn/ntp/index.php/home/phanphoi>

<http://tapchicongthuong.vn/nganh-nhua-viet-nam-con-phu-thuoc-nguyen-lieu-dai-dai-2014100803143472p12c152.htm>

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

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