Graphical user interface, text

Description automatically generated



*Hà Nội, ngày 18 tháng 8 năm 2022*

**ASSIGNMENT**

**ĐỀ TÀI: KINH DOANH QUẦN ÁO 2HAND**

**Môn: Khởi Sự Doanh Nghiệp**

**Giảng viên hướng dẫn: Lương Thu Hương**

Lớp: **WE16306**

Nhóm thực hiện: **Nhóm 6**

**Lương Hồng Mây PH14241**

**Trương Khắc Linh PH18261**

**Trần Minh Quân Ph15513**

**Tạ Văn Ninh PH15271**

**Nguyễn Mạnh Quân PH15223**

**MỤC LỤC**

[PHẦN 1: Ý TƯỞNG KINH DOANH 3](#_Toc90293298)

[**1.1 Tên ý tưởng kinh doanh** 3](#_Toc90293299)

[**1.1.1 Ý tưởng** 3](#_Toc90293300)

[**1.1.2 Nền tảng và địa điểm kinh doanh** 3](#_Toc90293301)

[**1.1.3 Doanh nghiệp có ảnh hưởng đến môi trường** 3](#_Toc90293302)

[**1.1.4 Mô hình SWOT** 4](#_Toc90293303)

[**1.2 Thành lập doanh nghiệp** 4](#_Toc90293304)

[**1.3 Thị trường nghành hàng** 4](#_Toc90293305)

[**1.3.1 Thị trường về sản phẩm** 4](#_Toc90293306)

[**1.3.2 Xu hướng trong tương lai** 5](#_Toc90293307)

[**1.4 Đối thủ cạnh tranh** 5](#_Toc90293308)

[**1.5 Khách hàng mục tiêu** 6](#_Toc90293309)

[**1.6 Thành viên tham gia sáng lập doanh nghiệp** 7](#_Toc90293310)

[PHẦN 2: KẾ HOẠCH MARKETING CHO DỰ ÁN KHỞI SỰ 8](#_Toc90293311)

[**2.1 Product (Sản phẩm)** 8](#_Toc90293312)

[**2.2 Price (Giá)** 10](#_Toc90293313)

[**2.3 Place (Địa điểm)** 10](#_Toc90293314)

[**2.4 Promotion (Xúc tiến)** 11](#_Toc90293315)

[**2.5 People (Con người)** 12](#_Toc90293316)

[**2.6 Process (Quy trình)** 14](#_Toc90293317)

[**2.7 Physical evidence (Bằng chứng hữu hình)** 14](#_Toc90293317)

[PHẦN 3. TỔ CHỨC DOANH NGHIỆP 18](#_Toc90293318)

[**3.1 Loại hình pháp lý doanh nghiệp** 18](#_Toc90293319)

[**3.1.1 Loại hình doanh nghiệp** 18](#_Toc90293320)

[**3.1.2 Lý do lựa chọn loại hình doanh nghiệp** 18](#_Toc90293321)

[**3.2 Tổ chức nhân sự cho doanh nghiệp** 19](#_Toc90293322)

[**3.2.1 Tiền lương nhân sự** 21](#_Toc90293323)

[PHẦN 4 TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP 24](#_Toc90293324)

[**4.1 Ước tính số lượng hàng bán ra** 24](#_Toc90293325)

[**4.2 Bảng ước tính doanh thu trong vòng một năm** 27](#_Toc90293326)

[**4.3 Ước số vốn đầu tư trang thiết bị, cơ sở vật chất của doanh nghiệp** 29](#_Toc90293327)

[**4.4 Ước tính vốn lưu động** 32](#_Toc90293328)

[**4.5 Ước tính chi phí** 35](#_Toc90293329)

[**4.6 Ước tính lợi nhuận hàng tháng** 36](#_Toc90293330)

[**4.7 Kế hoạch lưu chuyển tiền** 37](#_Toc90293331)

**PHẦN 1: Ý TƯỞNG KINH DOANH**

## **1.1 Tên ý tưởng kinh doanh**

### **1.1.1 Ý tưởng: “**Dự ánkinh doanh quần áo Secondhand”

**Ý tưởng**:

* Hiện nay xu hướng thời trang đồ Secondhand ngày càng được giới trẻ ưa chuộng và trở thành một xu thế thời trang mới, với tốc độ phát triển nhanh chóng thì đây là một lĩnh vực kinh doanh có tiềm năng rất lớn.

**Lĩnh vực kinh doanh**: Bán lẻ

**Lý do lựa chọn**:

* Nhu cầu : Báo cáo hàng năm trong 5 năm gần đây của Thredup (kết hợp với công ty nghiên cứu thị trường GlobalData) đã cho thấy những phản hồi tích cực của người dùng đối với thị trường secondhand. Và bất chấp bối cảnh đại dịch COVID-19, nó cho thấy tình hình vẫn đang ổn và thậm chí còn có dấu hiệu khả quan hơn bất kỳ ngành nghề bán lẻ nào khác: giá trị của thị trường thời trang secondhand sẽ tiếp tục tăng đến 77 tỷ USD vào năm 2025. Báo cáo năm nay còn chỉ ra một vài insights mới vô cùng thú vị mà các thương hiệu có thể áp dụng một khi nền kinh tế và thị trường khởi động lại trạng thái “bình thường mới”.

*Nguồn: baokinhte.vn*

- Tiềm năng phát triển : Một khảo sát được thực hiện để tìm ra xu hướng mua sắm mới của người dùng, với các “điểm bán” như cửa hàng đồ cũ, cửa hàng giảm giá, sàn thương mại điện tử, trung tâm thương mại, thời trang nhanh,… và chúng ta sẽ thấy được người dùng sẽ chi tiêu nhiều hơn hay ít hơn cho mỗi điểm bán đó trong vòng 5 năm tới.

Table

Description automatically generated

*Nguồn: Thredup*

* Kỹ năng

- Kỹ năng quản lý và Marketing

- Chạy quảng cáo, chụp ảnh, viết content

- Kỹ năng làm việc nhóm tốt

**1.1.2 Nền tảng và địa điểm kinh doanh:**

Kinh doanh: Thời trang đồ second hand

Loại hình kinh doanh: Bán hàng online

Địa điểm kinh doanh: Trịnh Văn Bô , Nam Từ Liêm

**1.1.3 Doanh nghiệp có ảnh hưởng đến môi trường**

- Làm giảm thiểu đồ cũ thải ra môi trường và lượng rác thải từ ngành công nghiệp thời trang

- Tiết kiệm năng lượng điện, nước tài nguyên để sản xuất 1 sản phẩm mới

**1.1.4 Mô hình SWOT**

|  |  |
| --- | --- |
| **S - Điểm mạnh** | **W - Điểm yếu** |
| - Tất cả thành viên nhôm đều yêu thích và đam mê phong cách thời trang cá tính  - Tìm kiếm được nguồn hàng ổn định, sản phẩm đa dạng, nhiều chủng loại để khách hàng lựa chọn  - Thành viên nhóm là những người trẻ tuổi nên nắm bắt rõ tâm lí, sở thích và phong cách thời trang của giới trẻ - đối tượng tiềm năng của mô hình kinh doanh này  - Đội ngũ trẻ trung và năng động | - Lượng vốn còn thấp  - Chưa có kinh nghiệm kiểm soát hàng tồn kho  - Không có cửa hàng để mọi người có thể đến thử trực tiếp  - Mới kinh doanh nên chưa có tiếp cận được nhiều khách hàng  - Chưa có nhiều kinh nghiệm bán hàng |
| **O - Cơ hội** | **T - Thách thức** |
| **-** Nhu cầu về thời trang cao.  - Tệp khách hàng đa dạng  **-** Giá cả phải chăng, phù hợp với kinh tế nhiều bạn trẻ như học sinh, sinh viên  - Thị trường bán hàng online đang rất phát triển | - Dịch bệnh Covid 19 nên việc hàng về bị chậm trễ và thời gian giao hàng sẽ lâu hơn.  **-** Chi phí giao hàng tăng cao do giá cả xăng dầu tăng |

**1.2 Thành lập doanh nghiệp**

Tên doanh nghiệp**: 2hand Fashion**

Địa điểm kinh doanh: Trịnh Văn Bô , Nam Từ Liêm

Ngành nghề kinh doanh: Kinh doanh quần áo

Lý do lựa chọn:

- Do nhu cầu của thị trường về thời trang lớn

- Các mặt hàng giá rẻ phù hợp với nhiều người.

## **1.3 Thị trường ngành hàng**

### **1.3.1 Thị trường về sản phẩm**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nghiên cứu thị trường | | | | | |
| **Sản phẩm** | **Khách hàng** | **Nhu cầu & sự  ưu tiên của khách hàng** | **Đối thủ cạnh tranh** | **Khoảng trống** |
| **Đồ Second Hand** | - Sinh viên, học sinh Lứa tuổi từ 14 - 27 - Đam mê phong cá tính - Mong muốn sở hữu sản phẩm chính hãng | - Khách hàng muốn đồ đẹp nhưng giá rẻ   - Đảm bảo chất lượng đồ vẫn tốt và sạch  - Mẫu sản phẩm không bị lỗi thời | - Các cửa hàng kinh doanh thời trang có cửa hàng lớn và đã có tên tuổi từ lâu  - Các shop bán hàng online đã có danh tiếng | - Cạnh tranh về giá cả, giá thành  rẻ hơn so với mặt hàng khác - Đa dạng về mặt hàng - Chăm sóc khách hàng vào những  ngày dịp lễ, sinh nhật tốt ,chu đáo - Mặt hàng này được giới hạn số lượng và ít bị đụng hàng |

**1.3.2 Xu hướng trong tương lai**

Thời đại công nghệ 4.0 đang phát triển rực rỡ, ngày càng có nhiều người có nhu cầu mua sắm trực tuyến. Do đó, bên cạnh việc đa dạng thêm các sản phẩm về mẫu mã và đảm bảo về chất lượng thì xu hướng mở rộng thị trường trên các nền tảng kinh doanh mới là điều tất yếu. Các sàn thưởng mại điện tử như Shopee, Lazada, Sendo… sẽ là xu hướng phát triển tất yếu trong tương lai.

**1.4 Đối thủ cạnh tranh**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Đối thủ** | **Điểm mạnh** | **Điểm yếu** |
| Có cửa hàng kinh doanh  *- Vintage Boutique*  *- 2hand Official* | - Có cửa hàng kinh doanh nên khách hàng có thể đến tận nơi để lựa chọn và thử đồ  - Có thể tư vấn bán hàng trực tiếp cho khách hàng  - Hạn chế được việc khách hàng phàn nàn hoặc khiếu nại về chất lượng sản phẩm  - Tỉ lệ hoàn hàng thấp  - Bán hàng trực tiếp cho khách hàng nên khả năng giao dịch thành công cao hơn | - Chi phí về mặt bằng cao  - Cần nhiều nguồn nhân lực hơn  - Số lượng khách hàng tiếp cận được bị hạn chế |
| Cửa hàng đã có thương hiệu trên thị trường    *- 2hand Official*  *- The Mint* | - Đã có những khách hàng quen  - Đã có nhiều kinh nghiệm về quảng bá  - Có chỗ đứng vững trãi trên thị trường  - Khả năng giao dịch thành công cao hơn | - Chưa có nhiều ý tưởng đột phá, mới mẻ  - Ít chương trình khuyến mại dành cho khách hàng |

**1.5 Khách hàng mục tiêu**

|  |  |
| --- | --- |
| **Đặc điểm** | **Mô tả** |
| Đối tượng | Học sinh, sinh viên, những người thích đồ 2hand |
| Độ tuổi | 14 - 25 tuổi |
| Giới tính | Nam, Nữ |
| Khu vực | Hà Nội |
| Thu nhập | Từ 4 triệu đồng trở lên. |
| Sở thích, phong cách sống | Thích những phong cách trẻ trung năng động, thích mua đồ online, cá tính, không thích bị đụng hàng. |
| Hành vi mua | Thích mua sắm online  Thường online vào các khung giờ 11h–14h và 20h-23h, khách hàng sẽ có xu hướng thích đặt hàng vào những khung giờ rảnh rỗi, nghỉ ngơi và tan ca. |

## 

## **1.6 Thành viên tham gia sáng lập doanh nghiệp**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **Họ Tên** | **Chức vụ** |
| 1 | Lương Hồng Mây | Sáng lập |
| 2 | Trương Khắc Linh | Đồng sáng lập |
| 3 | Nguyễn Mạnh Quân | Đồng sáng lập |
| 4 | Tạ Văn Ninh | Đồng sáng lập |
| 5 | Trần Minh Quân | Đồng sáng lập |

**PHẦN 2: CHIẾN LƯỢC MARKETING**

### **2.1 Chiến lược sản phẩm**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Sản phẩm** | **Hình ảnh sản phẩm** | **Đặc điểm sản phẩm** |
| 1 | Áo thun unisex |  | Với những mẫu áo phông độc lạ có một không hai, với những chất liệu 100% cotton và những brand nổi tiếng trên thế giới |
| 2 | Áo adlv |  | Acme De Lavie một thương hiệu nổi tiếng về thời trang tại Hàn Quốc, Đài Loan ở Trung quốc. Món đồ in hình các em bé với biểu cảm thú vị |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 3 | **Quầnáo Vintage** |  | **Là** những mẫu [trang phục](https://www.acfc.com.vn/nu/trang-phuc-nu.html)rất đẹp và tinh tế thuộc thời đại cũ. Các thiết kế Vintage thường được ra đời trong khoảng thập niên 30 - 60 và thịnh hành trong khoảng thập niên 90. |
| 4 | Áo polo |  | Áo thun cổ bẻ, về hình thức cổ áo giống với cổ sơ mi. Tuy nhiên, tay áo chất thun dáng ngắn giữ bắp tay và bo tròn. Cổ áo được đính với cúc áo cài vào nhau |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 5 | Áo croptop | Áo croptop nữ tay ngắn ôm body Don't Kill My Vibe màu trắng, kem, đen | Hebe Croptop | Crop-top là một chiếc áo cực ngắn, ôm sát hoặc hơi rộng, để lộ phần eo của người mặc. Chiếc áo có độ dài tương đối ngắn này thường chỉ giới hạn trong loại quần áo dành cho nữ. |
| 6 | Quần Cargo |  | Quần Cargo có nguồn gốc xuất phát từ bộ trang phục được sử dụng trong quân đội. Qua bàn tay biến hóa của các nhà thiết kế và thương hiệu thời trang, chiếc quần quân đội đã trở thành một biểu tượng vô cùng phổ biến đối với các **Fashionista** |
| 7 | Mũ bucket |  | Mũ Bucket cùng với những outfit khi mix với item này khiến cho không ít bạn trẻ mê mẩn |
| 8 | Quần jean ống rộng |  | kiểu quần được nhiều bạn gái, trai công sở lựa chọn để kết hợp cùng mẫu sơ mi thanh lịch |

### **2.2 Chiến lược giá**

Quần áo second hand sử dụng chiến lược giá dựa theo thị trường, đối thủ cạnh tranh và chi phí. Dựa vào các mặt đó shop để mức giá ngang bằng và thấp hơn đối thủ cạnh tranh và thị trường là mức giá hợp lý shop. Vì **2hand** là thương hiệu mới, muốn thu hút được nhiều khách hàng để chiếm lĩnh thị phần một cách nhanh chóng.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Tên sản phẩm** | **Giá bán cửa hàng** | **Giá đối thủ cạnh tranh** |
| 1 | Áo thun unisex | 150.000 vnđ | 150.000 vnđ |
| 2 | Áo adlv | 165.000 vnđ | 169.000 vnđ |
| 3 | Quần áo Vintage | 130.000 vnđ | Không có |
| 4 | Áo polo | 170.000 vnđ | 170.000 vnđ |
| 5 | Áo croptop | 90.000 vnđ | 90.000 vnđ |
| 6 | Quần Cargo | 180.000 vnđ | 185.000 vnđ |
| 7 | Mũ bucket | 120.000 vnđ | 120.000 vnđ |
| 8 | Quần jean ống rộng | 145.000 vnđ | 150.000 vnđ |

### **2.3 Địa điểm**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Địa điểm** | **Diện tích thuê** | **Giá thuê** |
| Trịnh Văn Bô , Nam Từ Liêm | Diện tích khoảng 25m2 | 15.000.000/tháng |

Lý do lựa chọn: Trịnh Văn Bô , Nam Từ Liêm là kho hàng và văn phòng

**2.4. Xúc tiến và quảng cáo**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Công cụ xúc tiến** | **Phương tiện/ địa điểm** | **Chi phí** | **Cách thức** |
| 1 | **Quảng cáo** | Facebook | 5.000.000VND | * Đăng tải các sản phẩm trên Fanpage của shop * Chạy quảng cáo, viết bài trên Fanpage * Đăng tải các chương trình khuyến mại các dịp lễ * Tương tác với khách hàng, phản hồi ý kiến khách hàng |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Tiktok | 5.000.000VND | * Đăng tải video review về các sản phẩm: chất liệu sản phẩm, cách tư vấn của nhân viên, các clip vui của nhân viên trong và ngoài giờ làm việc * Quảng cáo video | |
| Google | 5.000.000VND | - Quảng cáo hình ảnh thương hiệu | |
| 2 | **Khuyến mại** | Youtube | 10.000.000 VND | * Giảm giá 15% cho hóa đơn trên   350.000VND trong tháng đầu khai trương   * Thực hiện tích điểm khách hàng thân thiết thể lệ: 10.000vnd/1 điểm đạt từ 100 điểm nhận quà tặng đặc biệt * Đa dạng loại hình thanh toan: nhận thanh toán bằng tiền mặt, chuyển khoản, ví Vnpay, ví Momo, ví Shopeepay | |
| 3 | **Maketing trực tiếp** | Tại các trường đại học, trung học | 5.000.000 VND | - | Phát tời rơi hình ảnh sản phẩm tại các trường đại học & trung học tại quận Cầu Giấy như: Học viện Báo chí và tuyên truyền, Đại học quốc gia Hà Nội, THCS Nguyễn Tất Thành, Đại học Ngoại Ngữ... |

**Kết luận: Tổng chi phí Marketing hàng tháng dự kiến là 30.000.000 đồng/ tháng**

### **2.5 Quy trình bán sản phẩm**

* Quy trình bán hàng trên các trang mạng xã hội

Bước 1 : Khác hàng sẽ xem các bài quảng cáo trên các trang mạng xã hội và chọn sản phẩm

Bước 2 : Khách hàng sẽ để lại các bình luận hoặc nhắn tin trực tiếp cho shop

Bước 3 : Nhân viên chăm sóc khách hàng của shop sẽ gọi điện tư vấn trực tiếp hoặc nhắn tin cho khách hàng để tư vấn và chốt đơn

Bước 4 : chốt đơn của khách hàng và gói hàng cho khách

Bước 5: Thu tiền của shiper nếu khách hàng chưa thanh toán

Bước 6: Kiểm tra lại đơn hàng một lần nữa xem đã đủ quần/áo chưa rồi giao cho shiper mang tới khách hàng

Bước 7: Nhắn sms hỏi khách hàng chất lượng sản phẩm, nếu có trải nghiệm tốt đánh giá trên các trang mạng xã hội

### **2.6 Nhân sự**

Nguyên tắc và quy định cho nhân viên:

**Nguyên tắc và quy định**

Mục đích: Con người là một yếu tố quan trọng và nòng cốt của shop. Đội ngũ nhân viên chăm chỉ, nhanh nhẹn và chuyên nghiệp sẽ làm hài lòng khách hàng mang lại hình ảnh tốt về quán, quy định giúp nhân viên hiểu và không vi phạm, giúp quản lý dễ điều hành nhân viên.

**Nguyên tắc cho nhân viên:**

1. Trang phục và ngoại hình
2. Mặc đồng phục đúng quy định: đeo thẻ tên và mặc đồng phục khi đi làm
3. Đầu tóc gọn gàng
4. Giao tiếp lịch sự hòa nhã, vui vẻ nhiệt tình với khách hàng
5. Chú ý ngôn từ, giọng điệu khi nói chuyện với mọi người.

**Một số yêu cầu về nhân sự:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Vị trí** | **Tiêu chí** | **Số lượng** |
| **1** | Quản lý | - Có máy tính và biết sử dụng tin học cơ bản  - Có kinh nghiệm quản lí  - Biết sử dụng các phần mềm thiết kế Ps, Ai, Pr  - Có kiến thức về ngành hàng thời trang  - Sáng tạo, chăm chỉ | 2 |
| **2** | Nhân viên kho | * Có sức khỏe tốt, trung thực, nhanh nhẹn, siêng năng, chủ động trong công việc. * Ưu tiên các bạn có thể gắn bó lâu dài. * Kỹ năng xử lý công việc với cường độ cao., quản lý thời gian và giao tiếp. * Luôn học hỏi, cầu tiến.Có trách nhiệm với công việc. Nhạy bén với công việc. | 4 |
| **3** | Kế toán, thủ kho | * - Tốt nghiệp Đại học hệ chính quy, chuyên ngành: Kế toán, tài chính * - Sử dụng thành thạo tin học văn phòng: Word, Excel. * - Có trách nhiệm trong công việc * - Có khả năng kiểm soát nhân sự tốt | 1 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 4 | Marketing Nhân viên CSKH | - Có kinh nghiệm làm về lĩnh vực thời trang)  - Biết về thiết kế, edit ảnh & video, sáng tạo content  - Có khả năng tư duy và giải quyết vấn đề tốt  - Sử dụng thành thạo các phần mềm tin học cơ bản (Word, Excel,..).  - Có kinh nghiệm tư vấn thời trang là một lợi thế | 3 |

### **2.7 Bộ nhận diện thương hiệu**

Logo: được thiết kế bởi tên shop và typhographic, màu sắc chủ đạo xanh và trắng

Ý nghĩa: tạo nên sự gần gũi thân thiện khách hàng với tên thương hiệu

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **Tên** | **Mô tả** |
| 1 | Logo | - Sử dụng cho tất cả các giao diện hình ảnh của thương hiệu |
| 2 | Đồng phục (áo) | * Sử dụng vải cotton thoải mái thoáng mát, thấm hút mồ hôi, đảm bảo nhân viên dễ chịu khi làm việc * In logo thương hiệu làm bộ nhận nhiện cũng như quảng bá cho thương hiệu |
| 3 | Hộp đựng  sản phẩm | * Sử dụng hộp thân thiện với môi trường nhờ khả năng phân hủy sinh học hoàn toàn * Hộp có thiết kế đẹp, in logo thương hiệu riêng |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 4 | Túi đựng  sản phẩm | * Sử dụng loại túi aneco thân thiện với môi trường * Thân thiện với môi trường, in logo thương hiệu riêng |
| 5 | Giấy thơm | * Sử dụng giấy thơm khi khách hàng có cảm giác dễ chịu |
|  | Cốc | - Sử dụng cốc thủy tinh in logo thương hiệu riêng |



# 

**PHẦN 3. TỔ CHỨC DOANH NGHIỆP**

**3.1 Loại hình pháp lý doanh nghiệp**

**3.1.1 Loại hình doanh nghiệp**

- Công ty TNHH 2 thành viên trở lên

**3.1.2 Lý do lựa chọn loại hình doanh nghiệp**

- Công ty TNHH có rủi ro thấp cho các thành viên góp vốn

- Số lượng thành viên công ty ít, dễ quản lý

- Dễ kiểm soát các hoạt động của công ty

- Dễ dàng kiểm soát vốn góp và chuyển nhượng vốn góp

**3.2 Tổ chức nhân sự cho doanh nghiệp**

**BẢNG MÔ TẢ CÔNG VIỆC**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **VỊ TRÍ** | **SỐ LƯỢNG** | **YÊU CẦU TUYỂN DỤNG** | **MÔ TẢ CÔNG VIỆC** | **MỨC LƯƠNG** |
| 1 | **Quản lí** | 1 | - Tốt nghiệp Cao đẳng, Đại học lĩnh vực: quản trị kinh doanh, thương mại điện tử.  - Có kinh nghiệm quản lí các tối thiểu 1 năm  - Đam mê với nghề, có tính sáng tạo, học hỏi, nhiệt tình trong công việc. - Có khả năng làm việc nhóm, hỗ trợ nhóm tốt. | - Quản lý các trang bán hàng, thông tin hình ảnh sản phẩm  - Tiếp nhận và sử lý các sự cố phát sinh - Đăng hình ảnh sản phẩm, mô tả sản phẩm lên các sàn thương mại điện tử  - Sáng tạo video quảng cáo, video tuyên truyền theo nhu cầu khách hàng. | 10.000.000 VND |
| 2 | **Designer** | 1 | * Tốt nghiệp các trường/ khóa học thiết kế, các ngành may mặc, thiết kế thời trang… * Thành thạo phần mềm thiết kế như Photoshop, Illustrator… * Hiểu biết về branding design * Có ít nhất 06 tháng kinh nghiệm trong lĩnh vực thiết kế đồ họa. | * Thiết kế các ứng dụng Marketing theo yêu cầu | 10.000.000 VND |
| 3 | **Marketing** | 1 | - Có kinh nghiệm về deal, campaign kênh thương mại điện tử (ưu tiên nếu từng làm về ngàng thời trang)  - Biết về thiết kế, edit ảnh & video, sáng tạo content  - Có khả năng tư duy và giải quyết vấn đề tốt  - Sử dụng thành thạo các phần mềm tin học cơ bản (Word, Excel...) | - Quản lý hệ thống kênh Marketing của doanh nghiệp: fanpage, website, email... | 7.500.000VND |
| 4 | **Nhân viên CSKH** | 2 | - Có kinh nghiệm về deal, campaign kênh thương mại điện tử (ưu tiên nếu từng làm về ngàng thời trang)  - Biết về thiết kế, edit ảnh & video, sáng tạo content  - Có khả năng tư duy và giải quyết vấn đề tốt  - Sử dụng thành thạo các phần mềm tin học cơ bản (Word, Excel…) - Có kinh nghiệm tư vấn thời trang là một lợi thế | -Tiếp nhận mọi khiếu nại, thắc mắc của khách hàng về sản phẩm và dịch vụ kinh doanh  - Hỗ trợ khách hàng, tìm cách giải quyết những vấn đề mà họ gặp phải | 7.500.000 VND |
| 5 | **Kế toán** | 1 | - Tốt nghiệp Đại học hệ chính quy, chuyên ngành: Kế toán, tài chính  - Kinh nghiệm: Không yêu cầu kinh nghiệm. - Sử dụng thành thạo tin học: word, excel. - Có trách nhiệm trong công việc  - Có khả năng kiểm soát nhân sự tốt | - Quản lý nhân sự  Tính toán các khoản thu chi của cửa hàng và các khoản tiền nhập và xuất hàng ở kho | 7.500.000 VND |
| 6 | **Thủ kho** | 1 | - Tốt nghiệp Đại học hệ chính quy, chuyên ngành: Kế toán, tài chính  - Kinh nghiệm: Không yêu cầu kinh nghiệm. - Sử dụng thành thạo tin học: Word, Excel. - Có trách nhiệm trong công việc  - Có khả năng kiểm soát nhân sự tốt  - Sử dụng thành thạo tin học văn phòng | - Quản lý kho hàng - Thực hiện thủ tục xuất nhập kho - Theo dõi chi phí xuất nhập kho | 7.500.000 VND |
| 7 | **Nhân viên kho** | **4** | - Nam/Nữ trong độ tuổi từ 18-30, nhanh nhẹn, đáp ứng được công việc  - Chịu được áp lực công việc  - Có kinh nghiệm làm kho là 1 lợi thế | - Quản lý kho hàng - Sắp xếp kho hàng và đóng gói hàng | 5.000.000 VND |

### **3.2.1 Tiền lương nhân sự**

Đơn vị: VND

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bảng tiền lương và các khoản trích theo lương** | | | | | | | | | | | | |
| **Vị trí** | **Số lượng** | **Lương cơ bản** | **Bảo hiểm XH** | | **Bảo hiểm y tế** | | **Bảo hiểm thất nghiệp** | | **Kinh phí công đoàn** | **Tổng DN chi trả** | **Tổng Người lao động tự chi trả** |
| DN đóng (17.5%) | Người LĐ đóng (8%) | DN đóng (3%) | Người LĐ đóng (1.5%) | DN đóng (1%) | Người LĐ đóng (1%) | DN đóng (2%) |
| **Quản lí** | 1 | 10.000.000 | 1.750.000 | 800.000 | 300.000 | 150.000 | 100.000 | 100.000 | 200.000 | 12.350.000 | 1.050.000 |
| **Designer** | 1 | 10.000.000 | 1.750.000 | 800.000 | 300.000 | 150.000 | 100.000 | 100.000 | 200.000 | 12.350.000 | 1.050.000 |
| **Maketing** | 1 | 7.500.000 | 1.312.500 | 600.000 | 225.000 | 112.500 | 75.000 | 75.000 | 150.000 | 9.262.500 | 787.500 |
| **Nhân viên CSKH** | 2 | 7.500.000 | 1.312.500 | 600.000 | 225.000 | 112.500 | 75.000 | 75.000 | 150.000 | 18.525.000 | 787.500 |
| **Kế toán** | 1 | 7.500.000 | 1.312.500 | 600.000 | 225.000 | 112.000 | 75.000 | 75.000 | 150.000 | 9.262.500 | 787.500 |
| **Thủ Kho** | 1 | 7.500.000 | 1.312.500 | 600.000 | 225.000 | 112.000 | 75.000 | 75.000 | 150.000 | 9.262.500 | 787.500 |
| **Nhân viên kho** | 4 | 5.000.000 | 875.000 | 400.000 | 150.000 | 75.000 | 50.000 | 50.000 | 100.000 | 24.700.000 | 525.000 |
| Tổng | 11 | 55.000.000 |  |  |  |  |  |  |  | **95.712.500** |  |

**Tổng kết: Doanh nghiệp đang có 11 nhân viên, tổng tiền lương mà doanh nghiệp cần chi trả là 95.712.500 VNĐ mỗi tháng.**

**PHẦN 4 TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP**

## **4.1 Ước tính số lượng hàng bán ra**

BẢNG ƯỚC TÍNH SỐ LƯỢNG HÀNG BÁN RA TRONG NĂM ĐẦU TIÊN

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Sản phẩm** | **Phân phối** | **T1** | **T2** | **T3** | **T4** | **T5** | **T6** | **T7** | **T8** | **T9** | **T10** | **T11** | **T12** | **Tổng** |
| **Áo thun unisex** | Bán online | 200 | 250 | 350 | 400 | 450 | 500 | 550 | 600 | 650 | 700 | 750 | 800 | 6.200 |
| **Áo adlv** | Bán online | 150 | 250 | 250 | 300 | 350 | 350 | 400 | 400 | 450 | 500 | 550 | 600 | 4.550 |
| **Quầnáo Vintage** | Bán online | 100 | 120 | 150 | 170 | 200 | 220 | 300 | 350 | 370 | 400 | 450 | 500 | 3.330 |
| **Áo polo** | Bán online | 300 | 330 | 350 | 400 | 450 | 450 | 450 | 500 | 500 | 550 | 400 | 500 | 5.180 |
| **Áo croptop** | Bán online | 300 | 350 | 400 | 450 | 500 | 500 | 500 | 550 | 600 | 700 | 700 | 750 | 6.300 |
| **Quần Cargo** | Bán online | 100 | 150 | 170 | 200 | 250 | 300 | 350 | 350 | 400 | 450 | 500 | 550 | 3.770 |
| **Mũ bucket** | Bán online | 100 | 150 | 250 | 200 | 350 | 400 | 350 | 300 | 350 | 350 | 400 | 400 | 3.600 |
| **Quần jean ống rộng** | Bán online | 150 | 150 | 200 | 250 | 250 | 300 | 300 | 350 | 350 | 400 | 450 | 450 | 3.600 |
| Tổng |  | 1.400 | 1.750 | 2.120 | 2.370 | 2.800 | 3.020 | 3.200 | 3.400 | 3.670 | 4.050 | 4.200 | 4.550 |  |
| **Tổng Khối Lượng Bán Hàng** | | | | | | | | | | | | | | **36.530** |

**4.2 Bảng ước tính doanh thu trong vòng một năm**

Chú thích:

* + 1: Giá sản phẩm
  + 2: Số lượng bán
  + 3: Doanh thu

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ước tính Doanh Thu** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Mặt hàng** | | **Tháng 1** | **Tháng 2** | **Tháng 3** | **Tháng 4** | **Tháng 5** | **Tháng 6** | **Tháng 7** | **Tháng 8** | **Tháng 9** | **Tháng 10** | **Tháng 11** | **Tháng 12** | **Tổng** |
| **Áo thun unisex** | 1 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 |  |
| 2 | 200 | 250 | 350 | 400 | 450 | 500 | 550 | 600 | 650 | 700 | 750 | 800 |  |
| 3 | 30.000.000 | 37.500.000 | 52.500.000 | 60.000.000 | 67.500.000 | 75.000.000 | 82.500.000 | 90.000.000 | 97.500.000 | 105.000.000 | 112.500.000 | 120.000.000 | **930.000.000** |
| **Áo adlv** | 1 | 165.000 | 165.000 | 165.000 | 165.000 | 165.000 | 165.000 | 165.000 | 165.000 | 165.000 | 165.000 | 165.000 | 165.000 |  |
| 2 | 150 | 200 | 250 | 300 | 350 | 350 | 400 | 400 | 450 | 500 | 550 | 600 |  |
| 3 | 24.750.000 | 33.000.000 | 41.250.000 | 49.500.000 | 57.750.000 | 57.750.000 | 66.000.000 | 66.000.000 | 74.250.000 | 82.500.000 | 90.750.000 | 99.000.000 | **742.500.000** |
| **Quầnáo Vintage** | 1 | 130.000 | 130.000 | 130.000 | 130.000 | 130.000 | 130.000 | 130.000 | 130.000 | 130.000 | 130.000 | 130.000 | 130.000 |  |
| 2 | 100 | 120 | 150 | 170 | 200 | 220 | 300 | 350 | 370 | 400 | 450 | 500 |  |
| 3 | 13.000.000 | 15.600.000 | 19.500.000 | 22.100.000 | 26.000.000 | 28.600.000 | 39.000.000 | 45.500.000 | 48.100.000 | 52.000.000 | 58.500.000 | 65.000.000 | **432.900.000** |
| **Áo polo** | 1 | 170.000 | 170.000 | 170.000 | 170.000 | 170.000 | 170.000 | 170.000 | 170.000 | 170.000 | 170.000 | 170.000 | 170.000 |  |
| 2 | 300 | 330 | 350 | 400 | 450 | 450 | 450 | 500 | 500 | 550 | 400 | 500 |  |
| 3 | 51.000.000 | 56.100.000 | 59.500.000 | 68.000.000 | 76.500.000 | 76.500.000 | 76.500.000 | 85.000.000 | 85.000.000 | 93.500.000 | 68.000.000 | 85.000.000 | **880.600.000** |
| **Áo croptop** | 1 | 90.000 | 90.000 | 90.000 | 90.000 | 90.000 | 90.000 | 90.000 | 90.000 | 90.000 | 90.000 | 90.000 | 90.000 |  |
| 2 | 300 | 350 | 400 | 450 | 500 | 500 | 500 | 550 | 600 | 700 | 700 | 750 |  |
| 3 | 27.000.000 | 31.500.000 | 36.000.000 | 40.500.000 | 45.000.000 | 45.000.000 | 45.000.000 | 49.500.000 | 54.000.000 | 63.000.000 | 63.000.000 | 67.500.000 | **567.000.000** |
| **Quần Cargo** | 1 | 185.000 | 185.000 | 185.000 | 185.000 | 185.000 | 185.000 | 185.000 | 185.000 | 185.000 | 185.000 | 185.000 | 185.000 |  |
| 2 | 100 | 150 | 170 | 200 | 250 | 300 | 350 | 350 | 400 | 450 | 500 | 550 |  |
| 3 | 18.500.000 | 27.750.000 | 31.450.000 | 37.000.000 | 46.250.000 | 55.500.000 | 64.750.000 | 64.750.000 | 74.000.000 | 83.250.000 | 92.500.000 | 101.750.000 | **697.450.000** |
| **Mũ bucket** | 1 | 120.000 | 120.000 | 120.000 | 120.000 | 120.000 | 120.000 | 120.000 | 120.000 | 120.000 | 120.000 | 120.000 | 120.000 |  |
| 2 | 100 | 150 | 250 | 200 | 350 | 400 | 350 | 300 | 350 | 350 | 400 | 400 |  |
| 3 | 12.000.000 | 18.000.000 | 30.000.000 | 24.000.000 | 42.000.000 | 48.000.000 | 42.000.000 | 36.000.000 | 42.000.000 | 42.000.000 | 48.000.000 | 48.000.000 | **432.000.000** |
| **Quần jean ống rộng** | 1 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 |  |
| 2 | 150 | 150 | 200 | 250 | 250 | 300 | 300 | 350 | 350 | 400 | 450 | 450 |  |
| 3 | 21.750.000 | 21.750.000 | 29.000.000 | 36.250.000 | 36.250.000 | 43.500.000 | 43.500.000 | 50.750.000 | 50.750.000 | 58.000.000 | 65.250.000 | 65.250.000 | **522.000.000** |
| **Doanh thu tháng** | | 198.000.000 | 241.200.000 | 299.200.000 | 337.350.000 | 397.250.000 | 429.850.000 | 459.250.000 | 487.500.000 | 525.600.000 | 579.250.000 | 598.500.000 | 651.500.000 | **5.204.450.000** |

**Chi phí biến đổi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sản phẩm** | **Ước tính số sản phẩm được bán mỗi tháng** | **Chi phí biến đổi cho mỗi sản phẩm (Giá mua) (nghìn đồng)** | **Tổng chi phí biến đổi mỗi tháng (nghìn đồng)** |
| **Áo thun unisex** | 516 | 100.000 | 51.600.000 |
| **Áo adlv** | 379 | 115.000 | 43.585.000 |
| **Quầnáo Vintage** | 278 | 100.000 | 27.800.000 |
| **Áo polo** | 432 | 112.000 | 48.384.000 |
| **Áo croptop** | 525 | 60.000 | 31.500.000 |
| **Quần Cargo** | 314 | 130.000 | 40.820.000 |
| **Mũ bucket** | 300 | 70.000 | 21.000.000 |
| **Quần jean ống rộng** | 300 | 105.000 | 31.500.000 |
|  |  |  |  |
| **Tổng chi phí biến đổi hàng tháng** | | | 296.189.000 |

## **4.3 Ước số vốn đầu tư trang thiết bị, cơ sở vật chất của doanh nghiệp**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bảng phân bổ khấu hao và phân bổ hao mòn trang thiết bị** | | | | | | | |
| **Chi tiết** | **Loại TS** | **SL cần** | **Đơn giá (Đồng)** | **Tổng giá trị (đồng)** | **Thời gian sử dụng (tháng)** | **Khấu hao** | **Phân bổ Hao mòn TTB** |
| **Trang Thiết bị (CCDC)** |  |  |  | - |  |  |  |
| Kệ để quần áo | CCDC | 4 | 1.300.000 | 5.200.000 | 24 |  | 216.667 |
| Máy giặt | CCDC | 2 | 15.000.000 | 30.000.000 | 48 |  | 625.000 |
| Máy là quần áo | CCDC | 5 | 1.000.000 | 5.000.000 | 36 |  | 138.889 |
| Máy may | CCDC | 2 | 2.500.000 | 5.000.000 | 36 |  | 138.889 |
| Ghế làm việc | CCDC | 10 | 400.000 | 4.000.000 | 24 |  | 166.667 |
| Tủ trưng bày gỗ | CCDC | 2 | 1.600.000 | 3.200.000 | 18 |  | 177.778 |
| Kệ trưng bày | CCDC | 2 | 2.600.000 | 5.200.000 | 18 |  | 288.889 |
| Máy lọc nước | CCDC | 1 | 4.500.000 | 4.500.000 | 36 |  | 125.000 |
| Đồng hồ treo tường | CCDC | 1 | 150.000 | 150.000 | 12 |  | 12.500 |
| Bao bì nilong | CCDC | 2.000 | 1.000 | 2.000.000 | 6 |  | 333.333 |
| Ấm siêu tốc | CCDC | 1 | 500.000 | 500.000 | 12 |  | 41.667 |
| Đèn | CCDC | 10 | 200.000 | 2.000.000 | 36 |  | 55.556 |
| Quạt trần | CCDC | 1 | 1.000.000 | 1.000.000 | 24 |  | 41.667 |
| Điều hòa | CCDC | 1 | 9.000.000 | 9.000.000 | 24 |  | 375.000 |
| Máy tính | CCDC | 6 | 9.000.000 | 54.000.000 | 24 |  | 2.250.000 |
| Máy tính tay | CCDC | 1 | 200.000 | 200.000 | 12 |  | 16.667 |
| Máy in hóa đơn | CCDC | 1 | 1.300.000 | 1.300.000 | 24 |  | 54.167 |
| Máy in | CCDC | 1 | 3.500.000 | 3.500.000 | 24 |  | 145.833 |
| Máy scan | CCDC | 1 | 1.500.000 | 1.500.000 | 24 |  | 62.500 |
| Máy chấm công | CCDC | 1 | 2.900.000 | 2.900.000 | 24 |  | 120.833 |
| Tủ lạnh | CCDC | 1 | 3.000.000 | 3.000.000 | 36 |  | 83.333 |
| Camera | CCDC | 4 | 1.000.000 | 4.000.000 | 12 |  | 333.333 |
| Két sắt | CCDC | 1 | 1.500.000 | 1.500.000 | 70 |  | 21.429 |
| Tủ để giày dép | CCDC | 1 | 1.000.000 | 1.000.000 | 24 |  | 41.667 |
| **Tổng** |  |  |  | **149.650.000** |  | - | **5.867.262** |

**Kết luận: Tổng số tiền mà dự án khởi sự phải bỏ ra để mua sắm trang thiết bị (Công cụ dụng cụ) là 149.650.000 VNĐ. Mức phân bổ khấu hao và phân bổ hao mòn công cụ dụng cụ hàng tháng là 5.867.262 VNĐ**

## **4.4 Ước tính vốn lưu động**

|  |  |
| --- | --- |
| **Phân loại vốn** | **Thành tiền** |
| **Vốn đầu tư (vốn cố định)** |  |
| Công cụ dụng cụ | **149.650.000** |
| **Vốn lưu động** | **441.271.500** |
| Thuê mặt bằng | 15,000,000 |
| Lương | 95,712,500 |
| Tiền WIFI | 220,000 |
| Tiền điện | 1,500,000 |
| Tiền nước | 200,000 |
| Điện thoại | 1,000,000 |
| Giấy phép KD (tháng đầu) + thuế | 950.000. |
| Chi phí VP | 100,000 |
| Tiền nhập hàng | 296.189.000 |
| Bảo trì |  |
| Quảng cáo | 30.000.000 |
| Bảo trì | 400,000 |
|  |  |
|  |  |

## **4.5 Ước tính chi phí**

**Tỷ lệ chi phí cố định (%)**

**TỔNG CHI PHÍ CỐ ĐỊNH HÀNG THÁNG** 120,429,762

4,072%

=

x 100%

=

**TỔNG CHI PHÍ BIẾN ĐỔI HÀNG THÁNG** 296.189.000

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sản phẩm** | **Chi phí biến đổi trên sản phẩm** | **Chi phí cố định trên sản phẩm** | **Tổng chi phí trên sản phẩm** |
| **Áo thun unisex** | 100.000 vnđ | 4,072 | 407.200 |
| **Áo adlv** | 115.000 vnđ | 4,683 | 538.545 |
| **Quầnáo Vintage** | 100.000 vnđ | 4,072 | 407.200 |
| **Áo polo** | 112.000 vnđ | 4,561 | 510.832 |
| **Áo croptop** | 60.000 vnđ | 2,443 | 146.580 |
| **Quần Cargo** | 130.000 vnđ | 5,294 | 688.220 |
| **Mũ bucket** | 70.000 vnđ | 2,850 | 199.500 |
| **Quần jean ống rộng** | 105.000 vnđ | 4,276 | 448.980 |

# **MUA HÀNG HÀNG THÁNG**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sản phẩm** | **Ước tính số sản phẩm được bán mỗi tháng** | **Chi phí biến đổi cho mỗi sản phẩm (Giá mua)** | **Tổng chi phí biến đổi mỗi tháng** |
| **Áo thun unisex** | 517 | 100.000 vnđ | 51.170.000 |
| **Áo adlv** | 379 | 115.000 vnđ | 43.585.000 |
| **Quầnáo Vintage** | 278 | 100.000 vnđ | 27.800.000 |
| **Áo polo** | 432 | 112.000 vnđ | 48.384.000 |
| **Áo croptop** | 525 | 60.000 vnđ | 31.500.000 |
| **Quần Cargo** | 314 | 130.000 vnđ | 40.820.000 |
| **Mũ bucket** | 300 | 70.000 vnđ | 21.000.000 |
| **Quần jean ống rộng** | 300 | 105.000 vnđ | 31.500.000 |
|  |  |  |  |
| **Tổng chi phí biến đổi hàng tháng** | | | 295.759.000 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Chi phí cố định** | **Số tiền** | **Ghi chú** |
| 1 | Chi phí khấu hao TSCĐ và phân bổ hao mòn TTB&CCDC | 5.867.262 |  |
| 2 | Lương | 95,712,500 |  |
| 3 | Măt bằng | 15,000,000 |  |
| 4 | Tiền điện | 1,500,000 |  |
| 5 | Điện thoại | 1000,000 |  |
| 6 | Giấy phép KD | 750,000 |  |
| 7 | Thuế môn bài&khoán | 200,000 |  |
| 8 | bảo trì | 400,000 |  |
| Tổng | | **120,429,762** |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Tổng chi phí hàng tháng** | | | | | | | | | | | | |
|  | **Chi phí cố định** | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 | T9 | T10 | T11 | T12 |
| 1 | Lương | 95.712.500 | 95.712.500 | 95.712.500 | 95.712.500 | 95.712.500 | 95.712.500 | 95.712.500 | 95.712.500 | 95.712.500 | 95.712.500 | 95.712.500 | 95.712.500 |
| 2 | Măt bằng | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 |
| 3 | Tiền điện | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 |
| 4 | Điện thoại | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 |
| 5 | Giấy phép KD | 750.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6 | Thuế môn bài&khoán | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 |
| 7 | Khấu hao TSCĐ | 5.543.263 | 5.543.263 | 5.543.263 | 5.543.263 | 5.543.263 | 5.543.263 | 5.543.263 | 5.543.263 | 5.543.263 | 5.543.263 | 5.543.263 | 5.543.263 |
| 8 | bảo trì | 400,000 | 400,000 | 400,000 | 400,000 | 400,000 | 400,000 | 400,000 | 400,000 | 400,000 | 400,000 | 400,000 | 400,000 |
| Tổng | | 120.105.763 | 119.355.763 | 119.355.763 | 119.355.763 | 119.355.763 | 119.355.763 | 119.355.763 | 119.355.763 | 119.355.763 | 119.355.763 | 119.355.763 | 119.355.763 |
|  | **Chi phí biến đổi** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Nguyên vật liệu | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 |
| 2 | Quảng cáo | 30,000.000 | 30,000.000 | 30,000.000 | 30,000.000 | 30,000.000 | 30,000.000 | 30,000.000 | 30,000.000 | 30,000.000 | 30,000.000 | 30,000.000 | 30,000.000 |
| Tổng | | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 |
| Tổng chi phí | | 446.294.763 | 445.544.763 | 445.544.763 | 445.544.763 | 445.544.763 | 445.544.763 | 445.544.763 | 445.544.763 | 445.544.763 | 445.544.763 | 445.544.763 | 445.544.763 |

## 

## **4.6 Ước tính lợi nhuận hàng tháng**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| STT | Chỉ tiêu | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 | T9 | T10 | T11 | | | T12 |
| 1 | Doanh thu | 198.000.000 | 241.200.000 | 299.200.000 | 337.350.000 | 397.250.000 | 429.850.000 | 459.250.000 | 487.500.000 | 525.600.000 | 579.250.000 | | 598.500.000 | 651.500.000 | |
| 2 | Chi phí biến đổi | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | 326.189.000 | | 326.189.000 | 326.189.000 | |
| 3 | Lợi nhuận gộp về bán hàng | -128.189.000 | -84.989.000 | -26.989.000 | 11.161.000 | 71.061.000 | 101.161.000 | 133.061.000 | 161.311.000 | 199.211.000 | 253.061.000 | | 263.061.000 | 325.311.000 | |
| 4 | Chi phí cố định | 120,429,762 | 119.679.762 | 119.679.762 | 119.679.762 | 119.679.762 | 119.679.762 | 119.679.762 | 119.679.762 | 119.679.762 | 119.679.762 | | 119.679.762 | 119.679.762 | |
| 5 | Lợi nhuận trước thuế | 77.570.238 | 121.520.238 | 175.520.238 | 217.670.238 | 277.570.238 | 310.170.238 | 339.570.238 | 367.820.238 | 405.920.238 | 495.570.238 | | 478.820.238 | 531.820.538 | |
| 6 | Thuế thu nhập DN phải nộp | 39.600.000 | 48.240.000 | 59.840.000 | 67.470.000 | 79.450.000 | 85.970.000 | 91.850.000 | 97.500.000 | 105.120.000 | 115.850.000 | | 119.700.000 | 130.500.000 | |
| 7 | Lợi nhuận sau thuế | 37.970.238 | 73.280.238 | 119.680.238 | 138.220.238 | 198.120.238 | 224.200.238 | 224.200.238 | 270.320.238 | 300.800.238 | 343.720.238 | | 359.120.238 | 401.320.238 | |

**4.7 Kế hoạch lưu chuyển tiền**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Dòng vào | Chỉ tiêu | Tháng 1 | Tháng 2 | Tháng 3 | Tháng 4 | Tháng 5 | Tháng 6 | Tháng 7 | Tháng 8 | Tháng 9 | Tháng 10 | Tháng 11 | Tháng 12 |
| Dư tiền mặt đầu tháng | 650.013.650 | 257.612.150 | 58.810.650 | -81.990.850 | -184.642.350 | -227.393.850 | -237.545.350 | -218.296.850 | -170.798.350 | -85.199.850 | 54.048.650 | 212.547.150 |
| Thu tiền mặt bán hàng | 198.000.000 | 241.200.000 | 299.200.000 | 337.350.000 | 397.250.000 | 429.850.000 | 459.250.000 | 487.500.000 | 525.600.000 | 579.250.000 | 598.500.000 | 651.500.000 |
|
|
| **Tổng thu tiền mặt** | 848.013.650 | 498.812.150 | 358.010.650 | 255.359.150 | 212.607.650 | 202.456.150 | 221.704.650 | 269.203.150 | 354.801.650 | 494.050.150 | 652.548.650 | 864.017.150 |
| Dòng ra | Lương | **95.712.500** | **95.712.500** | **95.712.500** | **95.712.500** | **95.712.500** | **95.712.500** | **95.712.500** | **95.712.500** | **95.712.500** | **95.712.500** | **95.712.500** | **95.712.500** |
| Măt bằng | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 | 15,000,000 |
|
| Tiền điện | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 |
| Điện thoại | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 |
| Giấy phép KD | 750.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Thuế môn bài&khoán | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 |
| Mua trang thiết bị | **149.650.000** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| bảo trì | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 |
| Nguyên vật liệu | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 | 296.189.000 |
| Quảng cáo | 30.000.000 | 30.000.000 | 30.000.000 | 30.000.000 | 30.000.000 | 30.000.000 | 30.000.000 | 30.000.000 | 30.000.000 | 30.000.000 | 30.000.000 | 30.000.000 |
| **Tổng chi tiền mặt** | 590.401,500 | 440.001.500 | 440.001.500 | 440.001.500 | 440.001.500 | 440.001.500 | 440.001.500 | 440.001.500 | 440.001.500 | 440.001.500 | 440.001.500 | 440.001.500 |
| Dư tiền mặt cuối tháng | | 257.612.150 | 58.810.650 | -81.990.850 | -184.642.350 | -227.393.850 | -237.545.350 | -218.296.850 | -170.798.350 | -85.199.850 | 54.048.650 | 212.547.150 | 424.045.650 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Phân loại vốn** | **Thành tiền** |
| **Vốn đầu tư (vốn cố định)** |  |
| Công cụ dụng cụ | **149.650.000** |
| **Vốn lưu động** | **441.271.500** |
| Thuê mặt bằng | 15,000,000 |
| Lương | 95,712,500 |
| Tiền WIFI | 220,000 |
| Tiền điện | 1,500,000 |
| Tiền nước | 200,000 |
| Điện thoại | 1,000,000 |
| Giấy phép KD (tháng đầu) + thuế | 950.000. |
| Chi phí VP | 100,000 |
| Tiền nhập hàng | 296.189.000 |
| Bảo trì |  |
| Quảng cáo | 30.000.000 |
| Bảo trì | 400,000 |
|  |  |
| Vốn dự phòng | 59.092.150 |
|  |  |

**Tổng vốn khởi sự : 650.013.650**