

BIỂU SỐ 2: BÁO CÁO TỰ ĐÁNH GIÁ VỀ SẢN PHẨM

Phần I THÔNG TIN CHUNG

1. Tên chủ thể: **HỘ KINH DOANH TRƯƠNG VĨNH TÁ**
2. Loại hình tổ chức: **Hộ Kinh Doanh**
3. Địa chỉ: **255/A tổ 12, ấp 2, xã Mỹ Ngãi, thành phố Cao Lãnh, Đồng Tháp**
4. Điện thoại: **0977.399.995** .Email:
5. Tên người đại diện pháp luật:
 - Họ tên: **TRƯƠNG VĨNH TÁ**
 - Giới tính: **Nam.(Nam/nữ): Nam** Dân tộc: **Kinh.**
 - Địa chỉ thường trú: **255/A tổ 12, ấp 2, xã Mỹ Ngãi, thành phố Cao Lãnh, Đồng Tháp.**
6. Ngày thành lập/đăng ký kinh doanh: **02/4/2009** Số giấy đăng ký (nếu có): **51A8006767.**

7. Tên sản phẩm/dịch vụ, mô tả về quy cách sản phẩm, tiêu chuẩn:

Hủ tiêu tươi được sản xuất từ tinh bột gạo, nguyên liệu gạo trải qua các công đoạn ngâm, xay, tráng, phoi, cắt sợi và thành phẩm. Để đạt được sản phẩm có chất lượng và danh tiếng, ngoài quy trình sản xuất truyền thống thì chủ cơ sở phải có kinh nghiệm lâu năm trong ngành nghề này biết được ở từng công đoạn thì bán thành phẩm như thế nào là đạt yêu cầu kỹ thuật để cho ra sợi hủ tít có chất lượng tốt nhất. Sau khi cắt thành sợi, thành phẩm được cho vào từng gói PE theo khối lượng khách yêu cầu và cho từng gói PE vào trong hộp giấy.

Đánh dấu (✓) vào mục tương ứng:

a) Giấy đăng ký kinh doanh:

b) Đã công bố chất lượng cơ sở:

c) Đã có các điều kiện sản xuất theo quy định:

- Giấy đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật cho sản xuất sản phẩm:

- Giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất bắt buộc theo quy định cho sản phẩm (đối với các sản phẩm bắt buộc theo quy định):

d) Đã có đăng ký sở hữu trí tuệ:

- Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu:

- Giấy chứng nhận quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận:
- Giấy chứng nhận đăng ký kiểu dáng công nghiệp:
- Khác (ghi rõ):

8. Lịch sử hình thành của chủ thể (nêu các giai đoạn hình thành và phát triển):

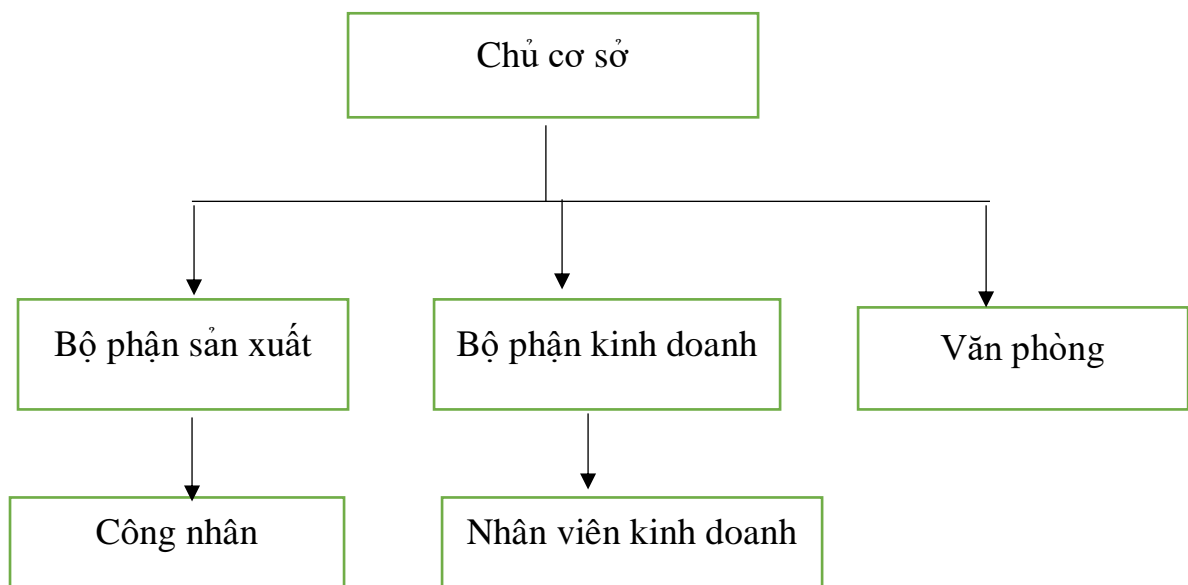
Hộ kinh doanh được thành lập vào năm 2009, tại ấp 2, xã Mỹ Ngãi, Tp Cao Lãnh, Đồng Tháp, với quy mô sản xuất ban đầu chỉ có 200 m²; sản phẩm ban đầu là Hủ tiếu tươi với công suất 500 kg/ngày.

Đến năm 2018, sản phẩm được mọi người biết đến nhiều hơn; khách hàng được mở rộng trong và ngoài Tỉnh, doanh nghiệp đã mở rộng quy mô và đầu tư trang thiết bị công nghiệp hiện đại để đáp ứng nhu cầu của thị trường, diện tích cơ sở tăng lên 600 m², với công suất sản xuất sản phẩm có thể đạt 2.000 kg/ngày.

Đến năm 2023, cơ sở đã ký hợp đồng phân phối sản phẩm đi các cửa hàng trong và ngoài tỉnh Đồng Tháp, hiện tại cơ sở đang tiếp tục giới thiệu thêm các sản phẩm đến các khách hàng.

9. Cơ cấu tổ chức của chủ thể

9.1. Sơ đồ tổ chức



9.2. Chức năng nhiệm vụ

a) Chủ cơ sở

Là người chịu trách nhiệm chính, sẽ nắm quyền điều hành, quản lý và chi phối trực tiếp các hoạt động của cơ sở

b) Văn phòng

Quản lý nhân sự: chấm công, phát lương cho nhân viên, quản lý kho và xuất kho hàng cho nhân viên bán hàng phân phối sản phẩm ra thị trường.

c) Bộ phận kinh doanh

Đây là bộ phận quan trọng có vai trò chủ đạo, tìm nguồn khách hàng cho công ty, đảm bảo đầu ra đem lại doanh thu để duy trì hoạt động của công ty. Là bộ phận trực tiếp tiếp cận và quảng bá sản phẩm đến tay người tiêu dùng.

Quản lý khâu xuất hàng, tổ chức phân phối tiêu thụ sản phẩm, chịu trách nhiệm quản bá, tham gia các sự kiện trưng bày giới thiệu sản phẩm, giám sát công nhân làm việc theo đúng quy trình, báo cáo lại chủ cơ sở tình hình công việc

d) Bộ phận sản xuất

Trực tiếp sản xuất, thực hiện các yêu cầu kỹ thuật đảm bảo an toàn vệ sinh và chất lượng sản phẩm, đồng thời nghiên cứu đổi mới sản phẩm....

Quản lý khâu nhập nguyên liệu, tổ chức sản xuất, giám sát công nhân làm việc theo đúng quy trình, báo cáo lại chủ cơ sở tình hình công việc.

Phần II
KẾT QUẢ THỰC HIỆN PHƯƠNG ÁN SẢN XUẤT KINH DOANH

A. GIỚI THIỆU

1. Tên chủ thể: HỘ KINH DOANH TRƯƠNG VĨNH TÁ

Địa chỉ trụ sở chính:

+ 255/A tổ 12, ấp 2, xã Mỹ Ngãi, thành phố Cao Lãnh, Đồng Tháp

+ 170 Nguyễn Chí Thanh, xã Mỹ Ngãi, thành phố Cao Lãnh, Đồng Tháp

3. Vốn điều lệ: 20.000.000 VNĐ

4. Số lượng thành viên: 01 thành viên

5. Ngành, nghề sản xuất, kinh doanh: Sản xuất hủ tít, tinh bột, các sản phẩm từ bột.

B. TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG VÀ KHẢ NĂNG THAM GIA CỦA HỘ KINH DOANH

I. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG (xu thế và nhu cầu)

Hiện nay hủ tiếu là món ăn đường phố phổ biến nhất ở khắp Miền Nam, người ta có thể tìm đến các xe hủ tiếu để ăn lót dạ hay ăn no. Là món ăn đa phong cách, được chế biến thành nhiều kiểu cách khác nhau, từ hủ tiếu nước, hủ tiếu khô, hủ tiếu chiên giòn cho đến hủ tiếu xào, hủ tiếu nấu canh... món nào cũng có phong vị ngon riêng biệt.

Với sự sáng tạo thú vị của người xưa hủ tiếu được làm từ bột gạo như Hủ tiếu Đồng Tháp, Sa Đéc ra đời và vang danh cộng hủ tiếu dai, tùy loại gạo ngon hay dở mà định chất lượng, giá cả cộng hủ tiếu.

Cộng hủ tiếu dai từ xưa cho đến nay không chỉ là nguyên liệu chính cho các tiệm hủ tiếu từ bình dân cho đến sang trọng, mà chính những đầu bếp gia đình người miền Nam mỗi khi có đám tiệc thường nấu món hủ tiếu dai xào lòng heo, lòng gia cầm, hải sản hay xào chay...

II. ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG THAM GIA THỊ TRƯỜNG

Sản phẩm Hủ tiếu tươi của cơ sở được sản xuất khép kín bằng hệ thống trang thiết bị tiên tiến và được kiểm soát chất lượng, với nguyên liệu tự nhiên, không sử dụng các hóa chất nên sản phẩm rất an toàn cho người tiêu dùng. Sản phẩm thường xuyên được kiểm nghiệm đạt quy chuẩn và công bố chất lượng đầy đủ, nên người tiêu dùng có thể an tâm sử dụng. Sản phẩm mang hương vị đặc trưng truyền thống của Hủ tiếu Đồng Tháp.

Hiện nay sản phẩm của cơ sở cũng được phân phối tại các cửa hàng trong và ngoài tỉnh, để có thể giới thiệu cho nhiều người biết và dễ dàng tìm mua sử dụng. Với thế mạnh về chất lượng tốt, nguồn nguyên liệu ổn định, không sử dụng hóa chất kết hợp với ứng dụng các máy móc hiện đại vào sản xuất, tuy nhiên vẫn mang hương vị truyền thống nên sản phẩm Hủ tiếu tươi của cơ sở có lợi thế.

III. CĂN CỨ PHÁP LÝ THÀNH LẬP VÀ HOẠT ĐỘNG

Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số: 51A8006767 do Phòng Tài chính Kế hoạch thành phố Cao Lãnh cấp ngày 02/4/2009

Giấy xác nhận tập huấn kiến thức về An toàn thực phẩm số 05-2023/XNTHKTATTP ngày 25/5/2023 của Hộ Kinh doanh Trương Vĩnh Tá.

C. PHƯƠNG ÁN SẢN XUẤT, KINH DOANH

I. PHÂN TÍCH ĐIỂM MẠNH, YẾU, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

1. Điểm mạnh (yếu tố bên trong)

Đồng Tháp, tỉnh thuộc vùng Đồng Bằng Sông Cửu Long được bồi đắp phù sa hằng năm, rất màu mỡ, nhất là dải đất phù sa ngọt dọc sông Tiền và sông Hậu cùng với mạng lưới sông ngòi, kênh rạch chằng chịt, tạo điều kiện thuận lợi cung cấp nước cho sản xuất lúa. Với những lợi thế đó, Đồng bằng sông Cửu Long tập trung sản xuất lúa và trở thành vựa lúa số một cả nước, cây lúa có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Đây còn là 1 trong 5 ngành hàng chủ lực, giữ vai trò trọng yếu trong cơ cấu nông nghiệp của tỉnh và thực hiện nhiệm vụ an ninh lương thực Quốc gia.

Lúa sẽ được phơi khô, tách vỏ trấu thành hạt gạo là nguyên liệu chính để sản xuất hủ tít. Đây là nguồn nguyên liệu dồi dào và giá thành đầu vào thấp,...thuận lợi cho việc sản xuất chế biến của cơ sở.

Chủ cơ sở là người có kinh nghiệm từ việc thu mua nguyên liệu, quy trình sản xuất, đã nghiên cứu kỹ về loại sản phẩm cần làm và được đào tạo bài bản kiến thức an toàn thực phẩm để tạo ra những sản phẩm có chất lượng cao và luôn học hỏi tìm hiểu để tạo ra những sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu và sức khỏe người tiêu dùng.

Làm việc tận tâm, luôn lấy phương châm “chất lượng thay lời nói” để phục vụ khách hàng. Phân phối hàng hóa trên hệ thống công nghệ thông tin chuyên nghiệp.

2. Điểm yếu (yếu tố bên trong)

Tuy nhiên, cũng như các tỉnh trong khu vực, cây lúa/gạo đang đối diện với nhiều thách thức khi chịu ảnh hưởng nặng nề của biến đổi khí hậu, giá phân bón, vật tư tăng cao, điều kiện thủy văn thổ nhưỡng, trình độ khoa học công nghệ, yếu tố thị trường,... Ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nguyên liệu và giá thành nguyên liệu gạo ngày một tăng.

Bên cạnh các yếu tố trên, hiện nay, thị trường lương thực, thực phẩm thế giới và trong nước có nhiều thay đổi, nhu cầu về tinh bột giảm, yêu cầu về chất lượng tăng.

Chưa tiếp cận được với các thị trường lớn như siêu thị, các hội chợ lớn,... Cần thêm thời gian và tài chính để mở rộng thị trường, trang bị thêm máy móc thiết bị, công cụ cần thiết khác; quảng cáo, giới thiệu đến người tiêu dùng.

3. Cơ hội (yếu tố bên ngoài)

Sản phẩm theo xu thế thị trường: **SẠCH “không sử dụng hóa chất”** .

Nguyên liệu mang tính tự nhiên dồi dào.

Là sản phẩm thực phẩm quen thuộc với người tiêu dùng, được sử dụng hằng ngày.

4. Thách thức (yếu tố bên ngoài)

Sản phẩm mới nên cần thêm thời gian và tài chính để quảng cáo mở rộng thị trường.

Cơ sở còn nhỏ lẻ thiếu vốn đầu tư về công nghệ về thiết bị máy móc.

Sự cạnh tranh giữa các sản phẩm đến từ các cơ sở trong tỉnh và vùng Đồng bằng sông Cửu Long là rất lớn.

II. PHÂN TÍCH CẠNH TRANH

(Các đối thủ cạnh tranh với các nội dung: sản phẩm, thị trường, mức độ, ...)

Sản phẩm Hủ tiếu tươi của cơ sở được sản xuất khép kín bằng hệ thống trang thiết bị tiên tiến và được kiểm soát chất lượng, với nguyên liệu tự nhiên, không sử dụng các hóa chất nên sản phẩm rất an toàn cho người tiêu dùng. Sản phẩm thường xuyên được kiểm nghiệm đạt tiêu chuẩn và công bố chất lượng đầy đủ, nên người tiêu dùng có thể an tâm sử dụng. Sản phẩm mang hương vị đặc trưng truyền thống của Hủ tiếu Đồng Tháp.

Với thế mạnh về chất lượng tốt, nguồn nguyên liệu ổn định, không sử dụng hóa chất kết hợp với ứng dụng các máy móc hiện đại vào sản xuất, tuy nhiên vẫn mang hương vị truyền thống nên sản phẩm Hủ tiếu tươi của cơ sở rất có lợi thế.

III. MỤC TIÊU VÀ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN

Hiện tại, Cơ sở ngày càng hoàn thiện sản phẩm hơn và chấp hành các quy định của pháp luật khi kinh doanh thực phẩm như công bố chất lượng sản phẩm, đảm bảo các điều kiện khi sản xuất thực phẩm, bảo vệ môi trường,....

Không ngừng quảng cáo truyền thông cho sản phẩm thông qua các nền tảng công nghệ như zalo, facebook,tiếp thị sản phẩm đến siêu thị, các cửa hàng bán lẻ, các cơ sở kinh doanh thực phẩm ,.... Ngoài ra Cơ sở đưa sản phẩm trưng bày và bán tại các hội chợ triển lãm, hội chợ kết nối cung cầu, các gian hàng đặc sản của tỉnh Đồng Tháp và ký hợp đồng phân phối hàng hóa với các đại lý trong và ngoài tỉnh,... để người tiêu dùng có thể tiếp cận với sản phẩm.

Về lâu dài phấn đấu tăng doanh số và mức độ tăng trưởng trên 10%/năm. Không ngừng cải tiến bao bì, mẫu mã theo thị hiếu người tiêu dùng. Tham gia các hoạt động kết nối thương mại do Sở Công thương tổ chức,....Ký kết hợp đồng lâu dài với nông dân trồng măng cầu.

IV. HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT, KINH DOANH

1. Hoạt động sản xuất

a) Nguyên liệu (Trồng, chăn nuôi, chế biến, khác,...)

- Tiêu chuẩn, công nghệ áp dụng:

- Phương thức: đã ký hợp đồng liên kết với 02 Nhà máy xay xát cung cấp gạo (đơn vị m², tấn...)

- Quy mô:

TT	Tên nguyên liệu	Quy mô	Thời gian thực hiện
	Gạo	490 tấn	18 tháng

b) Thu hái tự nhiên (nếu có)

- Tiêu chuẩn áp dụng:

- Phương thức: thu mua từ nhà vườn, chợ, siêu thị,.....

- Quy mô:

TT	Tên sản phẩm	Quy mô	Thời gian thực hiện

c) Sơ chế (nếu có)

- Tiêu chuẩn, công nghệ áp dụng:

- Phương thức: đã ký hợp đồng liên kết với các hộ dân

- Quy mô:

TT	Tên sản phẩm	Quy mô	Thời gian thực hiện

d) Chế biến

Tiêu chuẩn, công nghệ áp dụng: Nguyên liệu => Ngâm nước ấm (2 -3 giờ) => Xay (07 gạo: 03 nước) => Tráng (70 – 90^{0C}) => Phơi (04 giờ) => Cắt sợi => Thành phẩm.

- Quy mô:

TT	Tên sản phẩm	Quy mô	Thời gian thực hiện
1	Hủ tiêu Sa Đéc Kim Hồng	540.000 tấn	18 tháng

2. Phân phối/bán hàng

a) Bán hàng tại chỗ

- Gian hàng giới thiệu sản phẩm tại cơ sở: tủ kính để sản phẩm, diện tích 10m²

- Sản phẩm giới thiệu và bán: mứt măng cầu sậy dẻo muối ớt, mứt thơm, mứt mặn, tắc, đậu phộng rang muối ớt, bánh mì ngọt lạc,..

- Nhân lực thực hiện: gia đình và thuê ngoài

b) Liên kết các đại lý phân phối (ghi rõ tên tỉnh và số lượng đã có hoặc dự kiến)

- Các đại lý trong tỉnh: **05 đại lý**

+ Lê Thị Cẩm Tú: 352, Cách Mạng Tháng 8, P3, Tp Cao Lãnh.

+ Nguyễn Thị Kim Huyền: 218 Đinh Bộ Lĩnh, P. Hòa Thuận, Tp Cao Lãnh.

+ Hồ Thị Dung: 64 Bùi Hữu Nghĩa, P.4, Tp Cao Lãnh.

+ Phạm Thị Thúy Hằng: 218 Đinh Bộ Lĩnh, P. Hòa Thuận, Tp Cao Lãnh.

+ Nguyễn Văn Nơi: 613 Cách Mạng Tháng 8, P.3, Tp Cao Lãnh.

- Các đại lý ngoài tỉnh:

Dự kiến thời gian gần sẽ mở rộng thêm các đại lý trong tỉnh, ngoài tỉnh và đưa hàng vào các siêu thị như CoOpmart, Bách Hóa Xanh, Wingroup....trên địa bàn.

c) Bán hàng qua mạng; qua zalo, facebook,...

- Xây dựng Website, Quản lý Website, Nhân lực:

d) Chính sách giá (giá bán tính trên đơn vị sản phẩm, dịch vụ)

Giá bán được tính theo đơn vị sản phẩm, chiết khấu được tính theo số lượng và từng thời điểm bán hàng. Sản phẩm được đóng gói trong bao PE và cho vào hộp giấy.

V. KẾ HOẠCH MARKETING - XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

1. Kế hoạch xúc tiến thương mại

- Kế hoạch tiếp thị được thực hiện tại các thị trường:

+ Tham gia hội chợ thương mại trong và ngoài tỉnh do cơ quan chức năng tổ chức.

+ Quảng cáo trên zalo, facebook và các phương tiện thông tin đại chúng.

- Kế hoạch triển khai:

TT	Nội dung	Địa điểm	Người thực hiện	Thời gian
1	Hội chợ, triển lãm	Trong và ngoài tỉnh	Chủ cơ sở và nhân viên bán hàng	Có thư mời
2	Tờ rơi	Tất cả thị trường	Chủ cơ sở và nhân viên bán hàng	Theo thời gian thích hợp

3	Khuyến mại	Tất cả thị trường	Chủ cơ sở và nhân viên bán hàng	Theo chương trình của Cơ sở
4	Hội nghị khách hàng	Đồng Tháp	Chủ cơ sở và nhân viên bán hàng	Hàng năm

2. Kế hoạch Marketing

- Tiếp tục nghiên cứu thị trường:

Có kế hoạch gọi điện chăm sóc khách hàng, chào hàng, quảng bá sản phẩm trên mạng, tìm đại lý phân phối sản phẩm trong và ngoài tỉnh nhằm đưa sản phẩm đến người tiêu dùng rộng rãi hơn.

- Phân khúc thị trường:

Sản phẩm phù hợp cho tất cả đối tượng từ bình dân đến cao cấp.

- Định vị thị trường: chủ lực đến người tiêu dùng, các cửa hàng giới thiệu sản phẩm đặc sản của tỉnh, các đại lý phân phối hàng, các địa điểm kinh doanh thực phẩm,...

- Kế hoạch thực hiện: bắt đầu năm 2023 và kéo dài về sau. Tập trung xây dựng và mở rộng các đại lý phân phối trong và ngoài tỉnh, các hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi, trung tâm thương mại, các địa điểm kinh doanh thực phẩm..... Phát triển thị trường bán hàng online qua zalo, facebook, các trang thương mại điện tử như Shopee, Lazada, Tiki, ... đồng thời đẩy mạnh thương hiệu cơ sở qua các đợt Hội nghị khách hàng, Hội chợ, triển lãm, quảng cáo, khuyến mãi và các hoạt động xúc tiến thương mại khác,...

- Kiểm soát quá trình thực hiện: các bộ phận báo cáo hàng ngày và tuần quá trình kinh doanh về Chủ cơ sở để kịp thời xử lý, thông qua:

+ Kiểm soát kế hoạch bán hàng: doanh số bán hàng, thị phần, chi phí marketing, sự thỏa mãn của khách hàng,...

+ Kiểm soát lợi nhuận: đánh giá khả năng sinh lợi sản phẩm qua thị trường, mức tiêu thụ,.... Để có sự điều chỉnh cho phù hợp.

+ Kiểm soát các hoạt động quảng cáo, phân phối,...

+ Mục tiêu đặt ra để có chiến lược phù hợp hơn.

VI. PHƯƠNG ÁN ĐẦU TƯ CƠ SỞ VẬT CHẤT, BỐ TRÍ NHÂN LỰC VÀ CÁC ĐIỀU KIỆN KHÁC

1. Cơ sở hạ tầng (điều chỉnh cho phù hợp điều kiện thực tế)

TT	Tên công trình	Đơn vị tính	Khối lượng (m2)	Đơn giá	Tổng mức xây dựng
1	Văn phòng làm việc		30	4.000.000	120.000.000
2	Tủ trưng bày sản phẩm		10	4.000.000	40.000.000
3	Phòng tiếp khách		15	4.000.000	60.000.000
4	Nhà xưởng		300	1.700.000	510.000.000
4.1	Tiếp nhận nguyên liệu		35		
4.2	Kho nguyên liệu		35		
4.3	Khu vực ngâm nguyên liệu		40		
4.4	Phòng xay nguyên liệu		40		
4.5	Trảng bán thành phẩm		50		
4.6	Sân phơi		70		
4.7	Phòng cắt		30		
5	Khác: hệ thống điện, nước				15.000.000
6	Kho thành phẩm		300	1.700.000	510.000.000
Tổng mức xây dựng					1.255.000.000

2. Máy móc, trang thiết bị

TT	Tên máy móc, thiết bị	ĐVT	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
1	Máy tráng + Máy sấy	cái	01	1.800.000.000	1.800.000.000
2	Máy hút chân không	cái	01	120.000.000	120.000.000
3	Máy xay gạo	cái	01	17.000.000	17.000.000
4	Máy sắt sợi	cái	05	15.000.000	75.000.000
5	Cân định lượng loại nhỏ	cái	05	500.000	2.500.000
6	Cân định lượng loại lớn	cái	03	5.000.000	15.000.000
7	Xe tải 1.5 tấn	chiếc	01	450.000.000	450.000.000
Tổng cộng					2.479.500.000

3. Nhân lực (điều chỉnh cho phù hợp điều kiện thực tế)

TT	Chức danh	Mô tả công việc	Số lượng
1	Chủ cơ sở	Là người đại diện pháp luật của DN, điều hành chung toàn bộ hoạt động công ty: kinh doanh, quyết toán tài chính, thu mua, giá mua bán, chiết khấu, giao hàng...	01
2	Kế toán	Tính tiền công, Báo cáo thuế, ...	01
3	Nhân viên kinh doanh	Chăm sóc khách hàng, quảng cáo sản phẩm mới, giao hàng,...	03
4	Công nhân	Trực tiếp sản xuất theo từng công đoạn của uy trình sản xuất	14
	Tổng cộng		19

4. Các điều kiện khác

a) Đất đai

- Mặt bằng khu trung tâm (nhà xưởng, kho bãi): 300 m2.....
- Khu đồng ruộng;
- Khu thu hái tự nhiên:

b) Khoa học công nghệ

- Hợp tác với đối tác chuyển giao quy trình công nghệ (đã hợp tác hoặc dự kiến):
- Hợp tác với đối tác tư vấn phát triển doanh nghiệp (đã hợp tác hoặc dự kiến):

c) Liên kết (đối tác cung cấp nguyên liệu hoặc hợp tác sản xuất, kinh doanh)

D. PHƯƠNG ÁN TÀI CHÍNH

I. PHƯƠNG ÁN HUY ĐỘNG VÀ SỬ DỤNG VỐN

1. Tổng nhu cầu vốn

Tổng nhu cầu vốn của doanh nghiệp/hợp tác xã/tổ hợp tác/hộ:đồng

TT	Nội dung	Đơn vị	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
A	Tài sản cố định				
1	Xây dựng hạ tầng	m 2			1.255.000.000
2	Máy móc, trang thiết bị	cái			2.479.500.000
3	Khác				
	Thủ tục pháp lý: Đủ điều kiện sản xuất, công bố chất lượng sản phẩm	bộ			
	Đề án Bảo vệ môi trường	bộ			30.000.000
B	Vốn lưu động cho 1 chu kỳ sản xuất, kinh doanh				100.000.000

2. Phương án huy động

a) Góp vốn từ các thành viên doanh nghiệp/hợp tác xã/tổ hợp tác/hộ

Tổng góp vốn từ các thành viên:đồng

TT	Họ và tên	Địa chỉ	Số tiền (triệu đồng)
1	Trương Vĩnh Tá	255/A tổ 12, ấp 2, xã Mỹ Ngãi, thành phố Cao Lãnh, Đồng Tháp	20

b) Vay vốn: Tổng vay vốn:đồng

TT	Đối tượng vay	Phương thức vay	Số tiền (triệu đồng)
	Ngân hàng		
	Vay khác		

c) Nguồn ngân sách nhà nước

TT	Họ và tên	Phương thức	Số tiền (triệu đồng)
1	Dự án ứng dụng khoa học công nghệ		

2	Khuyến công, khuyến nông...		
3	Dự án hỗ trợ trong nông nghiệp khác		

II. PHƯƠNG ÁN DOANH THU, CHI PHÍ, LỢI NHUẬN TRONG 18 THÁNG (2022 đến 6/2023)

1. Tổng doanh thu

Tổng doanh thu trong năm 2023: **8.856.000.000 đồng**, tổng hợp chi tiết qua bảng sau:

TT	Sản phẩm, dịch vụ	Đơn vị	Số lượng	Giá (đồng/đvt)	Thành tiền (đồng)
1	Hủ tíu thành phẩm	kg	540.000	16.400	8.856.000.000

2. Tổng chi phí

Tổng chi phí trong 18 tháng: **8.501.521.455 đồng**, tổng hợp chi tiết qua bảng sau:

TT	Nội dung	Đơn vị	Số lượng	Giá (đồng/đvt)	Thành tiền (đồng)
A	Tài sản cố định				
B	Chi phí sản xuất kinh doanh (18 tháng)				8.501.521.455
1	Chi phí sản xuất				
	Gạo	kg	490.909	12.700	6.234.545.455
	Phụ liệu				20.000.000
	Bao bì nhãn	Hộp			
	Năng lượng	Tháng	18	20.000.000	360.000.00
	Nước	Tháng	18	331.000	5.976.000
	Nhân công	Người			1.692.000.000
	Tính lương, báo cáo thuế	Người	18 tháng		72.000.000
2	Chi phí bán hàng				
	Vận chuyển (xăng)		18 tháng		45.000.000
3	Chi phí khác (bao gồm cả đóng thuế)	Tháng	18	4.000.000	72.000.000

3. Lợi nhuận

TT	Nội dung	Thành tiền (đồng)
1	Tổng doanh thu	8.856.000.000
2	Tổng chi phí	8.501.521.455
3	Lợi nhuận trước thuế	354.478.545
4	Lợi nhuận sau thuế	

III. PHƯƠNG ÁN TÀI CHÍNH KHÁC

1. Các quỹ tín dụng (Hội nông dân, phụ nữ, liên minh hợp tác xã,... ghi rõ tên tổ chức và số tiền dự kiến)

Kinh doanh bằng vốn tự có và trải qua quá trình tích lũy. Dự kiến làm hồ sơ, thủ tục tiếp cận các nguồn hỗ trợ như liên minh hợp tác xã,... để mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh trong thời gian tới.

- Vay vốn từ các quỹ đầu tư (ví dụ: quỹ đầu tư phát triển tỉnh,....., ghi rõ tên tổ chức và số tiền dự kiến)

2. Thuê tài chính

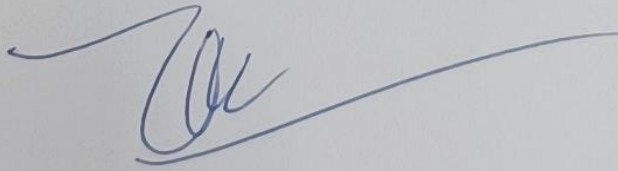
- Thuê nhà xưởng/ Liên kết sản xuất:

Các giấy tờ gửi kèm:

-

-

**ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT CỦA
DOANH NGHIỆP**



Trương Vĩnh Tá