

TỔNG LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG VIỆT NAM
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÔN ĐỨC THẮNG

-----o0o-----



BÁO CÁO NHÓM

MÔN HỌC: HOẠCH ĐỊNH NGÂN SÁCH VỐN ĐẦU TƯ

Giảng viên hướng dẫn: Cô Lê Thị Thanh Bình

Lớp: B02031_N0

Nhóm thực hiện:

TP HCM, THÁNG , NĂM

BÁO CÁO NHÓM

1. Nhóm thực hiện:

STT	Họ và tên	Mã số sinh viên	Mức độ tham gia	Chữ ký xác nhận	Điểm thành viên
1					
2					
3					
4					
5					

Bảng phân công nhiệm vụ:

STT	Họ và tên	Mã số sinh viên	Nhiệm vụ	Mức độ tham gia
1				
2				
3				
4				

5				
---	--	--	--	--

2. Nội dung thực hiện:

Tên đề tài: **“AN PHÁT HOLDINGS _ CHUNG TAY VÌ MỘT THẾ GIỚI XANH”**

DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH ẢNH, ĐỒ THỊ

Bảng 1: Sản phẩm nhựa (bao bì) của APH.....	12
Bảng 2: Doanh thu thuần của doanh nghiệp giai đoạn 2019 – 2023	15
Bảng 3: Lợi nhuận gộp của doanh nghiệp giai đoạn 2019 – 2023	16
Bảng 4: Lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp giai đoạn 2019 – 2023	16
Bảng 5: Chi phí xây dựng dự toán.....	21
Bảng 6: Chi phí trang thiết bị dự toán	22
Bảng 7: Chi phí thuê xây dựng dự toán.....	25
Bảng 8: Chi phí dự phòng dự toán.....	27
Bảng 9: Tổng mức đầu tư dự toán cho dự án	28
Bảng 10: Kế hoạch trả lãi vay.....	29
Bảng 11: Bảng giá sản phẩm	30
Bảng 12: Doanh thu dự báo của dự án.....	31
Bảng 13: Dự báo chi phí khấu hao chi phí xây dựng.....	35
Bảng 14: Dự báo chi phí khấu hao trang thiết bị sản xuất.....	35
Bảng 15: Dự báo chi phí hoạt động của chi nhánh trong năm.....	36
Bảng 16: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh	38
Bảng 17: Dòng tiền tự do của dự án (FCF)	38
Bảng 18: Chi phí sử dụng vốn	39
Bảng 19: Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trường hợp tốt nhất.....	40
Bảng 20: Bảng dòng tiền tự do của dự án trường hợp tốt nhất.....	41
Bảng 21: Bảng kết quả hoạt động kinh doanh trường hợp kỳ vọng	42
Bảng 22: Bảng dòng tiền tự do của dự án trường hợp kỳ vọng.....	43
Bảng 23: Bảng báo cáo kết quả kinh doanh trường hợp xấu nhất.....	45
Bảng 24: Bảng dòng tiền tự do của dự án trường hợp xấu nhất	45
Bảng 25: Kết quả phân tích độ nhạy của NPV khi chi phí thuê mặt bằng (FC) thay đổi..	46
Bảng 26: Kết quả phân tích độ nhạy của IRR khi chi phí thuê mặt bằng (FC) thay đổi ..	47
Bảng 27: Kết quả phân tích độ nhạy NPV khi COGS thay đổi.....	48
Hình 1: Logo Công Ty An Phát Holdings	9
Hình 2: Cơ cấu nguồn vốn đầu tư dự án.....	29

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY	8
1.1. TỔNG QUAN VỀ NGÀNH NHỰA VIỆT NAM	8
1.2. SƠ LƯỢC VỀ CÔNG TY	9
1.2.1 Tầm nhìn, Sứ mệnh, Giá trị cốt lõi	9
1.2.2. Lịch sử hình thành và phát triển.....	11
1.2.3. Ngành nghề kinh doanh	11
1.2.4. Giới thiệu các sản phẩm của doanh nghiệp.....	12
1.2.5. Kết quả hoạt động kinh doanh những năm gần đây.....	15
1.2.6. Phân tích SWOT của doanh nghiệp	16
1.2.7. Phân tích Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp	17
CHƯƠNG 2: THẨM ĐỊNH DỰ ÁN	19
2.1. Mô phỏng dự án, giới thiệu dự án	19
2.1.1. Lý do chọn dự án	19
2.1.2. Giới thiệu dự án	19
2.2. Thẩm định dự án.....	20
2.2.1. Thông số dự án.....	20
2.2.1.1. Chi phí xây dựng.....	21
2.2.1.2. Chi phí trang thiết bị	21
2.2.1.3. Chi phí tư vấn xây dựng và lắp đặt	25
2.2.1.4. Chi phí dự phòng.....	27
2.2.1.5. Tổng mức đầu tư	28
2.2.1.6. Nguồn vốn đầu tư dự án.....	28
2.2.2. Dự báo doanh thu	30
2.2.2.1 Bảng giá sản phẩm	30

2.2.2.2. Dự báo doanh thu	31
2.2.3. Dự báo chi phí	35
2.2.3.1. Dự báo chi phí khấu hao	35
2.2.3.2. Dự báo chi phí hoạt động của chi nhánh trong năm	36
2.2.4. Lập báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh	37
2.2.5. Lập bảng tính dòng tiền tự do của dự án	38
2.2.6. Chi phí sử dụng vốn (nhu cầu vốn lưu động) của dự án	39
2.2.7. Khuyến nghị đầu tư	39
CHƯƠNG 3: PHÂN TÍCH RỦI RO DỰ ÁN	40
3.1. Lý do phân tích rủi ro	40
3.2. Phân tích kịch bản	40
3.2.1. Trường hợp tốt nhất	40
3.2.2. Trường hợp kỳ vọng	42
3.2.3. Trường hợp xấu nhất.....	44
3.3. Phân tích độ nhạy	46
3.3.1. Phân tích sự thay đổi của NPV khi chi phí thuê mặt bằng (FC) thay đổi.....	46
3.3.2. Phân tích sự thay đổi của IRR khi chi phí thuê mặt bằng (FC) thay đổi	47
3.4. Các loại rủi ro của dự án	48
3.4.1. Rủi ro đến từ khách hàng	48
3.4.2. Đối thủ cạnh tranh.....	49
3.4.3. Rủi ro đặc thù trong lĩnh vực sản xuất và phân phối sản phẩm nhựa, bao bì ...	49
3.4.4. Rủi ro thị trường.....	50
3.4.5. Rủi ro hoạt động	51
3.4.6. Rủi ro khác	52
CHƯƠNG 4: PHẦN KẾT LUẬN	53

LỜI MỞ ĐẦU

Tập đoàn An Phát Holdings, được thành lập vào năm 2003, đã nhanh chóng vươn lên trở thành một trong những tập đoàn đa ngành hàng đầu tại Việt Nam. Với hơn hai thập kỷ phát triển, An Phát Holdings không chỉ ghi dấu ấn mạnh mẽ trong các lĩnh vực sản xuất công nghiệp, bất động sản, năng lượng và môi trường, mà còn khẳng định được tầm nhìn chiến lược về phát triển bền vững, sáng tạo và đổi mới.

Với sứ mệnh mang lại giá trị lâu dài cho cộng đồng và khách hàng, An Phát Holdings luôn chú trọng việc đầu tư vào công nghệ hiện đại, tối ưu hóa quy trình sản xuất và cải tiến chất lượng sản phẩm. Các công ty thành viên của tập đoàn, như An Phát Bioplastics, An Phát Green Tech và An Phát Industries, hoạt động trong các lĩnh vực sản xuất nhựa sinh học, công nghệ xanh và công nghiệp hỗ trợ, đều tuân thủ nguyên tắc phát triển bền vững, nhằm giảm thiểu tác động đến môi trường và nâng cao chất lượng cuộc sống.

Bên cạnh đó, An Phát Holdings đặc biệt chú trọng đến trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường, với những dự án và sáng kiến về phát triển công nghệ xanh và năng lượng tái tạo. Tập đoàn không chỉ tạo ra giá trị kinh tế mà còn góp phần tích cực vào sự phát triển bền vững của xã hội, đáp ứng xu hướng tiêu dùng và sản xuất hiện đại trên toàn cầu.

Với chiến lược phát triển dài hạn, cam kết không ngừng cải tiến và sáng tạo, An Phát Holdings đã và đang khẳng định vai trò dẫn đầu trong ngành công nghiệp Việt Nam, hướng tới mục tiêu trở thành một tập đoàn quốc tế, mang lại lợi ích cho khách hàng, đối tác và cộng đồng. Tập đoàn luôn đồng hành cùng sự phát triển của đất nước và khu vực, với sứ mệnh tạo ra một tương lai bền vững và thịnh vượng cho tất cả mọi người.

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY

1.1. TỔNG QUAN VỀ NGÀNH NHỰA VIỆT NAM

1.2. SƠ LƯỢC VỀ CÔNG TY

- Tên công ty: Công ty Cổ phần Tập đoàn An Phát Holdings
- Tên tiếng Anh: An Phat Holdings Joint Stock Company
- Tên viết tắt: An Phat Holdings.,JSC
- Mã cổ phiếu: APH
- Sàn giao dịch niêm yết: HOSE
- Vốn điều lệ: 2,438,862,680,000 VNĐ
- Địa chỉ: Lô CN11 + CN12, cụm công nghiệp An Đồng, Thị trấn Nam Sách, Huyện Nam Sách, Tỉnh Hải Dương, Việt Nam.
- Điện thoại: (024) 3206 1199
- Email: info@anphatholdings.com
- Website: <https://anphatholdings.vn/>
- Mã số thuế: 0801210129
- Logo công ty/ tập đoàn:



Hình 1: Logo Công Ty An Phát Holdings

1.2.1 Tầm nhìn, Sứ mệnh, Giá trị cốt lõi

a. Tầm nhìn

Với tầm nhìn: Trở thành Tập đoàn Nhựa công nghệ cao và thân thiện môi trường hàng đầu Đông Nam Á, tập đoàn An Phát Holdings luôn đi đầu trong việc nắm bắt xu hướng thị trường, đưa ra những chiến lược sản phẩm mới, quảng bá nhãn hiệu mạnh mẽ đối với người tiêu dùng, hướng đến mục tiêu trở thành doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm nhựa tiêu dùng lớn nhất Việt Nam.

b. Sứ mệnh

Thúc đẩy và hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam cùng phát triển, nâng tầm vị thế thương hiệu nhựa công nghệ cao và thân thiện với môi trường Việt Nam.

c. Giá trị cốt lõi

Sáng tạo – Đổi mới , Đoàn kết – Kỷ luật, Chia sẻ - Nhân văn, Hiệu quả - Bền vững.

1.2.2. Lịch sử hình thành và phát triển








1.2.3. Ngành nghề kinh doanh








Lĩnh vực kinh doanh chính của công ty là:










- Sản xuất, bán và kinh doanh thương mại sản phẩm nhựa;
- Sản xuất sản phẩm và nguyên liệu sinh học phân hủy hoàn toàn;
- Sản xuất bao bì và hạt nhựa;
- Kinh doanh nhà xưởng, cho thuê đất và hạ tầng khu công nghiệp...








1.2.4. Giới thiệu các sản phẩm của doanh nghiệp

Bảng 1: Sản phẩm nhựa (bao bì) của APH

STT	Loại sản phẩm	Sản phẩm	Hình minh họa	Giới thiệu sản phẩm
1	Túi sinh học	Túi đựng thực phẩm dạng cuộn		Giúp ngăn chặn sự xâm nhập của vi khuẩn trong không khí trong thời gian dài.
		Hộp túi shopping có quai		Túi mềm, dai và có quai xách, tiện dụng trong việc đựng rau củ, bánh, cá, thịt và các đồ tiêu dùng khác.
		Túi đựng thực phẩm		Chất liệu mềm, mịn, dai, chắc chắn và không làm rò rỉ nước.
		Túi rác 2.6 gal (9.8l)		Kích thước đa dạng, vừa vặn với nhiều loại thùng rác. Thiết kế dạng cuộn với đường gân xé kèm vỏ hộp giấy giúp cố định cuộn túi khi rút, tiện lợi cho người sử dụng.
		Túi rác 13 gal (48l)		Kích thước và lượng chứa lớn, phù hợp với các loại thùng rác dưới 48 lít. Thiết kế dạng cuộn với đường gân xé kèm vỏ hộp giấy cố định cuộn túi khi rút, tiện lợi cho người sử dụng.
		Túi rác 3 gal		100% phân hủy sinh học, an toàn với người dùng, chắc chắn, tiện dụng.
		Màng bọc thực phẩm sinh học		Không chứa chlorine và phụ gia độc hại hay chất BPA, DFHA gây ung thư, chất liệu mềm, dai, có độ dính nhất định nên không làm tràn thức ăn ra ngoài, giúp cho tủ lạnh của bạn luôn sạch bóng và không có mùi.

STT	Loại sản phẩm	Sản phẩm	Hình minh họa	Giới thiệu sản phẩm
		Túi rác 13 gal		100% phân hủy sinh học, an toàn với người dùng, chắc chắn, tiện dụng.
2	Dao, thìa, nĩa, ống hút	Dĩa CPLA		Chắc chắn không hề thua kém dao nhựa thông thường.
		Túi 100 ống hút đường kính 8mm		Cứng cáp và chắc chắn, tiện dụng, an toàn, 100% phân hủy sinh học.
		Ống hút bột gỗ		Giữ mùi tốt, độ đàn hồi cao.
		Túi nĩa 100 AnEco		Cứng cáp và chắc chắn, tiện dụng, an toàn, 100% phân hủy sinh học.
		Hộp thìa AnEco		Cứng cáp và chắc chắn, tiện dụng, an toàn, 100% phân hủy sinh học.
		Hộp nĩa (dĩa) AnEco		Cứng cáp và chắc chắn, tiện dụng, an toàn, 100% phân hủy sinh học.

STT	Loại sản phẩm	Sản phẩm	Hình minh họa	Giới thiệu sản phẩm
		Túi 100 dao AnEco		Dùng trong việc cắt, gọt thực phẩm như hoa quả, bánh trái, rau củ, thịt cá
		Hộp combo dao – thìa – nĩa		Cứng cáp và chắc chắn, tiện dụng, an toàn, 100% phân hủy sinh học.
3	Cốc giấy, ly giấy	Cốc PLA (mẫu 3)		Thích hợp với đồ uống lạnh dưới 40°C. Cứng cáp và chống thấm tốt: không làm rò rỉ nước ra ngoài.
		Nắp giấy cho cốc lạnh		Thích hợp với đồ uống lạnh.
		Nắp lạnh PLA (mẫu 4)		Thích hợp với đồ uống lạnh dưới 40°C.
		Nắp lạnh phẳng PLA (mẫu 2)		Thích hợp với đồ uống lạnh dưới 40°C.
		Nắp cầu PLA		Thích hợp với đồ uống lạnh: dưới 40°C. Cứng cáp và chống thấm tốt: không làm rò rỉ nước ra ngoài.
		Nắp lạnh phẳng PLA (mẫu 1)		Thích hợp với đồ uống lạnh: dưới 40°C.
		Cốc lạnh AnEco		Thích hợp với đồ uống lạnh dưới 50°C. Không làm rò rỉ nước ra ngoài.

STT	Loại sản phẩm	Sản phẩm	Hình minh họa	Giới thiệu sản phẩm
		Nắp giấy Kraft cho cốc nóng		Chịu được mức nhiệt lên đến 120°C, tiện lợi để dùng với đồ uống nóng, có thể để sử dụng trong tủ lạnh và lò vi sóng.
4	Găng tay	Bịch găng tay		Chất liệu dai, bám tay, chống thấm tốt. Thích hợp để chế biến thực phẩm, vệ sinh nhà cửa, bảo vệ da tay trong quá trình tiếp xúc với hóa chất như nhuộm/uốn tóc.
5	Hộp/ khay	Hộp bã mía đựng thức ăn		Chịu được mức nhiệt lên đến 100°C đối với nước hoặc 120°C đối với dầu.
		Hộp đựng thức ăn		Có khả năng chống nước, chống dầu, chịu được nhiệt độ lên đến 120°C mà không lo bị rò rỉ, an toàn để sử dụng trong lò vi sóng.
		Hộp bã mía đựng thức ăn 3 ngăn		Chịu được mức nhiệt lên đến 100°C đối với nước hoặc 120°C đối với dầu.
		Khay bã mía đựng thức ăn		Chịu được mức nhiệt lên đến 100°C đối với nước hoặc 120°C đối với dầu.
		Hộp bã mía đựng thức ăn 3 ngăn (mẫu 2)		Chịu được mức nhiệt lên đến 100°C đối với nước hoặc 120°C đối với dầu.

1.2.5. Kết quả hoạt động kinh doanh những năm gần đây

Bảng 2: Doanh thu thuần của doanh nghiệp giai đoạn 2019 – 2023

(Đơn vị tính: đồng)

Năm	Doanh thu thuần
-----	-----------------

2019	
2020	
2021	
2022	
2023	

Bảng 3: Lợi nhuận gộp của doanh nghiệp giai đoạn 2019 – 2023

(Đơn vị tính: đồng)

Năm	Lợi nhuận gộp
2019	
2020	
2021	
2022	
2023	

Bảng 4: Lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp giai đoạn 2019 – 2023

(Đơn vị tính: đồng)

Năm	Lợi nhuận sau thuế
2019	
2020	
2021	
2022	
2023	

(Nguồn: Báo cáo tài chính công ty giai đoạn 2019 - 2023)

Dựa theo báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp giai đoạn 2019 - 2023, dễ nhận thấy rằng từ năm 2019 đến 2020 chứng kiến một sự suy giảm trong cả doanh thu bán hàng cũng như lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp do tác động tiêu cực của đại dịch COVID-19, dẫn đến việc đóng băng hoạt động kinh tế của ngành nhựa nói riêng và nền kinh tế của Việt Nam nói chung. Sau đó, với những nỗ lực cải thiện các chính sách nâng cao chất lượng sản phẩm cũng như năng lực sản xuất, tình hình tài chính của doanh nghiệp đang dần được cải thiện trong thời gian gần đây, đặc biệt vào năm 2023 vừa qua, lợi nhuận sau thuế của An Phát Holdings lần đầu tiên ghi nhận tăng sau thời gian giảm liên tục trong bốn năm, đánh dấu thành công bước đầu trong việc kết hợp phát triển thị trường trong nước và tiếp cận với thị trường toàn cầu.

1.2.6. Phân tích SWOT của doanh nghiệp

1.2.6.1. Điểm mạnh

- [mỗi ý diễn giải thêm tại sao đây là điểm mạnh của dn]

-

-

-

1.2.6.2. Điểm yếu

-

-

-

-

1.2.6.3. Cơ hội

-

-

-

-

1.2.6.4. Thách thức

-

-

-

-

Thông qua việc phân tích SWOT của doanh nghiệp, chúng ta có thể thấy rằng tập đoàn có nhiều điểm mạnh như vị thế thương hiệu mạnh mẽ, chất lượng sản phẩm cao, và chiến lược phát triển bền vững thông qua sản phẩm nhựa phân hủy sinh học. Tuy nhiên, công ty cũng đối mặt với một số thách thức lớn, bao gồm sự phụ thuộc vào ngành nhựa, chi phí đầu tư cao, và sự cạnh tranh mạnh mẽ. Để tận dụng cơ hội và vượt qua các thách thức, An Phát Holdings cần tiếp tục đổi mới công nghệ, mở rộng thị trường quốc tế, và chú trọng phát triển các sản phẩm thân thiện với môi trường.

1.2.7. Phân tích Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Trên thị trường hiện nay, tuy có rất nhiều doanh nghiệp cũng tung ra các sản phẩm nhựa có mức độ cạnh tranh cao, gây cản trở không nhỏ cho sự phát triển thương hiệu cũng như doanh thu trong nước của nhãn hàng; tuy nhiên, An Phát Holdings vẫn có một số lợi thế cạnh tranh nhất định, có thể kể đến như:

- Luôn đổi mới sáng tạo sản phẩm và hướng đến sự phát triển bền vững
- Quy mô sản xuất lớn với cơ sở hạ tầng chất lượng cao
- Mạng lưới phân phối rộng khắp cả nước và chương trình xuất khẩu quốc tế
- Khả năng tài chính và năng lực quản trị doanh nghiệp
- Liên kết đối tác và hợp tác chiến lược lâu dài

Năng lực cạnh tranh của An Phát Holdings được xây dựng từ nhiều yếu tố quan trọng, giúp công ty duy trì vị thế mạnh mẽ trên thị trường và mở rộng thị trường quốc tế. Một trong những yếu tố nổi bật là sự đổi mới sáng tạo, đặc biệt là trong việc phát triển các sản phẩm nhựa phân hủy sinh học. Đây là xu hướng toàn cầu, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về các sản phẩm thân thiện với môi trường. Điều này cũng đặt ra yêu cầu doanh nghiệp không chỉ chú trọng vào chất lượng sản phẩm mà còn đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu và phát triển công nghệ, giúp cải tiến quy trình sản xuất và nâng cao hiệu quả hoạt động.

Ngoài ra, An Phát Holdings còn sở hữu một hệ thống sản xuất quy mô lớn với các nhà máy hiện đại, đảm bảo khả năng cung ứng ổn định và tiết kiệm chi phí sản xuất. Công ty cũng duy trì chiến lược giá cả cạnh tranh trong khi vẫn đảm bảo chất lượng sản phẩm, giúp thu hút khách hàng và chiếm lĩnh thị phần, đặc biệt là trong các thị trường nhạy cảm về giá.

Một yếu tố quan trọng khác là mạng lưới phân phối rộng khắp, không chỉ tại thị trường trong nước mà còn ở nhiều quốc gia khác, giúp doanh nghiệp mở rộng tầm ảnh hưởng và gia tăng doanh thu xuất khẩu. Thêm vào đó, công ty cũng rất chú trọng đến trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), xây dựng hình ảnh thân thiện với cộng đồng và môi trường. Tất cả những yếu tố này kết hợp lại tạo nên năng lực cạnh tranh vững chắc, giúp doanh nghiệp phát triển bền vững trong ngành nhựa và hóa chất.

CHƯƠNG 2: THẨM ĐỊNH DỰ ÁN

2.1. Mô phỏng dự án, giới thiệu dự án

2.1.1. Lý do chọn dự án

Từ giai đoạn 2010 cho đến nay, ngành nhựa Việt Nam đã ghi nhận sự phát triển đáng kể, góp phần không nhỏ vào việc thúc đẩy tăng trưởng GDP cả nước nói chung và lĩnh vực công nghiệp nói riêng. Theo các doanh nghiệp, triển vọng cho ngành nhựa đang rất thuận lợi nhờ việc Việt Nam ký kết hàng loạt Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, giúp mở ra cơ hội thu hút đầu tư không chỉ ở các nước đối tác FTA mà cả các nước khác để đầu tư sản xuất hàng hóa tại Việt Nam nhằm tận dụng các cơ hội của FTA. Có thể kể đến như, chúng ta có thể xuất khẩu các sản phẩm nhựa do nước ta sản xuất sang cho các thị trường phát triển như Mỹ, các nước thuộc liên minh châu Âu (EU) với mức chịu thuế thấp, tạo điều kiện để mở rộng thị trường cũng như quy mô tiêu thụ sản phẩm.

Theo số liệu của Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương), dấu bị tác động tiêu cực của Covid-19, nhưng năm 2021, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm nhựa của Việt Nam vẫn đạt 4.93 tỷ USD, tăng 34.9% so với năm 2020. Các thị trường lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản... đều tăng đơn đặt hàng nhập khẩu từ các nhà cung ứng Việt Nam. Trong đó, Mỹ nhập khẩu sản phẩm nhựa từ Việt Nam trị giá gần 1,85 tỷ USD, tăng 68.6%, chiếm 37.47% tổng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm nhựa. Dễ thấy được rằng, tình hình xuất khẩu nhựa của nước ta đang có những chuyển biến tích cực. Song song với đó, thị trường nội địa cũng là nơi tiềm năng để các doanh nghiệp trong ngành nhựa nói chung và tập đoàn An Phát Holdings nói riêng có thể tận dụng để gia tăng thêm doanh số, cũng như tăng độ nhận diện thương hiệu cho công ty đối với người dân trong nước.

Theo nhận định của nhiều chuyên gia kinh tế, thị trường nhựa trong cũng như ngoài nước sẽ tiếp tục có những diễn biến mới, và để thích nghi tốt nhất với sự biến động không ngừng của thị trường, nhóm chúng em xin được đề xuất dự án “An Phát Holdings - Chung tay vì một thế giới xanh”.

2.1.2. Giới thiệu dự án

Tên dự án: “An Phát Holdings - Chung tay vì một thế giới xanh”.

Địa điểm mở rộng: Đường _____, phường _____, thành phố Hồ Chí Minh

Diện tích đầu tư: 285m²

Mục đích đầu tư: Mở chi nhánh mới nhằm phân phối sản phẩm tập đoàn An Phát Holdings.

Việc mở chi nhánh mới này có thể giúp cho doanh nghiệp:

- Cung cấp sản phẩm đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng tại khu vực quận 7 và các hộ dân khu vực lân cận có thể tiếp cận đến dòng sản phẩm của doanh nghiệp.
- Giải quyết vấn đề thất nghiệp cho người lao động tại khu vực Nam Sài Gòn, tạo cơ hội việc làm cho họ nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống.
- Đạt được mục tiêu lợi nhuận do doanh nghiệp đề ra.

Hình thức quản lý: Chủ đầu tư sử dụng ban quản lý đầu tư do chủ đầu tư thành lập

Tổng mức đầu tư: 9,769,750,601 VND với 40% vốn chủ sở hữu cùng với tài trợ từ nước ngoài và 60% vốn vay từ ngân hàng ____ (lãi suất hiện tại là 6.66%/năm với thời hạn vay ngân hàng là 5 năm).

Thời gian hoạt động dự kiến: 5 năm

Vào năm ____, dự án đã tiến hành xây dựng cửa hàng mới cùng với việc chuẩn bị, vận chuyển các thiết bị sản xuất kinh doanh về nơi thực hiện dự án. Vào năm ____, dự án sẽ chính thức đưa vào hoạt động.

2.2. Thẩm định dự án

2.2.1. Thông số dự án

Với dự án “An Phát Holdings - Chung tay vì một thế giới xanh”, chúng em ước tính tổng vốn đầu tư ban đầu của dự án để làm cơ sở lập dự toán và quản lý các thông số dự án như chi phí, tiến độ, chất lượng, độ hiệu quả... từ đó đưa ra cấu trúc vốn hợp lý của dự án. Sau khi đã hoàn thành việc lập kế hoạch chúng em bắt đầu về đấu thầu tư vấn thiết kế, tư vấn giám sát, tư vấn xây lắp mua sắm trang thiết bị.

Vì những lý do trên, vốn đầu tư ban đầu sẽ bao gồm chi phí xây dựng, chi phí trang thiết bị, chi phí tư vấn đầu tư dự án và nhóm cũng đã trích lập khoản chi phí dự phòng để phòng ngừa khi có các chi phí khác phát sinh đột xuất trong quá trình thực hiện. Về lựa chọn các doanh nghiệp cho tư vấn đầu tư dự án và lắp đặt các trang thiết bị, chúng em chọn những doanh nghiệp uy tín nhằm đem lại giá trị tốt nhất và sản phẩm chất lượng cho cửa hàng.

2.2.1.1. Chi phí xây dựng

Chi phí xây dựng của dự án bao gồm một số khoản mục chính, chẳng hạn như: chi phí sửa chữa kết cấu nhà cho phù hợp, chi phí sơn nước và trang trí cho chi nhánh và chi phí lắp đặt hệ thống điện và nước trong cửa hàng.

Khu vực trong cửa hàng: khu vực bán hàng, nhà kho, nhà vệ sinh, khu vực nghỉ ngơi của nhân viên,...

Khu vực ngoài cửa hàng: khu vực đậu xe, kho để phương tiện vận chuyển,...

Số liệu cụ thể được nhóm chúng em mô tả trong bảng sau:

Bảng 5: Chi phí xây dựng dự toán

ĐVT: 1,000 đồng

CHI PHÍ XÂY DỰNG							
STT	HẠNG MỤC ĐẦU TƯ	ĐVT	DIỆN TÍCH	ĐƠN GIÁ	GIÁ TRỊ TRƯỚC THUẾ	THUẾ GTGT (10%)	GIÁ TRỊ SAU THUẾ
1	Chi phí sơn, sửa và trang trí lại	M ²	500	5,705	2,852,500	285,250	3,137,750
2	Lắp đặt điện	M ²	500	2,950	1,475,000	147,500	1,622,500
3	Lắp đặt nước	Khu vực	15	4,000	60,000	6,000	66,000
TỔNG CỘNG					4,387,500	438,750	4,826,250

2.2.1.2. Chi phí trang thiết bị

Các thiết bị dự kiến lắp đặt được chọn dựa trên tiêu chí phù hợp với các giá trị thương hiệu mà tập đoàn An Phát Holdings đề ra, nhằm tạo ra một không gian vừa trong lành, thanh mát, mang lại cảm giác an tâm cho khách hàng khi bước vào, vừa giữ được nét riêng của

doanh nghiệp. Những thiết bị này sẽ được mua cả từ trong nước và nhập khẩu từ nước ngoài để đảm bảo chất lượng. Chi phí cho các thiết bị, bao gồm cả thuế VAT 8% và chi phí lắp đặt, được dự tính như sau:

Bảng 6: Chi phí trang thiết bị dự toán

ĐVT: 1,000 đồng

CHI PHÍ TRANG THIẾT BỊ							
STT	HẠNG MỤC ĐẦU TƯ	SL	ĐVT	ĐƠN GIÁ	GIÁ TRỊ TRƯỚC THUẾ	THUẾ GTGT (8%)	GIÁ TRỊ SAU THUẾ
1	Mẫu tủ trưng bày T08	7	Cái	12,500	87,500	7,000	94,500
2	Đèn Led thanh ray Philips chiếu điểm Ess Smartbright Projector ST030ST030 T LED20/830 23W 220-240V I NB WH	30	Cái	250	7,500	600	8,100
3	Bàn làm việc gỗ HP120 dài 1m2	5	Cái	865	4,325	346	4,671

4	Kệ Sắt Đê Hàng GTT15DL	25	Cái	3,177	79,425	6,354	85,779
5	Máy lạnh âm trần Nagakawa 5 HP NT- C50R1T20	5	Cái	21,490	107,450	8,596	116,046
6	Máy lạnh Panasonic Inverter 1.5 HP CU/CS- PU12ZKH- 8M	2	Cái	13,690	27,380	2,190.4	29,570.4
7	Máy Châm Công Khuôn Mặt Hikvision DS- K1T320MFW X	2	Cái	2,990	5,980	478.4	6,458.4
8	Bộ 10 Mắt Camera HIKVISION 2.0mp	3	Bộ	16,890	50,670	4,053.6	54,723.6
9	Máy in HP LaserJet MFP	4	Cái	5,090	20,360	1,628.8	21,988.8

	M236dw (9YF95A)						
10	Máy tính tiền cảm ứng Pos Sunmi T1	2	Bộ	9,990	19,980	1,598.4	21,578.4
11	Đồng phục nhân viên	30	Bộ	250	7,500	600	8,100
12	Smart Tivi QLED Samsung 4K 65 inch QA65Q65D	3	cái	16,370	49,110	3,928.8	53,038.8
13	Bạt Phủ Xe Máy Vải Dù Oxford Chính Hãng	30	Cái	200	6,000	480	6,480
14	Pallet gỗ	40	cái	195	7,800	624	8,424
15	Bảng hiệu quảng cáo đèn LED	1	cái	5,000	5,000	400	5,400
16	Xe tải Suzuki 500kg (thùng kín)	3	chiếc	253,230	759,690	60,775.2	820,465.2

17	Ghế làm việc (Ghế Lưới GL101B)	20	cái	850	17,000	1,360	18,360
TỔNG CỘNG					1,262,670	101,013.6	1,363,683.6

2.2.1.3. Chi phí tư vấn xây dựng và lắp đặt

Bảng 7: Chi phí thầu xây dựng dự toán

ĐVT: đồng

CHI PHÍ THẦU XÂY DỰNG						
ST T	HẠNG MỤC ĐẦU TU'	ĐƠN VỊ/ CÁCH TÍNH	ĐỊNH MỨC (%)	GIÁ TRỊ TRƯỚC THUẾ	THUẾ GTGT (8%)	GIÁ TRỊ SAU THUẾ
1	Chi phí quản lý dự án	(GXDtt+ GTBtt) * ĐMTL%	3.282	185,438,579	14,835,086	200,273,666
2	Chi phí lập báo cáo nghiên cứu tiền khả thi	(GXDtt+ GTBtt) * ĐMTL%	0.668	37,743,136	3,019,451	40,762,586
3	Chi phí lập báo cáo nghiên cứu khả thi	(GXDtt+ GTBtt) * ĐMTL%	1.114	62,942,894	5,035,432	67,978,325

4	Chi phí thiết kế bản vẽ thi công	GXDtt * ĐMTL%	3.410	149,613,750	11,969,100	161,582,850
5	Chi phí thẩm tra báo cáo nghiên cứu tiền khả thi	(GXDtt+ GTBtt) * ĐMTL%	0.071	4.011.621	320.930	4.332.550
6	Chi phí thẩm tra báo cáo nghiên cứu khả thi	(GXDtt+ GTBtt) * ĐMTL%	0.204	11,526,347	922,108	12,448,455
7	Chi phí thẩm tra thiết kế xây dựng	GXDtt * ĐMTL%	0.258	11,319,750	905,580	12,225,330
8	Chi phí thẩm tra dự toán công trình	GXDtt * ĐMTL%	0.250	10,968,750	877,500	11,846,250
12	Chi phí giám sát thi công	GXDtt * ĐMTL%	3.285	144,129,375	11,530,350	155,659,725

	xây dựng					
13	Chi phí giám sát lắp đặt thiết bị	GTBtt * ĐMTL%	0,844	1,065,693,480	85,255,478	1,150,948,958
TỔNG CỘNG				1,683,387,681	134,671,015	1,818,058,696

2.2.1.4. Chi phí dự phòng

Bởi vì chi phí chỉ là dự toán, dựa trên những số liệu của các dự án trước đó của doanh nghiệp nên trên thực tế mỗi dự án đều sẽ có trường hợp phát sinh thêm chi phí. Đó chính là lý do mà cần phải trích khoản dự phòng chi phí để đối mặt với các trường hợp phát sinh đột xuất, cụ thể gồm có như khối lượng sản phẩm, trang thiết bị, công việc phát sinh và chi phí dự phòng cho yếu tố trượt giá. Về mức dự phòng phù hợp thì dự án ước tính lựa chọn chiếm 20% trên tổng chi phí lắp đặt, chi phí trang thiết bị được trình bày cụ thể ở bảng sau:

Bảng 8: Chi phí dự phòng dự toán

ĐVT 1.000 đồng

CHI PHÍ DỰ PHÒNG							
STT	HẠNG MỤC ĐẦU TƯ	ĐƠN VỊ/ CÁCH TÍNH	KHỐI LƯỢNG/ SỐ %	ĐƠN GIÁ	GIÁ TRỊ TRƯỚC THUẾ	THUẾ GTGT (10%)	GIÁ TRỊ SAU THUẾ
1	Chi phí dự phòng	20% Tổng vốn đầu tư ban đầu	20%	8,007,992	1,601,598	160,159	1,761,758
TỔNG CỘNG							1,761,758

2.2.1.5. Tổng mức đầu tư

Với các chi phí được trình bày ở trên, thì tổng mức đầu tư ban đầu của dự án tại thời điểm trước khi bắt đầu hoạt động kinh doanh là 9,769,750,601 VND. Thời gian khấu hao cho chi phí xây dựng của dự án sẽ là 8 năm và thời gian khấu hao của chi phí trang thiết bị là 5 năm với phương pháp tính khấu hao theo phương pháp đường thẳng. Dự án này có sự khác nhau trong việc sử dụng phương pháp khấu hao của dự án, bởi vì, các trang thiết bị sử dụng sẽ có giá trị sử dụng giảm dần qua thời gian nên phương pháp khấu hao theo số năm giảm dần sẽ phù hợp hơn so với phương pháp khấu hao đường thẳng.

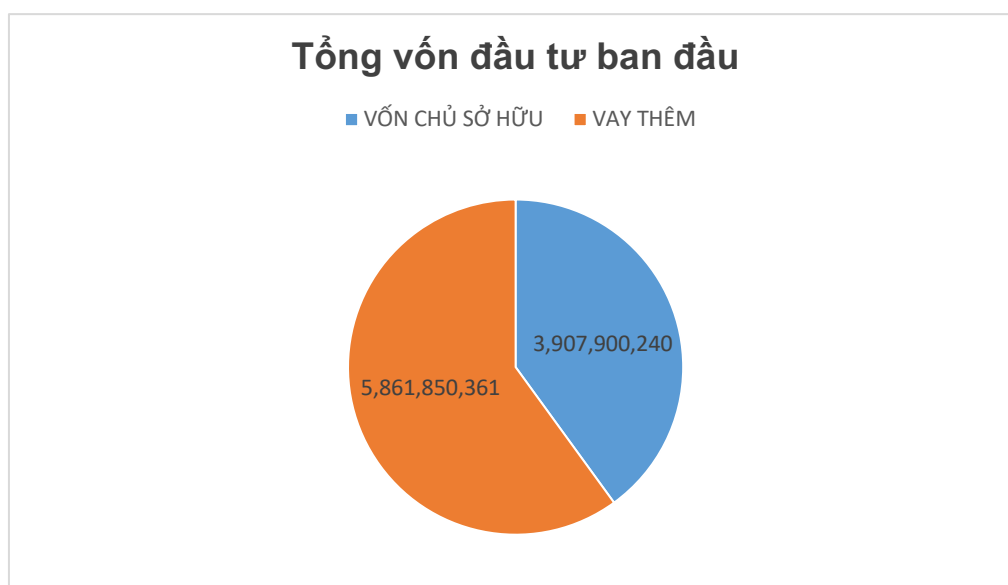
Bảng 9: Tổng mức đầu tư dự toán cho dự án

ĐVT: đồng

STT	HẠNG MỤC	GIÁ TRỊ SAU THUẾ
1	Chi phí xây dựng	4,826,250.000
2	Chi phí trang thiết bị	1,363,683.600
3	Chi phí thầu xây dựng	1,818,058,695.8
4	Chi phí dự phòng	1,761,758,305.08
TỔNG CỘNG		9,769,750,600.88

2.2.1.6. Nguồn vốn đầu tư dự án

Sau khi tính toán được tổng mức đầu tư cho dự án là 9,769,750,601 VND, nhóm dự kiến chia cấu trúc của nguồn vốn thành hai phần, cụ thể như sau:



Hình 2: Cơ cấu nguồn vốn đầu tư dự án

Vốn chủ sở hữu và tài trợ từ nước ngoài: Dự kiến vốn đầu tư từ nguồn này sẽ chiếm khoảng 40% của tổng mức đầu tư, cụ thể là 3,907,900,204 đồng.

Vốn vay: Dự kiến sẽ chiếm 60% tổng mức đầu tư, tức là 6,607,894,061 đồng. Số tiền này dự kiến sẽ được vay từ ngân hàng ___ trong thời gian 5 năm với lãi suất 6.66%/năm. Dự án kế hoạch thanh toán nợ theo phương thức gốc trả đều qua từng năm, lãi theo số dư giảm dần, được mô tả cụ thể trong bảng sau:

Bảng 10: Kế hoạch trả lãi vay

ĐVT: 100,000 đồng

Year	0	1	2	3	4	5
Balance at start of year		5,861.85	4,689.48	3,517.11	2,344.74	1,172.37
Loan amount	5,861,85	-	-	-	-	-
Total payment		1,562.77	1,484.69	1,406.61	1,328.53	1,250.45
+ Principal paid		1,172.37	1,172.37	1,172.37	1,172.37	1,172.37
+ Interest paid		390.40	312.32	234.24	156.16	78.08
Balance at end of year		4,689.48	3,517.11	2,344.74	1,172.37	-

2.2.2. Dự báo doanh thu

2.2.2.1 Bảng giá sản phẩm

Sản phẩm nhựa của tập đoàn An Phát Holdings tập trung vào các dòng sản phẩm phục vụ nhu cầu thường dùng của người dân trong đời sống, chẳng hạn như: ống hút, ly giấy, các loại túi sinh học, hộp đựng,... với mức giá phù hợp với thu nhập của đại đa số hộ gia đình ở Việt Nam nói chung và khu vực Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng.

Bảng 11: Bảng giá sản phẩm

DVT: đồng

STT	Loại sản phẩm	Sản phẩm	Đơn giá
1	Túi sinh học	Túi đựng thực phẩm dạng cuộn	150,000
		Hộp túi shopping có quai	62,000
		Túi đựng thực phẩm	150,000
		Túi rác 2,6 gal (9,8l)	145,000
		Túi rác 13 gal (48l)	145,000
		Túi rác 3 gal	62,000
		Màng bọc thực phẩm sinh học	40,000
		Túi rác 13 gal	145,000
2	Dao, thìa, nĩa, ống hút	Dĩa CPLA	110,000
		Túi 100 ống hút đường kính 8mm	57,000
		Ống hút bột gỗ	400,000
		Túi nĩa 100 AnEco	110,000
		Hộp thìa AnEco	84,000
		Hộp nĩa (dĩa) AnEco	84,000
		Túi 100 dao AnEco	110,000
		Hộp combo dao – thìa – nĩa	38,000
3	Cốc giấy, ly giấy	Cốc PLA (mẫu 3)	150,000
		Nắp giấy cho cốc lạnh	85,000
		Nắp lạnh PLA (mẫu 4)	80,000

		Nắp lạnh phẳng PLA (mẫu 2)	80,000
		Nắp cầu PLA	100,000
		Nắp lạnh phẳng PLA (mẫu 1)	80,000
		Cốc lạnh AnEco	150,000
		Nắp giấy Kraft cho cốc nóng	90,000
4	Găng tay	Bịch găng tay	55,000
5	Hộp/ Khay	Hộp bã mía đựng thức ăn	362,000
		Hộp đựng thức ăn	250,000
		Hộp bã mía đựng thức ăn 3 ngăn	550,000
		Khay bã mía đựng thức ăn	150,000
		Hộp bã mía đựng thức ăn 3 ngăn (mẫu 2)	550,000

2.2.2.2. Dự báo doanh thu

Các sản phẩm của cửa hàng được phân thành nhiều loại với từng mức giá cho từng kích cỡ khác nhau. Doanh thu của sản phẩm được xác định bằng các nhân giá bán từng loại sản phẩm của từng kích cỡ với số lượng sản phẩm bán ra dự kiến trong năm.

Dự kiến giá bán của các loại sản phẩm sẽ tăng qua từng năm do giá nguyên vật liệu cũng như các loại chi phí khác tăng. Trong dự án này, nhóm chọn tình huống giả định rằng doanh thu năm sau sẽ tăng 10% so với năm liền kề trước đó. Từ đó, nhóm đưa ra bảng dự toán doanh thu như sau:

Bảng 12: Doanh thu dự báo của dự án

ĐVT: 100.000 đồng

STT	Loại sản phẩm	Sản phẩm	Đơn giá	Sản lượng	2025F	2026F	2027F	2028F	2029F
1	Túi sinh học	Túi đựng thực phẩm	0.150	9,621	1,443	1,587	1,746	1,921	2,113

		dạng cuộn							
		Hộp túi shopping có quai	0.062	11,348	704	774	851	936	1,030.1
		Túi đựng thực phẩm	0.150	8,746	1,312	1,443	1,587	1,746	1,921
		Túi rác 2,6 gal (9,8l)	0.145	10,587	1,535	1,689	1,857	2,043	2,247.6
		Túi rác 13 gal (48l)	0.145	9,875	1,432	1,575	1,733	1,906	2,096.4
		Túi rác 3 gal	0.062	8,752	543	597	657	722	794.5
		Màng bọc thực phẩm sinh học	0.040	10,246	410	451	496	545	600
		Túi rác 13 gal	0.145	8,024	1,163	1,280	1,408	1,549	1,703
2	Dao, thìa, nĩa, ống hút	Dĩa CPLA	0.110	12,762	1,404	1,544	1,699	1,868	2,055
		Túi 100 ống hút đường kính 8mm	0.057	15,486	883	971	1,068	1,175	1,292.4

		Ống hút bột gỗ	0.400	7,246	2,898	3,188	3,507	3,858	4,244
		Túi nĩa 100 AnEco	0.110	12,597	1,386	1,524	1,677	1,844	2,029
		Hộp thìa AnEco	0.084	15,586	1,309	1,440	1,584	1,743	1,916.8
		Hộp nĩa (dĩa) AnEco	0.084	14,852	1,248	1,372	1,510	1,661	1,826.6
		Túi 100 dao AnEco	0.110	12,021	1,322	1,455	1,600	1,760	1,936
		Hộp combo dao – thìa – nĩa	0.038	13,006	494	544	598	658	723.6
3	Cốc giấy, ly giấy	Cốc PLA (mẫu 3)	0.150	9,458	1,419	1,561	1,717	1,888	2,077
		Nắp giấy cho cốc lạnh	0.085	8,756	744	819	901	991	1,090
		Nắp lạnh PLA (mẫu 4)	0.080	8,897	712	783	861	947	1,042
		Nắp lạnh phẳng PLA (mẫu 2)	0.080	9,425	754	829	912	1,004	1,104

		Nắp cầu PLA	0.100	10,246	1,025	1,127	1,240	1,364	1,500
		Nắp lạnh phẳng PLA (mẫu 1)	0.080	11,234	899	989	1,087	1,196	1,316
		Cốc lạnh AnEco	0.150	12,054	1,808	1,989	2,188	2,407	2,647
		Nắp giấy Kraft cho cốc nóng	0.090	7,246	652	717	789	868	955
4	Găng tay	Bịch găng tay	0.055	12,456	685	754	829	912	1,003
5	Hộp/ Khay	Hộp bã mía đựng thức ăn	0.362	3,021	1,094	1,203	1,323	1,456	1,601.1
		Hộp đựng thức ăn	0.250	4,256	1,064	1,170	1,287	1,416	1,558
		Hộp bã mía đựng thức ăn 3 ngăn	0.550	3,205	1,763	1,939	2,133	2,346	2,581
		Khay bã mía đựng thức ăn	0.150	5,647	847	932	1,025	1,127	1,240
		Hộp bã mía đựng thức ăn 3	0.550	3,897	2,143	2,358	2,593	2,853	3,138

		ngăn (mẫu 2)							
Tổng doanh thu					35,094	38,603	42,463	46,710	51,380.5

2.2.3. Dự báo chi phí

2.2.3.1. Dự báo chi phí khấu hao

Để có thể dự toán chi phí khấu hao một cách chính xác và sát với thực tế sản xuất của doanh nghiệp nhất, nhóm sẽ sử dụng phương pháp khấu hao đường thẳng đối với việc xây dựng và sửa chữa trong thời gian là 8 năm, với tổng trị giá ban đầu là 4,826,250,000 VNĐ; sử dụng phương pháp khấu hao theo số năm giảm dần đối với trang thiết bị trong thời gian 5 năm, với tổng trị giá ban đầu là 1,363,683,600 VNĐ.

Bảng 13: Dự báo chi phí khấu hao chi phí xây dựng

ĐVT: 1,000,000 đồng

Year	0	1	2	3	4	5	6	7	8
Net PPE at start of year		4,826	4,223	3,620	3,016	2,413	1,810	1,207	603
CAPEX	4,826								
Depreciation expense	-	603	603	603	603	603	603	603	603
Net PPE at end of year	-	4,223	3,620	3,016	2,413	1,810	1,207	603	-

Bảng 14: Dự báo chi phí khấu hao trang thiết bị sản xuất

ĐVT: 1.000.000 đồng

Year	0	1	2	3	4	5
Net PPE at start of year		1,364	909	545	273	91
CAPEX	1,364					
Depreciation expense	-	455	364	273	182	91
Net PPE at end of year	-	909	545	273	91	-

2.2.3.2. Dự báo chi phí hoạt động của chi nhánh trong năm

Bảng 15: Dự báo chi phí hoạt động của chi nhánh trong năm

ĐVT: 1.000 đồng

Year	1	2	3	4	5
Chi phí quảng cáo, bảo trì thiết bị hàng năm	200,000	220,000	240,000	260,000	280,000
Chi phí nhân công	943,200	1,037,520	1,141,272	1,255,399	1,380,939
+ Nhân viên bán hàng (5 NV)	235,800	259,380	285,318	313,850	345,235
+ Nhân viên tư vấn sản phẩm (3NV)	235,800	259,380	285,318	313,850	345,235
+ Nhân viên bảo vệ (2NV)	196,500	216,150	237,765	261,542	287,696
+ Giám đốc chi nhánh (1NV)	117,900	129,690	142,659	156,925	172,617
+ Nhân viên thu ngân (2NV)	157,200	172,920	190,212	209,233	230,157
Chi phí điện nước	345,000	372,600	402,408	434,601	469,368.7
Chi phí sử dụng mạng Internet	6,540	7,194	7,913	8,705	9,575
Tổng chi phí hoạt động	1,494,740	1,637,314	1,791,593	1,958,705	2,139,883

Bảng chi phí hoạt động ở trên đây đã liệt kê được các chi phí có thể sẽ phát sinh qua từng năm, bao gồm chi phí quảng cáo, bảo trì thiết bị, các khoản trích lương và thưởng cho nhân viên chi nhánh, điện nước, sử dụng dịch vụ mạng Internet và một số chi phí hoạt động khác...

Vì ngành nhựa nước ta còn phụ thuộc khá nhiều vào nguồn cung từ nước ngoài, chưa đủ năng lực để sản xuất 100% sản lượng kinh doanh tiêu dùng trong nước, cộng với việc dự

án của chúng tôi mang mục đích chính là mở rộng kênh phân phối sản phẩm, cho nên tỉ trọng giá vốn hàng bán chiếm rất cao trong cơ cấu chi phí, lên đến 89.55%.

Chi phí lương trả cho số lao động của cửa hàng như giám đốc chi nhánh, nhân viên thu ngân, tư vấn bán hàng, bảo vệ và nhân viên bán hàng đều được tuyển dụng với thời gian làm việc là toàn thời gian (full-time). Bên cạnh chi phí lương cứng cho nhân viên, cửa hàng sẽ trích ra khoản bằng với lương cứng cùng với thêm 10% dựa trên lương cứng để thưởng Tết cũng như doanh số bán hàng của chi nhánh. Cụ thể về mức lương cứng cho các vị trí, như sau:

- Nhân viên bán hàng: 6,000,000đ/ người/ tháng,
- Nhân viên tư vấn sản phẩm: 6,000,000đ/ người/ tháng,
- Nhân viên bảo vệ: 7,500,000đ/ người/ tháng,
- Nhân viên thu ngân: 6,000,000đ/ người/ tháng,
- Giám đốc chi nhánh: 9,000,000đ/ người/ tháng,

Mỗi năm, cửa hàng trả một khoản chi phí cố định chính là tiền thuê mặt bằng cho bên phía cho thuê. Nhóm ước tính giá thuê mỗi năm là 264,000,000 VND và sẽ không tăng thêm cho đến hết dự án.

Với sự phát triển của ngành nhựa Việt Nam nói riêng và toàn cầu nói chung, việc có sự gia tăng các doanh nghiệp kinh doanh là điều không thể tránh khỏi. Vì thế, chiến lược marketing cũng như tạo dựng thương hiệu càng ngày càng quan trọng để khẳng định vị thế của doanh nghiệp trước sự cạnh tranh của các đối thủ cùng ngành. Bên cạnh đó, việc bảo dưỡng thiết bị, máy móc cũng góp phần không nhỏ trong việc đảm bảo năng suất hoạt động, giữ ổn định cho nguồn cung sản phẩm. Cho nên, nhóm dự kiến chi phí cho quảng cáo và bảo dưỡng tại năm đầu tiên sẽ là 200,000,000 đồng, và sẽ tăng đều 20,000,000 cho các năm tiếp theo.

2.2.4. Lập báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh

Trong năm đầu tiên của hoạt động kinh doanh, cửa hàng dự kiến đạt được mức lợi nhuận sau thuế là trên 360 triệu VND, một con số tương đối ổn đối với ngành nhựa, nhất là khi áp dụng cho một dự án có mức đầu tư lớn. Dự kiến trong các năm tiếp theo, doanh thu sẽ liên tục tăng trưởng do các chiến lược quảng bá được triển khai mạnh mẽ giúp nâng cao độ nhận diện về cửa hàng và sử dụng các sản phẩm từ phía khách hàng.

Bảng 16: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh

ĐVT: 1,000,000 đồng

INCOME STATEMENT					
Year	2025	2026	2027	2028	2029
Revenue	35,093.59	38,602.95	42,463.25	46,709.57	51,380.53
Less: COGS	-31,425.53	-34,568.08	-38,024.89	-41,827.38	-46,010.12
Less: Fixed cost	-264.00	-264.00	-264.00	-264.00	-264.00
Less: Operating expense	-1,494.74	-1,637.31	-1,791.59	-1,958.70	-2,139.88
Less: Depreciation expense	-1,057.84	-966.93	-876.02	-785.11	-694.19
EBIT	851.48	1,166.63	1,506.75	1,874.38	2,272.34
Less: Interest expense	-390.40	-312.32	-234.24	-156.16	-78.08
EBT	461.08	854.31	1,272.51	1,718.22	2,194.26
Less: Taxes	-92.02	-170.86	-254.5	-343.64	-438.85
Net income	368.87	683.45	1,018	1,374.58	1,755.41

2.2.5. Lập bảng tính dòng tiền tự do của dự án

Bảng 17: Dòng tiền tự do của dự án (FCF)

ĐVT: 1,000,000 đồng

CASH FLOW STATEMENT						
Year						
EBIT						
Less: Taxes						
NOPAT						
Plus:						
Depreciation expense						
Less: CAPEX						

Less: Change in NWC						
FCF						

2.2.6. Nhu cầu vốn lưu động của dự án

Dựa trên số liệu của doanh nghiệp cung cấp trong các bảng báo cáo kế toán, báo cáo kết quả kinh doanh giai đoạn 2019 - 2023, nhóm chúng em đã tính toán ra được nguồn vốn lưu động của dự án được đầu tư với tỷ lệ chiếm 14.64% doanh thu dự kiến trong năm liền sau đó, được sử dụng liên tục qua các năm và được thu hồi vào cuối năm của dự án. Nguồn vốn lưu động này được ưu tiên sử dụng để tài trợ các khoản trả trước cho các nhà cung ứng sản phẩm, đồng thời đóng vai trò quan trọng trong quản lý tài chính của dự án, giúp đảm bảo tính linh hoạt và ổn định trong quá trình kinh doanh.

Bảng 18: Nhu cầu vốn lưu động của dự án

ĐVT: 1,000,000 đồng

Year	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Net working capital	5,139.23	5,653.15	6,218.47	6,840.32	7,524.35	-
Change in net working capital	5,139.23	513.92	565.32	621.85	684.03	-7,524.35

2.2.7. Khuyến nghị đầu tư

Dựa trên các số liệu mà nhóm chúng tôi đã phân tích, từ việc dự toán doanh thu bán hàng cũng như các chi phí có thể phát sinh trong dự án, bao gồm cả việc phân tích các chi phí dự phòng, nhóm chúng em xin đưa ra khuyến nghị đầu tư cho dự án: “An Phát Holdings - Chung tay vì một thế giới xanh” như sau:

Với chỉ số NPV đạt 703,184,793.29 VNĐ và tỉ suất sinh lời nội bộ IRR đạt 8%, đây là một dự án mang tính chất an toàn cao cho các nhà đầu tư có mong muốn hạn chế rủi ro. Chúng

em nhận thấy rằng dự án tuy không mang lại mức lợi nhuận cao so với một số dự án cùng ngành, tuy nhiên dự án vẫn đóng góp vào sự phát triển tích cực của ngành nhựa Việt Nam, và mang lại sự tăng trưởng bền vững cho doanh nghiệp trong dài hạn.

CHƯƠNG 3: PHÂN TÍCH RỦI RO DỰ ÁN

3.1. Lý do phân tích rủi ro

Một trong những yếu tố vô cùng quan trọng trong việc đánh giá mức độ sinh lời của một dự án, đó chính là việc xem xét đến các rủi ro mà dự án có thể gặp phải trong quá trình thực hiện. Việc xác định rủi ro nhằm mục đích giúp cho doanh nghiệp có thể ước tính một cách chính xác hơn về doanh thu cũng như các chi phí phát sinh, đồng thời giúp nhà quản trị có thể đưa ra các chính sách phát triển phù hợp để giảm thiểu tối đa thiệt hại khi có rủi ro xảy ra, từ đó thực hiện các hành động phù hợp để đảm bảo sự phát triển bền vững của dự án.

3.2. Phân tích kịch bản

3.2.1. Trường hợp tốt nhất

Đây là trường hợp mà doanh nghiệp mong muốn nó sẽ xảy ra, theo đó, doanh thu sẽ tăng thêm 10% so với doanh thu kì vọng của dự án, tỉ trọng giá vốn hàng bán sẽ giảm xuống còn 84.55% do thuận lợi trong việc làm việc với nhà phân phối, cũng như chính sách nhằm tiết kiệm chi phí vận chuyển. Bên cạnh đó, chi phí thuê nhà được giảm 5% cũng như tổng chi phí hoạt động giảm 3% so với kì vọng.

3.2.1.1. Bảng kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 19: Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trường hợp tốt nhất

ĐVT: 1.000.000 đồng

INCOME STATEMENT					
Year	2025	2026	2027	2028	2029
Revenue					
Less: COGS					

Less: Fixed cost					
Less: Operating expense					
Less: Depreciation expense					
EBIT					
Less: Interest expense					
EBT					
Less: Taxes					
Net income					

3.2.1.2. Bảng dòng tiền tự do của dự án

Bảng 20: Bảng dòng tiền tự do của dự án trường hợp tốt nhất

ĐVT: 1,000,000 đồng

CASH FLOW STATEMENT						
Year						
EBIT						
Less: Taxes						
NOPAT						
Plus: Depreciation expense						

Less: CAPEX						
Less: Change in NWC						
FCF						

NPV	9,920,393,972.37 VND
IRR	27%
Discounted payback period	3 years 29 days

3.2.2. Trường hợp kỳ vọng

Đây là trường hợp mà chúng tôi kỳ vọng cho dự án, theo đó, giá vốn hàng bán sẽ chiếm 89.55% trên tổng doanh thu trong năm đó, cùng với sự ổn định của chi phí thuê mặt bằng ở mức 265,000,000 VNĐ mỗi năm. Ngoài ra, mức tăng trưởng doanh thu hàng năm của chi nhánh đạt ở mức 10%, cao hơn khoảng 2% so với mức tăng trưởng GDP bình quân của Việt Nam (ở mức 8.02%).

3.2.2.1. Bảng kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 21: Bảng kết quả hoạt động kinh doanh trường hợp kỳ vọng

ĐVT: 1.000.000 đồng

INCOME STATEMENT					
Year					
Revenue					
Less: COGS					

Less: Fixed cost					
Less: Operating expense					
Less: Depreciation expense					
EBIT					
Less: Interest expense					
EBT					
Less: Taxes					
Net income					

3.2.2.2. Bảng dòng tiền tự do của dự án

Bảng 22: Bảng dòng tiền tự do của dự án trường hợp kỳ vọng

ĐVT: 1.000.000 đồng

CASH FLOW STATEMENT						
Year						
EBIT						
Less: Taxes						
NOPAT						

Plus: Depreciation expense						
Less: CAPEX						
Less: Change in NWC						
FCF						

NPV	703,184,793.29 VNĐ
IRR	8%
Discounted payback period	4 years 10 months 25 days

3.2.3. Trường hợp xấu nhất

Đây là trường hợp mà cả doanh nghiệp cũng như nhóm chúng em không mong muốn sẽ xảy ra, nhưng cũng cần được nhắc đến nhằm biết được mức lãi (lỗ) của dự án khi các điều kiện bất lợi gây ảnh hưởng xấu đến sự phát triển của dự án nói riêng và cả doanh nghiệp nói chung. Trong tình huống đó, doanh thu sẽ giảm 10% qua mỗi năm, giá vốn hàng bán bị tăng lên thành 94.55% do các tác động bất lợi trong việc sản xuất và vận chuyển sản phẩm đến nơi tiêu thụ, chi phí thuê mặt bằng tăng thêm 5% do sự tăng cao của mặt bằng giá đất tại khu vực quận 7 cũng như Nam Sài Gòn, đồng thời chi phí hoạt động của doanh nghiệp cũng bị đội lên thêm 3% so với mức kỳ vọng.

3.2.3.1. Bảng kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 23: Bảng báo cáo kết quả kinh doanh trường hợp xấu nhất

ĐVT: 1,000,000 đồng

INCOME STATEMENT					
Year					
Revenue					
Less: COGS					
Less: Fixed cost					
Less: Operating expense					
Less: Depreciation expense					
EBIT					
Less: Interest expense					
EBT					
Less: Taxes					
Net income					

3.2.3.b. Bảng dòng tiền tự do của dự án

Bảng 24: Bảng dòng tiền tự do của dự án trường hợp xấu nhất

ĐVT: 1,000,000 đồng

CASH FLOW STATEMENT						
Year						
EBIT						

Less: Taxes						
NOPAT						
Plus: Depreciation expense						
Less: CAPEX						
Less: Change in NWC						
FCF						

3.3. Phân tích độ nhạy

3.3.1. Phân tích sự thay đổi của NPV khi chi phí thuê mặt bằng (FC) thay đổi

Bằng cách áp dụng phương pháp phân tích 1 chiều qua công cụ Data Table trên Excel, đặt NPV là biến phụ thuộc, trong đó chi phí thuê mặt bằng (FC) là biến độc lập tác động đến sự thay đổi của NPV. Giả định rằng các khoản chi phí khác, cũng như doanh thu, chi phí sử dụng vốn, thuế,... đều được giữ cố định so với kỳ vọng. Từ đó, nhóm tính toán nêu khoản chi phí thuê mặt bằng này thay đổi vượt dự toán ban đầu thì sẽ ảnh hưởng đến NPV của dự toán như thế nào. Kết quả phân tích ra được bảng sau:

Bảng 25: Kết quả phân tích độ nhạy của NPV khi chi phí thuê mặt bằng (FC) thay đổi

		NPV	Delta NPV
		703,184,793.29	
FC	215,029,650.00	865,288,247.12	
	226,347,000.00	827,825,138.87	

	238,260,000.00	788,390,288.07	
	250,800,000.00	746,879,918.82	
	264,000,000.00	703,184,793.29	
	277,200,000.00	659,489,667.76	6.21%
	291,060,000.00	613,609,785.95	6.96%
	305,613,000.00	565,435,910.05	7.85%
	320,893,650.00	514,853,340.36	8.95%

Từ kết quả trên, ta thấy được khi chi phí thuê mặt bằng thay đổi khoảng 13,2tr/năm tương ứng với mức thay đổi khoảng gần 5% thì NPV của dự án cũng thay đổi hơn 8.95%. Điều này cho thấy rằng NPV khá nhạy cảm với FC và hai biến có mối tương quan nghịch với nhau. Khi FC tăng thì NPV của dự án sẽ giảm và giảm một mức đáng kể, tương tự cho chiều ngược lại.

3.3.2. Phân tích sự thay đổi của IRR khi chi phí thuê mặt bằng (FC) thay đổi

Bên cạnh việc xét đến sự thay đổi của NPV, nhóm cũng quan tâm đến việc tỉ suất sinh lời nội bộ (IRR) thay đổi như thế nào khi chi phí thuê mặt bằng (FC) biến động, khi toàn bộ các yếu tố khác không đổi. Sử dụng phương pháp tính toán tương tự đối với NPV, nhóm chúng em có được bảng sau:

Bảng 26: Kết quả phân tích độ nhạy của IRR khi chi phí thuê mặt bằng (FC) thay đổi

		IRR	Delta NPV
		<u>8.275%</u>	
FC	215,029,650.00	8.646%	
	226,347,000.00	8.560%	
	238,260,000.00	8.470%	
	250,800,000.00	8.375%	
	264,000,000.00	8.275%	
	277,200,000.00	8.174%	0.10%
	291,060,000.00	8.069%	0.11%
	305,613,000.00	7.959%	0.11%
	320,893,650.00	7.843%	0.12%

Từ kết quả trên, ta thấy được khi chi phí thuê mặt bằng thay đổi khoảng 13,2tr/năm tương ứng với mức thay đổi khoảng gần 5% thì NPV của dự án cũng thay đổi hơn 0.12% và hai biến có mối tương quan nghịch với nhau. Khi FC tăng thì NPV của dự án sẽ giảm.

Từ cả hai phân tích trên, ta thấy rằng chi phí thuê mặt bằng ảnh hưởng khá lớn đến NPV và IRR của dự án.

3.3.3 Phân tích NPV khi giá vốn hàng bán thay đổi

Ngoài việc phân tích độ nhạy của NPV và IRR khi cho chi phí thuê mặt bằng thay đổi thì nhóm cũng muốn xét thêm trường hợp nếu chi giá vốn bình quân (COGS) thay đổi thì sẽ ảnh hưởng đến NPV của dự án như thế nào. Bằng phương pháp độ nhạy 1 chiều trên Data Table Excel, nhóm ra được kết quả như sau:

Bảng 27: Kết quả phân tích độ nhạy NPV khi COGS thay đổi

		NPV
		<u>703,184,793.29</u>
COGS	89.55%	703,184,793.29
	90.44%	-551,504,086.34
	91.35%	-3,098,647,980.86
	92.26%	-7,015,680,089.91
	93.18%	-12,423,636,938.33
	94.12%	-19,493,411,033.48
	95.06%	-28,454,773,533.56
	96.01%	-39,608,835,535.84
	96.97%	-53,344,895,452.92

Từ kết quả phân tích độ nhạy với NPV là biến phụ thuộc, COGS là biến độc lập thì có thể thấy được rằng với mỗi 1% thay đổi của COGS cũng làm thay đổi đáng kể NPV của dự án và có thể nói NPV rất nhạy cảm với COGS.

3.4. Các loại rủi ro của dự án

3.4.1. Rủi ro đến từ khách hàng

Nhóm đối tượng khách hàng mục tiêu của dự án mở đại lý phân phối sản phẩm nhựa APH chính là những đại lý bán lẻ sản phẩm nhựa, cá nhân tiêu dùng. Với sự khác biệt về sản phẩm và dịch vụ không lớn, vòng đời sản phẩm ngắn, khách hàng sẽ không quan tâm nhiều đến thương hiệu và có thể sẽ mua hàng dựa trên các yếu tố khác như giá cả, chất lượng sản phẩm và độ đa dạng sản phẩm.

Vì thế, việc thấu hiểu thị trường hay nhu cầu của khách hàng là cần thiết. Cần hiểu được khách hàng của mình là ai, họ mua gì, ở đâu, mua như thế nào, nắm bắt phương pháp tiếp cận hiệu quả sẽ là chiến lược quan trọng để kinh doanh đại lý phân phối sản phẩm nhựa, giúp cửa hàng quản lý tốt những rủi ro phát sinh từ phía khách hàng ở hiện tại và tương lai.

3.4.2. Đối thủ cạnh tranh

Theo thống kê của Hiệp hội Nhựa Việt Nam (VPA), hiện trong nước có khoảng 4.000 công ty tham gia hoạt động sản xuất kinh doanh nhựa, trong đó chủ yếu là các công ty vừa và nhỏ. Số lượng lớn công ty cùng việc phân tán khiến gia tăng áp lực cạnh tranh trong ngành. Ngành nhựa là ngành phân tán nên không có công ty nào đủ khả năng chi phối các công ty còn lại.

Ngoài ra, mức độ khác biệt giữa các sản phẩm nhựa trong nước không cao, khách hàng có thể dễ dàng chuyển đổi nhà cung ứng mà không phải chịu nhiều chi phí do các sản phẩm nhựa của các công ty có độ phủ rộng khắp cả nước.

Vì vậy, để dự án kinh doanh đại lý nhựa được diễn ra thành công và cạnh tranh so với các doanh nghiệp khác, công ty cần tìm hiểu đối thủ và đề ra những chiến lược phù hợp.

3.4.3. Rủi ro đặc thù trong lĩnh vực sản xuất và phân phối sản phẩm nhựa, bao bì

Trong giai đoạn hiện nay, ở lĩnh vực sản xuất bao bì nói chung và bao bì thân thiện với môi trường nói riêng phát triển mạnh mẽ trong sự cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp. Số lượng của các công ty mới xâm nhập vào ngành với sự chuẩn bị và đầu tư kỹ lưỡng gia tăng không ngừng. Tuy nhiên, với sự khác biệt về sản phẩm và dịch vụ không lớn, vòng đời sản phẩm ngắn nên doanh nghiệp luôn phải vận động không ngừng, tìm tòi sáng tạo nếu muốn tồn tại trong một môi trường kinh doanh khốc liệt.

Với ưu điểm sản phẩm chất lượng cao và uy tín và trình độ công nghệ sản xuất hiện đại, sản phẩm đạt chất lượng cao và thân thiện với môi trường, đồng thời có mối quan hệ truyền thống lâu dài với các đối tác, sản phẩm của APH đã được kiểm nghiệm chất lượng, có khả năng cạnh tranh với các nhà sản xuất khác, đồng thời cũng phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng hiện tại về sản phẩm phát triển bền vững (bảo vệ môi trường).

Với lợi thế này, rủi ro hàng giả, hàng kém chất lượng trong nước sẽ không gây trở ngại với APH và dự án có tiềm năng phát triển trong tương lai.

3.4.4. Rủi ro thị trường

Theo Bộ Công Thương, dù ngành nhựa là một trong những ngành công nghiệp có tăng trưởng cao, tuy nhiên vẫn chỉ được biết đến như là một ngành kinh tế kỹ thuật về gia công chất dẻo. Đặc biệt, ngành nhựa vẫn chưa tự chủ được nguồn nguyên liệu đầu vào.

Gần 85% nguyên phụ liệu phải nhập khẩu. Theo thống kê, nguồn cung nguyên phụ liệu trong nước hiện nay chỉ có thể đáp ứng được khoảng hơn 15% nhu cầu, 85% còn lại phải nhập khẩu. Do đó, cán cân thương mại ngành nhựa luôn trong tình trạng nhập siêu. Doanh nghiệp không tự chủ được nguyên liệu đầu vào; chi phí cho nguyên liệu chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu chi phí của ngành. Tình trạng này dẫn đến việc các công ty nhựa phải duy trì tồn kho nguyên liệu lớn để đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh không bị gián đoạn. Kéo theo đó là chi phí tài chính gia tăng, cộng thêm rủi ro về thay đổi tỷ giá và giá dầu thế giới. Hạn chế này là đặc điểm chung của cả ngành nhựa Việt Nam và khó có thể thay đổi trong vài năm tới.

Tỷ giá tác động tới chi phí đầu vào. Việc chủ yếu phải nhập khẩu nguyên liệu từ nước ngoài khiến ngành nhựa khá “nhạy cảm” với biến động tỷ giá, qua đó tác động không nhỏ tới chi phí đầu vào của các doanh nghiệp nhựa.

Thuế nhập khẩu hạt nhựa tác động lên giá nguyên vật liệu. Kể từ 01/01/2017, thuế nhập khẩu hạt nhựa PP tăng từ 1 lên 3% sẽ tác động tiêu cực lên biên lợi nhuận gộp của các doanh nghiệp sử dụng hạt nhựa PPP làm nguyên vật liệu.

Thiếu chính sách hỗ trợ. Việc thiếu hụt các chính sách phát triển dành riêng cho ngành Nhựa đang khiến các doanh nghiệp trong ngành gặp khó khăn khi mở rộng sản xuất và nâng cao chất lượng; làm suy giảm sức cạnh tranh trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng với nền kinh tế khu vực, thế giới.

Xu hướng hạn chế sử dụng túi ni lông, Sản phẩm Túi ni lông tại Việt Nam hiện đang chịu thuế Bảo vệ môi trường 30,000-50,000 đồng/kg, và dự kiến sẽ nâng lên mức 40,000-200,000 đồng/kg, nhằm mục tiêu giảm dần việc sử dụng túi nilon khó phân hủy, Bên cạnh

đó, nhiều nước trên thế giới cũng đang áp dụng mức thuế bảo vệ môi trường cao hoặc thậm chí cấm sản xuất, bán, sử dụng túi nilon, Điều này là thách thức đối với các doanh nghiệp nhựa sử dụng công nghệ lạc hậu,

Từ các yếu tố thị trường bên trên, doanh nghiệp cần phải tối ưu chi phí nguyên vật liệu đầu vào, đồng thời triển khai các chiến lược để tăng hiệu quả kinh doanh, góp phần cho dự án mở chi nhánh phân phối sản phẩm nhựa phát triển hơn.

3.4.5. Rủi ro hoạt động

3.4.5.1. Rủi ro tài chính

Một trong những yếu tố tiên quyết trước khi thực hiện dự án, doanh nghiệp phải xác định tổng nguồn vốn ban đầu đưa vào kinh doanh bao nhiêu là hợp lý. Việc định giá nguồn vốn thấp hơn các chi phí phát sinh ngay từ lúc ban đầu, hoặc việc thay đổi ngân sách thực hiện dự án sẽ có thể dẫn đến thiếu hụt vốn trong lúc thực thi dự án, uy tín của doanh nghiệp với nhà đầu tư.

Ngoài ra, doanh thu hoạt động thu được từ dự án cũng là một khoản rủi ro lớn mà doanh nghiệp cần cân nhắc trước khi thực thi. Doanh thu chính của dự án thu được từ các sản phẩm, tuy nhiên giá thành của các loại sản phẩm dự kiến không đổi trong suốt thời gian thực hiện dự án, điều này, một phần gây áp lực lớn về lợi nhuận của cửa hàng.

Bên cạnh việc gánh chịu các chi phí hoạt động kinh doanh đã ước tính, cửa hàng có thể sẽ phải chịu áp lực thêm về một số chi phí phát sinh khác như chương trình giảm giá, chiết khấu bán hàng để thu hút khách hàng, cạnh tranh với đối thủ. Do đó, dẫn đến tăng chi phí và không đạt được doanh thu mong muốn như đề xuất.

3.4.5.2. Rủi ro mặt bằng, vị trí địa lý

Một địa điểm kinh doanh với mặt bằng thuận lợi giúp thu hút khách hàng cũng như góp phần gia tăng số lượng sản phẩm tiêu thụ. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích thì doanh nghiệp cũng phải đối mặt với những rủi ro như: giá thuê mặt bằng tăng, biến động của bất động sản, chủ thuê khó tính,...

Để hạn chế tổn thất tài chính khi thuê những mặt bằng ở đường lớn đắt đỏ, doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ có thể chọn thuê mặt bằng ở những ngõ phố có cư dân đông đúc. Nó vừa giúp doanh nghiệp giữ lại một khoản tiền, vừa kiếm thêm nguồn thu để thực hiện các chiến dịch khác.

Để hạn chế những rủi ro về vấn đề mặt bằng địa điểm, một giải pháp xu thế hiện nay là bán hàng song song trực tiếp và qua các nền tảng trực tuyến. Việc bán hàng thông qua các nền tảng online như: website, mạng xã hội, chợ điện tử,... không những giúp hạn chế những rủi ro về mặt địa điểm mà còn giúp các đại lý bán hàng tiết kiệm chi phí, nhanh chóng tìm được khách hàng tiềm năng và marketing thuận tiện hơn.

3.4.6. Rủi ro khác

Bên cạnh những nhân tố rủi ro trên, còn một số nhân tố rủi ro mang tính bất khả kháng như: thiên tai, dịch bệnh, biến đổi khí hậu, hỏa hoạn, chiến tranh... có thể gây gián đoạn và làm tăng chi phí cho dự án.

CHƯƠNG 4: PHẦN KẾT LUẬN

Trong giai đoạn cả nước đang bước vào thời kì hội nhập kinh tế quốc tế, việc mở rộng thị phần cũng như thị trường đang trở thành vấn đề được các doanh nghiệp quan tâm hàng đầu, điều đó đặt ra những cơ hội quảng bá nhãn hàng đến với bạn bè quốc tế. Tuy nhiên, bên cạnh đó, việc tham gia nền kinh tế toàn cầu đặt ra những thách thức không nhỏ cho các công ty nói chung và tập đoàn An Phát Holdings nói riêng. Để thích nghi được với sự biến động ấy, An Phát Holdings đã và đang thực hiện các dự án nhằm cải thiện quy mô thị trường, ứng dụng các công nghệ cao trong sản xuất vừa để nâng cao năng lực cạnh tranh so với các doanh nghiệp cùng ngành, vừa khẳng định vị thế của mình trong nước cũng như quốc tế.

Từ những phân tích đến các yếu tố doanh thu, chi phí, lợi nhuận, cũng như việc xem xét các rủi ro có thể ảnh hưởng, nhóm chúng tôi xin đề xuất dự án “An Phát Holdings - Chung tay vì một thế giới xanh” là một dự án mà các nhà đầu tư có thể xem xét đến. Với trường hợp nhóm kì vọng thì $NPV = 703,184,793.29$ VNĐ và $IRR = 8\%$, đây đều là các số liệu mang lại lợi nhuận đối với các nhà đầu tư, tuy không quá lớn nhưng sẽ thích hợp đối với những người không muốn quá nhiều rủi ro và có xu hướng an toàn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO