

**KẾ HOẠCH KINH DOANH**  
**NHÀ HÀNG BÁNH XÈO MXXI XIXM**  
**CẦN THƠ**

# NỘI DUNG

GIỚI THIỆU

PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH

TỔNG QUAN NHÀ HÀNG

THỰC ĐƠN

KẾ HOẠCH MARKETING

KẾ HOẠCH BÁN HÀNG

KẾ HOẠCH NHÂN SỰ

QUẢN TRỊ RỦI RO

KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

PHỤ LỤC

TÀI LIỆU THAM KHẢO



# GIỚI THIỆU

- NGHỆ NHÂN MXXI XIXM
- NHÀ HÀNG MXXI XIXM
- GIẢI THƯỞNG
- MXXI XIXM VỚI NGƯỜI NỔI TIẾNG



## NGHỆ NHÂN MXXI XIXM

Nghệ nhân MXXI XIXM trưởng thành trong gia đình có 3 đời làm bánh, với kinh nghiệm 60 năm làm bánh năm 2007 Bà được bộ VH TT chọn đi biểu diễn tại lễ hội đời sống dân gian Smithsonian Hoa Kỳ và được viện Smithsonian Hoa Kỳ trao tặng bằng khen có giá trị cao, được bà con kiều bào hưởng ứng nồng nhiệt.

Cũng từ chuyến đi Mỹ trở về mà nghề làm bánh xèo gắn liền với dì MXXI XIXM 60 năm qua đã có thương hiệu được thực khách trong và cả ngoài nước biết đến.



# NHÀ HÀNG MXXI XIXM

Cùng với nhu cầu thưởng thức Bánh Xèo MXXI XIXM ngày càng tăng cao thì hệ thống Nhà hàng Bánh Xèo MXXI XIXM đã ra đời nhằm đáp ứng nhu cầu của thực khách.

Tuy mới xuất hiện tại Sài Gòn trong thời gian ngắn nhưng thương hiệu bánh xèo MXXI XIXM đã trở nên quen thuộc với những ai yêu thích món ăn dân dã này.

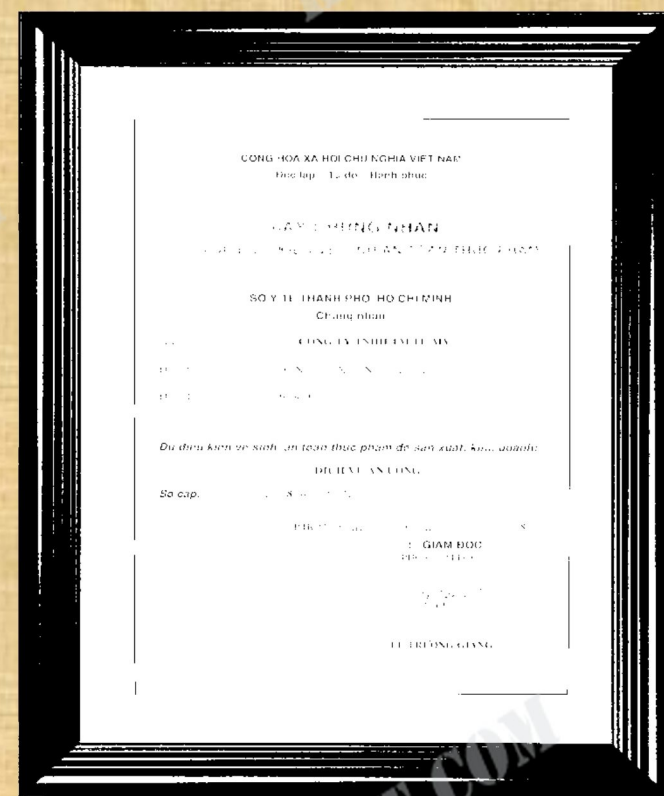
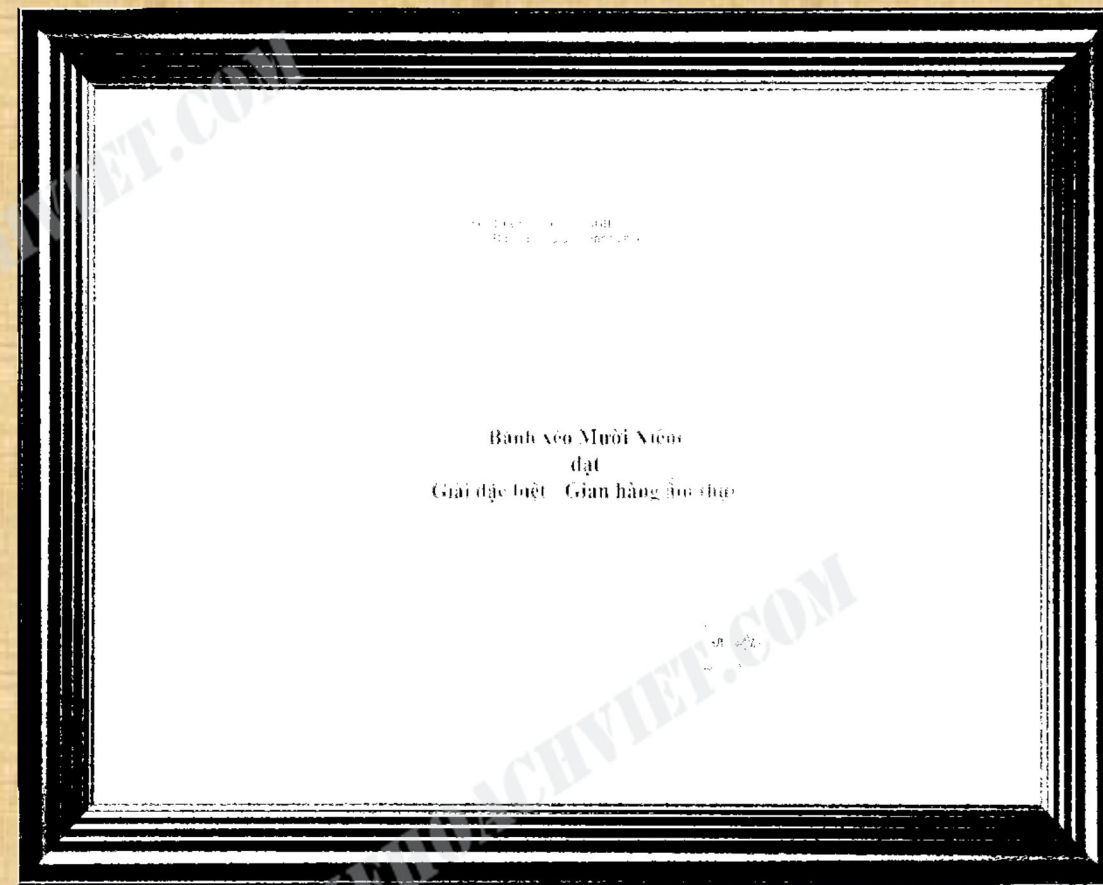
Từ bánh xèo nhân tôm thịt truyền thống, ngày nay hệ thống Nhà hàng Bánh Xèo MXXI XIXM còn có thêm nhiều loại bánh xèo với nhân khác như: nấm linh chi, nấm kim châm bạch ngọc, nấm bào ngư, củ hủ dừa...



# GIẢI THƯỞNG



# GIẢI THƯỞNG



# MXXI XIXM VỚI NGƯỜI NỔI TIẾNG



# MXXI XIXM VỚI NGƯỜI NỔI TIẾNG



# PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH

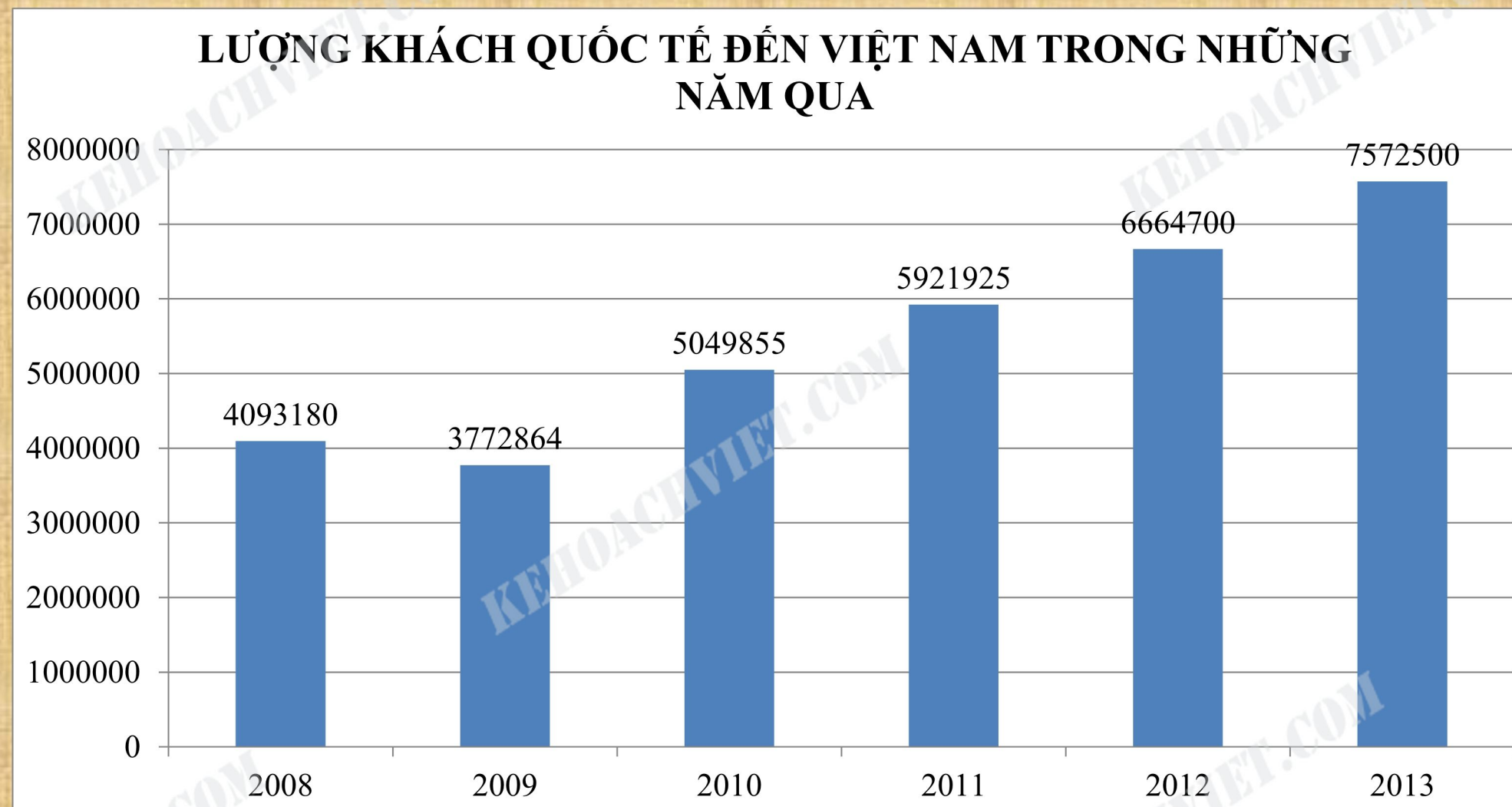
- SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ XÃ HỘI VÀ DU LỊCH VIỆT NAM
- DU LỊCH CẦN THƠ
- NHU CẦU ẨM THỰC



# SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ XÃ HỘI VÀ DU LỊCH VIỆT NAM

Những năm gần đây nền kinh tế Việt Nam liên tục tăng trưởng với tốc độ cao trong nhiều năm liền. Kinh tế phát triển thu nhập của người dân cũng từ đó gia tăng, theo ước tính năm 2013 Việt nam đã có khoảng 8 triệu người thuộc tầng lớp trung lưu, thu nhập gia tăng thì nhu cầu ăn uống cũng có nhiều thay đổi từ chỗ “ăn no mặc ấm” sang “ăn ngon mặc đẹp”.

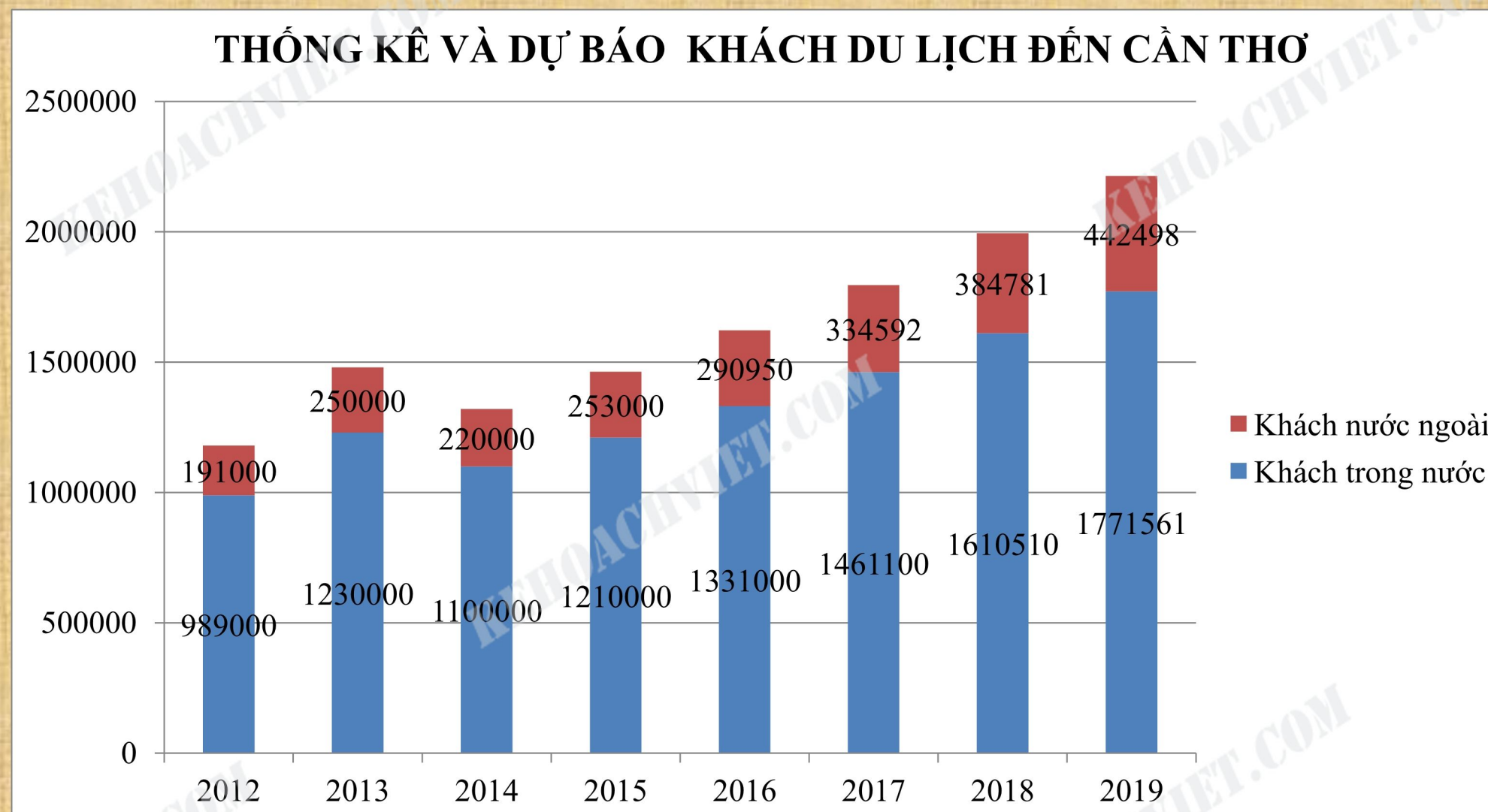
Cùng với nhu cầu nội địa thì lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam không ngừng tăng nhanh cũng là yếu tố góp phần gia tăng tính hấp dẫn của ngành ẩm thực Việt Nam.



# DU LỊCH CẦN THƠ

Cần Thơ được thiên nhiên ưu đãi nhiều phong cảnh đẹp, sông nước hữu tình là điều kiện hết sức thuận lợi để phát triển du lịch.

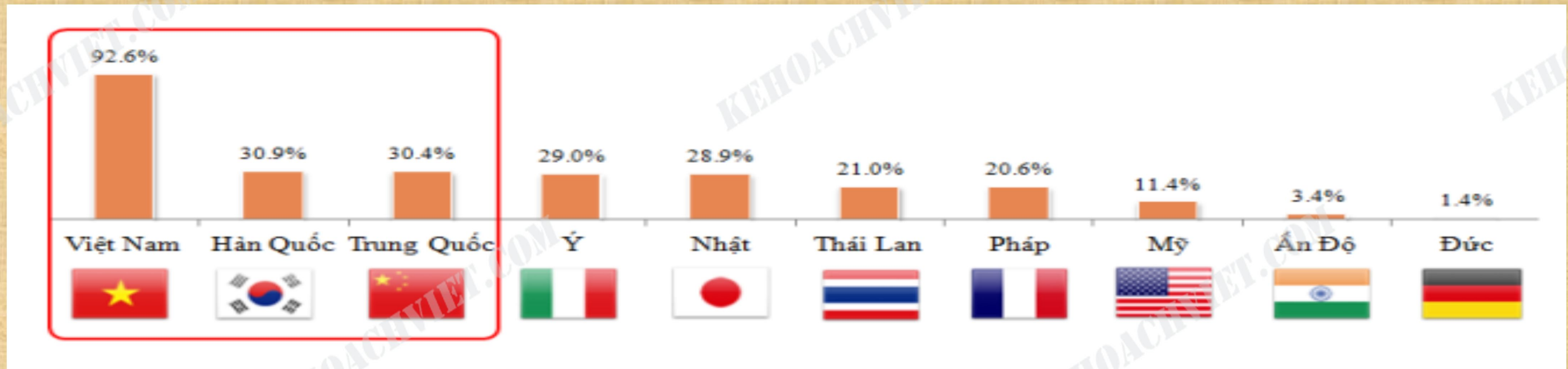
Tuy nhiên việc phát triển du lịch ở Cần Thơ vẫn còn nhiều hạn chế dẫn đến tiềm năng du lịch chưa được khai thác đúng mức như: không có chiến lược đồng bộ mạnh ai nấy làm, không có nhiều điểm đến hấp dẫn, ẩm thực phong phú nhưng chất lượng không đảm bảo, nạn “chặt chém, lôi kéo” du khách...



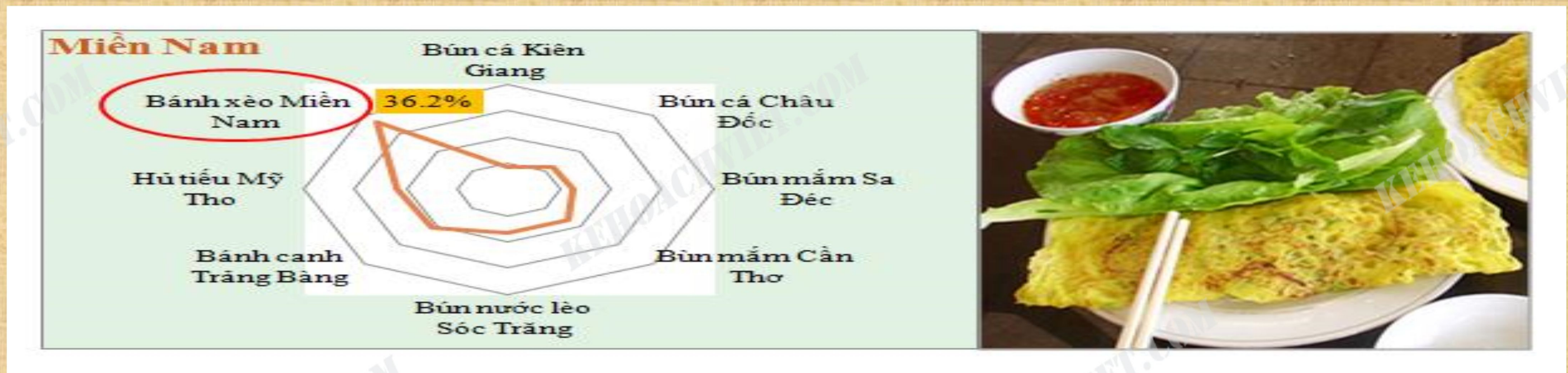
# NHU CẦU ẨM THỰC

Thống kê của công ty W&S về “Nhu cầu ẩm thực của người Việt Nam” cho thấy:

**Món ăn truyền thống Việt Nam vẫn được yêu thích nhất.**



**Ở Miền Nam bánh xèo là món ăn truyền thống được yêu thích nhất.**



# TỔNG QUAN NHÀ HÀNG

- MỤC TIÊU ĐỊNH HƯỚNG
- ĐỊA ĐIỂM XÂY DỰNG
- DIỆN TÍCH XÂY DỰNG
- CHI PHÍ XÂY DỰNG
- THỜI GIAN XÂY DỰNG
- PHONG CÁCH THIẾT KẾ



# MỤC TIÊU – ĐỊNH HƯỚNG

## Mục tiêu thành lập

Góp phần phát triển du lịch Miền Tây sông nước bằng cách tạo thêm những điểm đến hấp dẫn cho du khách.

Là nơi khách du lịch ăn uống, thưởng thức ẩm thực và văn hóa Miền Tây Nam Bộ. Là nơi ăn uống dành cho gia đình và họp mặt bạn bè...

Trở thành địa điểm du lịch ẩm thực nổi tiếng phải ghé mỗi khi đến Cần Thơ.

## Định hướng phát triển

Tận dụng những điểm mạnh sẵn có của hệ thống bánh xèo hiện tại như: thương hiệu, chất lượng sản phẩm dịch vụ, phương pháp quản lý... để phát triển.

Xây dựng không gian văn hóa mang đậm bản sắc văn hóa Miền Tây Nam Bộ từ nét kiến trúc, vật dụng... đến các chương trình văn nghệ.

Đẩy mạnh hoạt động marketing bán hàng gắn với các hoạt động du lịch của địa phương: tham gia các chương trình xúc tiến du lịch, đăng ký danh sách các điểm đến du lịch, liên kết với các đơn vị tổ chức tour, tham gia các sự kiện văn hóa...

Nâng cao chất lượng phục vụ để nhà hàng không những là điểm đến mà còn là “điểm quay lại” của du khách.

# ĐỊA ĐIỂM XÂY DỰNG

Do mục tiêu hướng đến của nhà hàng là khách du lịch nên nhà hàng phải nằm ở trục đường chính, đông người và khách du lịch qua lại, nằm gần những khu du lịch nổi tiếng như bến Ninh Kiều, chợ nổi Cái Răng...mặt bằng phải thoáng người qua lại có thể dễ dàng thấy nhìn thấy nhà hàng.

Vị trí tham khảo: Đường Trần Phú, Đường Lê Lợi.

Diện tích mặt bằng dự kiến 600m<sup>2</sup>(20m\*30m).

Chi phí dự kiến thuê mặt bằng là 60.000.000 VND/tháng. Tỷ lệ giao động 10%.

**Thành  
phố  
Cần  
Thơ**



# DIỆN TÍCH XÂY DỰNG

**Bảng: kế hoạch dự kiến diện tích xây dựng**

Khu vực	Chức năng	Diện tích (m <sup>2</sup> )	Chiều ngang (m)x chiều dài(m)
Bán hàng	Đặt ở vị trí gần cửa ra vào, có bếp mở và nhân viên bán hàng	30	3x10
Sân khấu	Khu vực tổ chức chương trình ca múa nhạc dân gian, vị trí trung tâm nhà hàng	20	5x4
Bếp chính	Khu vực đặt bếp chính, cung cấp món ăn cho toàn bộ nhà hàng	100	8x12.5
Vệ sinh nam	Khu vực vệ sinh nam	12	3x4
Vệ sinh nữ	Khu vực vệ sinh nữ	12	3x4
Đậu xe	Khu vực để xe của khách hàng	80	20x4
Đường đi, trang trí	Khu vực xây dựng cảnh quan xung quanh nhà hàng như hòn non bộ, hồ nước, bãi cỏ, đường đi, sảnh chờ	216	
Đặt bàn ghế	Khu vực đặt bàn ghế phục vụ	130	
Tổng diện tích		600	

# CHI PHÍ XÂY DỰNG

**Bảng: Chi phí đầu tư ban đầu**

Loại chi phí	Đơn giá	Tổng	Đơn vị báo giá
Tiền đặt cọc	60.000.000 VND/tháng	<b>180.000.000 VND</b>	Dự toán
Tiền thuê nhà trước khai trương	60.000.000 VND/tháng	<b>240.000.000 VND</b>	
Chi phí thiết kế	70.000 VND/m <sup>2</sup>	<b>42.000.000 VND</b>	Công ty xd Kiến Minh
Chi phí xây dựng sửa chữa nhà hàng(420m <sup>2</sup> )	2.000.000/m <sup>2</sup>	<b>840.000.000 VND</b>	Công ty xd Kiến Minh
Chi phí xây dựng bãi xe, đường đi(180m <sup>2</sup> )	500.000/m <sup>2</sup>	<b>90.000.000 VND</b>	Công ty xd Kiến Minh
Đồ đạc và trang trí	2.000.000 VND/bộ	<b>130.000.000 VND</b>	Dự toán
Bảng hiệu	70.000.000 VND	<b>70.000.000 VND</b>	Dự toán
Trang thiết bị	150.000.000 VND	<b>150.000.000 VND</b>	Dự toán
Chi phí tư vấn, luật pháp	50.000.000 VND	<b>50.000.000 VND</b>	Dự toán
Quảng cáo và PR bước đầu	121.960.000 VND	<b>121.960.000 VND</b>	Dự toán
Vốn cho hàng hóa ban đầu	50.000.000 VND	<b>50.000.000 VND</b>	
Chi phí phát sinh ngoài dự kiến		<b>392.792.000 VND</b>	Dự toán
Vốn dự phòng	120.000.000 VND/tháng	<b>360.000.000 VND</b>	Dự toán
<b>Tổng chi phí ban đầu</b>		<b>2.716.752.000 VND</b>	

# THỜI GIAN XÂY DỰNG

## Biểu đồ gantt: thời gian xây dựng nhà hàng

Tháng	2/2015	3/2015	4/2015	5/2015	6/2015
Công việc					
Thuê mặt bằng, đăng ký kinh, xin cấp phép sửa chữa xây dựng quán.					
Thiết kế: liên hệ với các đơn vị thiết kế, trao đổi về ý tưởng và lên thiết kế chi tiết.					
Liên hệ, tìm kiếm, đàm phán với các đơn vị thi công xây dựng.					
Chuẩn bị xây dựng, sửa chữa					
Xây dựng và sửa chữa					
Nghiệm thu và hoàn công.					
Khai trương.					

Tuy thời gian triển khai dự kiến là đầu tháng 2/2015 nhưng công việc chuẩn bị phải sớm hơn để khi có mặt bằng thì triển khai mọi thứ ngay, không để thời gian xây dựng bị đội lên dẫn đến việc tăng chi phí thuê mặt bằng trong lúc không sử dụng.

# PHONG CÁCH THIẾT KẾ

- Nhà hàng được thiết kế theo phong cách thiết kế Tây Nam Bộ cách điệu và nâng cấp từ những vật dụng bình dị mang tính biểu tượng của Miền Tây.
- Nhà hàng được xây dựng để tạo ra cảm giác thoáng và nhộn nhịp cho khách khi bước vào.
- Các vật dụng được sử dụng trong nhà hàng như: chén, bát, chảo, bàn gế... là những vật dụng thường dùng, quen thuộc của người Miền Tây.
- Ngoài khu vực bếp chính thì nhà hàng còn có khu vực bếp phụ kiêm luôn vị trí bán hàng đặt 2 bên lối ra vào giúp khách hàng có thể lựa món dễ dàng hơn, đối với những món ăn đơn giản sẽ được nấu và phục vụ ngay tại gian bếp phụ, khách hàng có thể thấy món ăn được nấu ngay trước mặt.
- Nhà hàng cũng bố trí thêm những điểm nhấn về không gian như: lu nước, chiếc thuyền, nhà mái lá, chõng tre... là những không gian, cảnh vật quen thuộc thường thấy ở Miền Tây.
- Trang phục nhân viên nữ được thiết kế cách điệu từ những chiếc áo bà ba hay những chiếc áo dài duyên dáng. Trang phục nhân viên nam là áo sơ mi cách điệu theo phong cách dân tộc.
- Mục tiêu chính trong thiết kế nhà hàng là phải tạo ra không gian mang đậm nét kiến trúc Miền Tây nhưng phải thoáng tạo cho khách hàng cảm giác đông vui thân thiện, vừa là nơi ăn uống thưởng thức ẩm thực vừa là nơi giao lưu họp mặt bạn bè, hội họp... Nhằm lôi kéo nhiều khách hàng đến với quán và khách hàng cũng muốn quay lại nhiều hơn. Xây dựng phải có nét cổ nhưng chắc chắn nhằm tăng độ bền và thời gian sử dụng.

# PHONG CÁCH THIẾT KẾ

Nhà 2 mái chất liệu gạch và gỗ

Thiết kế cao thoáng



# THIẾT KẾ TỔNG QUAN



# CỔNG VÀO

Cổng vào được xây dựng theo phong cách Tây Nam Bộ với: 2 mái ngói, cột giả gỗ.

Cổng được xây dựng cao 3.5m bề ngang 6m hơi lui vào trong để xe oto nhỏ có thể đỗ trên lề.

Bên cạnh cổng bố trí bảng lớn dễ nhìn.



# GIAN BÁN HÀNG

Gian bán hàng kiêm bếp phụ bố trí bên lối vào, có nhân viên đứng bán hàng trực tiếp, khách có thể chọn món ngay tại quầy, những món ăn đơn giản được nấu ngay tại đây.

Gian bán hàng được bài trí đơn giản, dân dã, bố trí thành nhiều quầy tạo cho khách hàng cảm giác như bước vào chợ vùng thôn quê.



# SẢNH CHÍNH

Sảnh chính xây dựng bằng mái ngói có cột lớn giả gỗ cao, tạo cảm giác cổ nhưng vẫn sang trọng. Bên ngoài dọc theo sảnh chính được bố trí 10 bàn ăn ngoài trời vào ngày nắng cho những khách hàng thích cảm giác thoáng mát.



# SẢNH CHÍNH

Bên trong sảnh được bố trí rộng rãi, thoáng không gian bố trí hợp lý để tạo cảm giác đông vui nhưng không quá chật chội



# GẠCH

Nền ốp gạch tàu và mái ốp gạch ngói



## TIỂU CẢNH

Tiểu cảnh gồm 1 chòi ăn nhỏ bố trí được 1 bàn ăn lớn khoảng 6 người ngồi.

Một hồ nước nhỏ với hoa súng và cá chép giúp thực khách thư giãn ngắm cảnh.



# SÂN KHẤU



# THỰC ĐƠN



# THỰC ĐƠN



# THỰC ĐƠN



# THỰC ĐƠN



# **KẾ HOẠCH MARKETING**

- **MỤC TIÊU MARKETING**
- **KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU**
- **CHƯƠNG TRÌNH KHAI  
TRƯƠNG**
- **CHƯƠNG TRÌNH  
MARKETING**

# MỤC TIÊU MARKETING

Giới thiệu Nhà hàng Bánh Xèo MXXI XIXM Cần Thơ đến với thực khách và khách du lịch trong cả nước.

Định vị hình ảnh Nhà Hàng Bánh Xèo MXXI XIXM Cần Thơ là địa điểm ẩm thực nổi tiếng cần phải ghé qua mỗi khi đi du lịch đến Cần Thơ.



# KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

## Đối tượng khách hàng mục tiêu

Khách hàng mục tiêu mà nhà hàng hướng đến là:

**Dân địa phương:** người dân ở khu vực xung quanh nhà hàng và các khu vực lân cận

Tổng dân số Cần Thơ (2013): 1.222.400 người

Dân số trẻ và năng động, mức độ tiêu thụ hàng hóa cao

**Khách du lịch:** bao gồm khách du lịch tự túc hoặc theo tour, trong nước và ngoài nước.

## Cách thức mua hàng

**Dân địa phương:** yêu thích các món ăn đặc sản dân dã của quê hương, ưa chuộng những sản phẩm mang tính văn hóa và truyền thống của Việt Nam.

**Khách du lịch:**

Du lịch tự túc: tìm hiểu thông tin trước hoặc vô tình biết (tìm trên Internet, đi ngang, bạn bè giới thiệu, báo đài...)

Theo tour: kết hợp với các công ty du lịch và đã được các công ty du lịch thiết kế trước.

Khách nước ngoài: thường đi theo tour.

# KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU



# CHƯƠNG TRÌNH KHAI TRƯƠNG

## Chương trình marketing khai trương bao gồm:

- Hoạt động marketing trước khai trương: website địa điểm ăn uống, địa điểm du lịch, phát tờ rơi giảm giá ngày khai trương tại 10 ngã tư quanh khu vực nhà hàng, chạy quảng cáo facebook.
- Hoạt động khai trương: (Tham khảo tổ chức sự kiện)
- Chương trình giảm giá: 30% cho khách hàng đến ăn nhân ngày khai trương.

## Marketing trước khai trương

- Đăng bài trên các website địa điểm ăn uống: foody.vn, datmon.vn, vietnammm.com, diadiemanuong, lozi.vn, foodrink.vn...
- Đăng bài trên các website địa điểm du lịch: diadiem.com, hoidulich, dulichbui.org, dulichbui.vn, toidi.net...
- Chạy quảng cáo facebook trên 180.000 người trong độ tuổi 20 đến 30 sống trong khu vực thành phố Cần Thơ liên tục 3 ngày trước khai trương.
- Phát tờ rơi tại 10 ngã tư lớn khu vực quanh nhà hàng: tổ chức phát liên tục 3 ngày trước khai trương.
- Nếu xin được chính quyền địa phương có thể tổ chức treo 10 băng rôn trên các cột điện gần nhà hàng trong 1 tháng để khách hàng dễ tìm đến hơn.

# CHƯƠNG TRÌNH KHAI TRƯƠNG

## Marketing trước khai trương (tt)

Bảng: chi phí marketing trước khai trương

Loại chi phí	Số lượng	Đơn giá	Tổng
In tờ rơi khổ A5 giấy C150	30.000 tờ		6.000.000 VND
Nhân viên phát tờ rơi	10 Người	150.000 VND/Ngày	4.500.000 VND
Chạy quảng cáo facebook 3 ngày	180.000 Người	3.820.000 VND/ngày	11.460.000 VND
<b>Tổng chi phí Marketing trước khai trương</b>			<b>21.960.000 VND</b>

## Hoạt động khai trương

Thuê đơn vị tổ chức sự kiện tổ chức với kinh phí trong khoảng 100 triệu VND trở xuống

## Chương trình giảm giá

Để hỗ trợ các chương trình marketing thì Nhà Hàng tổ chức các chương trình giảm giá nhằm thu hút thêm nhiều khách hàng trong dịp khai trương.

Giảm giá 30% trên bill cho khách hàng đến ăn ngày khai trương.

Chương trình sẽ được in thành tờ rơi đi phát, viết nội dung đăng facebook và các website nêu trên.

# CHƯƠNG TRÌNH MARKETING

Sau khai trương các chương trình marketing sẽ được tổ chức thường xuyên với các hoạt động:

- Ca múa nhạc dân tộc: tổ chức định kỳ từ 9h đến 21h tối thứ 7 và chủ nhật hàng tuần. Ngày thường chi phí thuê dàn nhạc dự kiến 500.000 VND/người cho dàn nhạc 5 người, ngày lễ chi phí cao hơn 50%.
- Định vị Nhà hàng bánh xèo MXXI XIXM Cần Thơ là địa điểm du lịch ẩm thực nổi tiếng tại, cần phải ghé qua mỗi khi đi du lịch đến cần thơ.

## Chương trình ca múa nhạc dân tộc

Chương trình được tổ chức định kỳ nhằm nâng cao hình ảnh nhà hàng, thu hút thêm nhiều khách hàng đến với nhà hàng, góp phần giới thiệu những nét văn hóa truyền thống Dân Tộc đến với du khách gần xa.

Chương trình được tổ chức định kỳ vào tối thứ 7, chủ nhật, và các ngày nghỉ lễ theo lịch của nhà nước.

Các chương trình ca múa nhạc bao gồm: đờn ca tài tử, ca vọng cổ.

Ngoài ra để linh động trong việc tổ chức và đa dạng chương trình nhà hàng còn tổ chức thêm các chương trình: ca múa nhạc thiếu nhi, nhạc dân ca.

# CHƯƠNG TRÌNH MARKETING



# CHƯƠNG TRÌNH MARKETING



# CHƯƠNG TRÌNH MARKETING



# CHƯƠNG TRÌNH MARKETING

## Kinh phí tổ chức chương trình ca nhạc

**Bảng: Giá thuê ca sĩ chương trình ca mùa nhạc**

Ngày	Giá	Số lượng	Thời gian	Tổng
<b>Thứ 7 và chủ nhật</b>	500.000 VND/người	5	7h PM-9h PM	2.500.000 VND
<b>Ngày lễ</b>	750.000 VND/người	5	7h PM-9h PM	3.750.000 VND

**Bảng: Chi phí thuê ca sĩ dự kiến (Tháng 06/2015 đến tháng 05/2016)**

Tháng	6/15	7/15	8/15	9/15	10/15	11/15
<b>Số ngày</b>	30	31	31	30	31	30
<b>Ngày thứ 7 và chủ nhật</b>	8	8	8	8	8	8
<b>Ngày lễ</b>	--	--	--	2	--	--
<b>Chi phí ngày thường</b>	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
<b>Chi phí ngày lễ</b>	--	--	--	7.500.000	--	--
<b>Tổng chi phí</b>	20.000.000	20.000.000	20.000.000	27.500.000	20.000.000	20.000.000

Tháng	12/15	1/16	2/16	3/16	4/16	5/16
<b>Số ngày</b>	31	31	29	31	30	31
<b>Ngày thường</b>	8	8	8	8	8	8
<b>Ngày lễ</b>	1	1	16	--	2	2
<b>Chi phí ngày thường</b>	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
<b>Chi phí ngày lễ</b>	3.750.000	3.750.000	37.500.000	--	7.500.000	7.500.000
<b>Tổng chi phí</b>	23.750.000	23.750.000	57.500.000	20.000.000	27.500.000	27.500.000

# CHƯƠNG TRÌNH MARKETING

## Định vị thị trường

Mục tiêu của Nhà Hàng MXXI XIXM Cần Thơ là trở thành địa điểm ẩm thực du lịch nổi tiếng phải ghé mỗi khi đến Cần Thơ nên nhà hàng phải có những chương trình marketing để định vị hình ảnh thương hiệu như:

Viết các bài viết với nội dung khẳng định Nhà hàng bánh xèo MXXI XIXM Cần Thơ là địa điểm ẩm thực du lịch nổi tiếng của Cần Thơ vì nhà hàng gắn liền với tên tuổi di MXXI XIXM vốn quê ở Cần Thơ, món bánh xèo từ lâu cũng là món ăn nổi tiếng và quen thuộc với con người nơi đây.

Đăng các bài viết này lên các trang web về du lịch và ẩm thực, đăng các bài viết trên các báo phụ nữ, ẩm thực, du lịch... định kỳ. Đảm bảo thương hiệu Nhà hàng bánh xèo MXXI XIXM Cần Thơ được gọi nhớ liên tục trong đầu thực khách và đặc biệt những người có ý định đi du lịch Cần Thơ.



# KẾ HOẠCH BÁN HÀNG

- MỤC TIÊU BÁN HÀNG
- TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG



# MỤC TIÊU BÁN HÀNG

## Mục tiêu bán hàng

**Bảng: Kế hoạch tìm kiếm khách hàng mới và xây dựng khách hàng trung thành (dự kiến)**

Năm	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Nguồn khách hàng</b>	73920	139392	146361.6	150752.4	152260
<b>Từ công ty du lịch</b>	36960	69696	73180.8	75376.22	76129.99
<b>Tỷ lệ từ công ty du lịch</b>	50%	50%	50%	50%	50%
<b>Khách địa phương</b>	22176	41817.6	43908.48	45225.73	45677.99
<b>Tỷ lệ khách địa phương</b>	30%	30%	30%	30%	30%
<b>Khách tự túc</b>	14784	27878.4	29272.32	30150.49	30451.99
<b>Tỷ lệ khách tự túc</b>	20%	20%	20%	20%	20%
<b>Tỷ lệ gia tăng khách hàng</b>	--	10%	5%	3%	1%

## Các yếu tố đảm bảo doanh số bán hàng bền vững

Để đạt được và duy trì doanh số bán hàng bền vững thì nhà hàng phải đảm bảo các yêu cầu như:

- Món ăn ngon, vệ sinh, giá hợp lý đáp ứng được nhu cầu của thực khách.
- Nhà hàng sạch sẽ, thái độ phục vụ tốt
- Bãi giữ xe đủ rộng, không thu phí và xin tiền giữ xe của khách hàng.
- Không gian thoáng tạo cảm giác vui vẻ, thân thiện cho khách hàng khi bước chân vào.

# TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

## Tổ chức hoạt động bán hàng

Hoạt động bán hàng của Nhà hàng MXXI XIXM Cần Thơ bao gồm:

- Marketing giới thiệu nhà hàng và món ăn trên các trang ẩm thực du lịch
- Tổ chức các chương trình giảm giá, bán deal vào các ngày lễ lớn hoặc các dịp đặc biệt có tổ chức phát tờ rơi, quảng cáo facebook, đăng trên các trang web ẩm thực...
- Tổ chức đội ngũ bán hàng để lọc và tìm kiếm danh sách các công ty du lịch miền Tây, điện thoại giới thiệu nhà hàng và mời các công ty này dẫn khách tới nhà hàng tham quan và ăn uống.
- Đăng ký Nhà Hàng trên các trang địa điểm ẩm thực và du lịch.

## Chính sách bán hàng

Nhà hàng bánh xèo MXXI XIXM đón nhận tiệc và phục vụ khách du lịch của công ty, đồng thời tặng từ 5% đến 10% hoa hồng cho công ty cùng quyền lợi khác cho hướng dẫn viên du lịch

Để khuyến khích các công ty du lịch đưa khách đến với nhà hàng thì nhà hàng có chính sách ăn miễn phí cho lái xe và phụ xe.

# KẾ HOẠCH NHÂN SỰ

- SƠ ĐỒ TỔ CHỨC
- CHỨC NĂNG NHIỆM VỤ CÁC PHÒNG BAN
- CHÍNH SÁCH NHÂN SỰ
- MARKETING



# SƠ ĐỒ TỔ CHỨC



# CHỨC NĂNG NHIỆM VỤ CÁC PHÒNG BAN

## Giám đốc

- Định hướng hoạt động.
- Quản lý và đưa ra các quyết định quan trọng.
- Thiết lập bộ máy quản lý cấp cao và từng phòng ban trong công ty.
- Thực hiện các hoạt động tài chính như huy động, sử dụng và kiểm soát vốn có hiệu quả.
- Tổ chức các hoạt động xây dựng văn hóa , thương hiệu cho công ty

## Kiểm soát

- -Kiểm soát giá cả hàng hóa mua vào.
- -Theo dõi hàng hóa nhập xuất.
- -Quản lý định mức tồn kho.
- -Quản lý tài sản cố định, công cụ dụng cụ.
- -Quản lý, kiểm soát chi phí, định mức chi phí hàng tháng.

## Hành chính nhân sự

- Tổ chức nhân sự, tuyển dụng, đào tạo nhân viên.

# CHỨC NĂNG NHIỆM VỤ CÁC PHÒNG BAN

## Tổng quản lý

- Phụ trách công việc của nhà hàng hàng ngày.
- Đảm bảo các hoạt động diễn ra ở nhà hàng dựa theo dung quy chuẩn, phân khu, sắp xếp bàn ăn, điều chỉnh ánh sáng, âm thanh, phân công công việc, sắp xếp nhân sự đầy đủ và đúng vị trí.
- Theo dõi về mặt vệ sinh của nhà hàng chặt chẽ trong suốt ca làm việc : bàn vật dụng, bàn khăn ăn, kệ ly, quầy thu ngân, khu vực phục vụ khách : tầng trệt, nhà vệ sinh, bếp , khu vực rửa chén.
- Đảm bảo các khu dành cho khách hàng và những khu vực làm việc của nhân viên phục vụ luôn có đầy đủ các đồ dùng phục vụ như muỗng ,dĩa , giấy ăn, khăn ăn, ly... theo đúng quy chuẩn của nhà hàng.
- Bảo đảm về thời gian phục vụ và chất lượng đồ ăn và đồ uống tốt nhất và đúng quy chuẩn ( trình bày , số lượng) khi phục vụ đến nhà hàng.
- Quản lý đội ngũ nhân viên phục vụ trong ca làm của mình theo đúng quy định : giờ giấc, đồng phục, tác phong, thái độ làm việc , trách nhiệm với công việc.
- Đảm bảo nguồn nhân lực của nhà hàng thông qua việc tuyển dụng, định hướng , đào tạo , huấn luyện nhân viên và thiết lập kỷ luật , tiếp nhận mong muốn của nhân viên về công việc, giám sát, thẩm định , xem xét và đóng góp ý kiến.
- Hạn chế lãng phí, thất thoát tối đa tài sản của nhà hàng .

# CHỨC NĂNG NHIỆM VỤ CÁC PHÒNG BAN

## Giám sát

- Giám sát các tổ trưởng, phục vụ... Giải quyết các mâu thuẫn, các tai nạn xảy ra trong nhà hàng.
- Giải đáp tất cả các thắc mắc của khách hàng hợp lý rõ ràng
- Ghi nhận những ý kiến phản hồi của khách hàng và đưa ra đường hướng giải quyết thỏa đáng
- Xem xét, kiểm soát các phần ăn và số lượng chuẩn bị, đảm bảo món ăn có chất lượng tốt

## Tổ trưởng

- Giám sát nhân viên phục vụ, phân công nhiệm vụ hướng dẫn cho phục vụ.

## Nhân viên phục vụ

- Lấy order từ khách hàng
- Giới thiệu khách hàng các món ăn và đồ uống cho khách hàng
- Phục vụ khách hàng đồ ăn và uống
- Kiểm tra các món ăn trước khi phục vụ khách
- Dọn dẹp bàn ăn và thay đồ mới cho khách
- Sẵn sàng trả lời và giải đáp thắc mắc của khách hàng

# CHỨC NĂNG NHIỆM VỤ CÁC PHÒNG BAN

## Nhân viên nấu ăn

- Thực hiện chế biến các món ăn theo order của khách hàng
- Đảm bảo số lượng và chất lượng các món ăn
- Giữ gìn nơi nấu ăn sạch sẽ, vệ sinh khu vực làm việc và các dụng cụ hay đồ dùng hàng ngày, hàng tháng theo phân công của bộ phận hoặc theo sự sắp xếp của nhà hàng

## Nhân viên sale&marketing

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

# CHỨC NĂNG NHIỆM VỤ CÁC PHÒNG BAN

- Thực hiện sale tiệc, các khách hàng lớn, hội nghị, tìm kiếm khách hàng. Đề ra và thực hiện các chiến lược marketing, các chiến dịch quảng bá nhà hàng, các chương trình khuyến mãi, thiết kế các gian hàng khi tham gia tham gia các hội chợ ẩm thực, triển lãm...

## Nhân viên thu ngân

- Thu tiền khách hàng

## Nhân viên thu mua

- Khai thác, tìm kiếm nguồn cung cấp thực phẩm, lương thực, công cụ dụng cụ phục vụ cho nhà hàng
- Cùng quản lý hoặc ban điều hành giao dịch, đàm phán với nhà cung cấp về giá cả, hợp đồng
- Soạn thảo hợp đồng mua bán, ký kết hợp đồng
- Trực tiếp thu mua lương thực, thực phẩm
- Phân tích, khảo sát biến động giá tại các khu vực khác nhau
- Kiểm soát được số lượng, chất lượng hàng hóa khi nhập kho theo đúng hợp đồng và theo quy định của nhà hàng

# CHÍNH SÁCH NHÂN SỰ

## Chính sách tuyển dụng

Thống nhất và công khai trên toàn hệ thống

Tuyển dụng theo nhu cầu và tiêu chuẩn

Ưu tiên có kinh nghiệm trong ngành thực phẩm và nguồn nhân lực tại địa phương

Thu hút nguồn nhân lực cấp cao

Do điều kiện đặc thù của thành phố Cần Thơ không có nhiều dịch vụ chuyên biệt về tuyển dụng nên hoạt động tuyển dụng của Nhà hàng MXXI XIXM Cần Thơ chủ yếu bao gồm: đăng bảng tuyển dụng trước nhà hàng, nhân viên trong nhà hàng giới thiệu người quen bạn bè, liên hệ với các trung tâm giới thiệu việc làm địa phương.

## Chính sách đào tạo

Là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu trong xây dựng và phát triển nhân lực

Áp dụng chương trình đào tạo qua công việc : cấp trên đào tạo cấp dưới, thợ bậc cao đào tạo cấp thấp hơn

Luân chuyển nguồn nhân lực để đào tạo qua công việc thực tế

# CHÍNH SÁCH NHÂN SỰ

## **Lương, thưởng, nghỉ lễ, hợp đồng lao động**

Đảm bảo thu nhập của nhân viên cạnh tranh và tương xứng với các đơn vị cùng khu vực trong từng thời điểm.

Lương bao gồm lương cơ bản và các loại phụ cấp tương xứng với công sức, trách nhiệm và hiệu quả lao động.

Để khuyến khích nhân viên phục vụ đối xử lịch sự và chăm sóc khách hàng tốt hơn thì nhà hàng còn có chính sách đánh giá thái độ phục vụ của nhân viên và thưởng thêm khoảng 30% lương cho những nhân viên phục vụ có thái độ phục vụ tốt.

Chế độ khen thưởng định kỳ 1 lần 1 năm và tăng 10% tùy theo kết quả hoạt động kinh doanh

Nhân viên có 12 ngày nghỉ phép trong 1 năm

Thưởng lễ tết và hưởng lương tháng thứ 13 cho nhân viên làm việc tại nhà hàng đủ 1 năm.

# SỐ LƯỢNG NHÂN SỰ

	2015	2016	2017	2018	2019
Giám đốc					
Kế toán					
Quản lý					
Nhân viên phục vụ					
Nhân viên nấu ăn					
Nhân viên bảo vệ					
Nhân viên Marketing					
Nhân viên Bán hàng					
Nhân viên thu mua					
Nhân viên tạp vụ					
Lễ tân					
Tổng quản lý					
Tiếp thực					
Nhân viên kinh doanh					
<b>Tổng</b>	<b>56</b>	<b>56</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>62</b>

# LƯƠNG THÁNG

	2015	2016	2017	2018	2019
Giám đốc					
Kế toán					
Quản lý					
Nhân viên phục vụ					
Nhân viên nấu ăn					
Nhân viên bảo vệ					
Nhân viên Marketing					
Nhân viên Bán hàng					
Nhân viên thu mua					
Nhân viên tạp vụ					
Lễ tân					
Tổng quản lý					
Tiếp thực					
Nhân viên kinh doanh					
<b>Tổng</b>	<b>146,000,000</b>	<b>146,000,000</b>	<b>175,000,000</b>	<b>175,000,000</b>	<b>175,000,000</b>

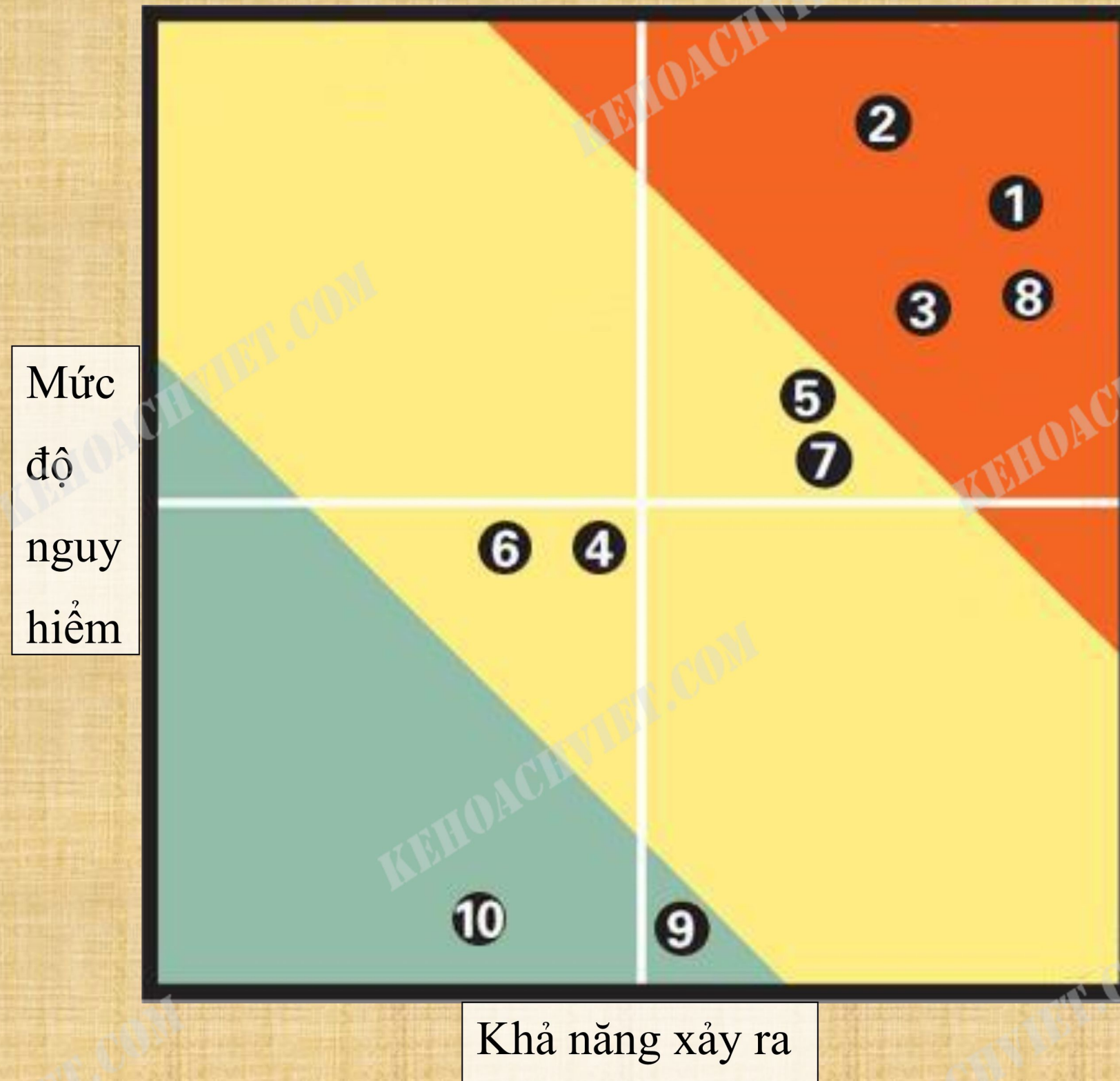
# QUẢN TRỊ RỦI RO

- BIỂU ĐỒ RỦI RO
- PHƯƠNG ÁN PHÒNG TRÁNH RỦI RO



# BIỂU ĐỒ RỦI RO

Biểu đồ nhiệt: phân tích khả năng xuất hiện và ảnh hưởng của các loại rủi ro



# BIỂU ĐỒ RỦI RO

**Các loại rủi ro được đánh số trong biểu đồ nhiệt bao gồm:**

1. Số lượng khách hàng không được như mong muốn
2. Nguồn thực phẩm không chất lượng, khách hàng phản nản.
3. Nhân viên phục vụ thái độ không tốt làm mất lòng khách hàng.
4. Món ăn không đáp ứng được nhu cầu của thực khách.
5. Khách hàng lên các website diễn đàn hoặc các phương tiện truyền thông khác phản nản về chất lượng dịch vụ
6. Chủ nhà lấy lại mặt bằng bất ngờ.
7. Chủ nhà tăng giá thuê mặt bằng
8. Lạm phát, giá cả vật chất leo thang
9. Các chương trình văn hóa nghệ thuật ca múa nhạc chưa đặc sắc
10. Thiên tai, hỏa hoạn, thời tiết

**Phân tích biểu đồ:**

Các rủi ro số 1, 2, 3, 8 là những rủi ro có khả năng xảy ra cao nhất và mức ảnh hưởng lớn nhất.

Các rủi ro số 4, 5, 6, 7 là những rủi ro có khả năng xảy ra và mức độ ảnh hưởng trung bình.

Các rủi ro số 9 và 10 là những rủi ro có khả năng xảy ra thấp.

# PHƯƠNG ÁN PHÒNG TRÁNH RỦI RO

## **1. Số lượng khách hàng không được như mong muốn**

Tìm hiểu nguyên nhân và tăng cường hoạt động marketing

Phối hợp với các đối tác các công ty du lịch , các đơn vị truyền thông gia tăng chương trình kích cầu

## **2. Nguồn thực phẩm không chất lượng, khách hàng phàn nàn**

Nguồn thực phẩm được cung cấp có nguồn gốc rõ ràng, đáp ứng được các yêu cầu tiêu chuẩn của bộ y tế về an toàn thực phẩm, một vài công ty cung cấp thực phẩm tham khảo như công ty TNHH thực phẩm rau quả Cần Thơ, chi nhánh công ty cổ phần lương thực thực phẩm Vĩnh Long, công ty cổ phần thực phẩm thương mại Cần Thơ

Thực phẩm có nguồn gốc thiên nhiên, không sử dụng các hóa chất độc hại để bảo quản

Thường xuyên kiểm tra chất lượng nguồn thực phẩm

Bếp và nơi nấu ăn phải sạch sẽ , ngăn nắp tránh làm ô nhiễm môi trường

Nhân viên phải có ý thức giữ gìn vệ sinh chung, sử dụng nguồn thực phẩm trong thời hạn còn sử dụng

## **3. Nhân viên phục vụ thái độ không tốt làm mất lòng khách hàng**

Tuyển dụng , đào tạo nhân viên có chọn lọc

# PHƯƠNG ÁN PHÒNG TRÁNH RỦI RO

Chế độ khen thưởng công bằng tạo điều kiện thuận lợi để các nhân viên làm việc với thái độ tích cực

Quản lý đội ngũ nhân viên phục vụ một cách hiệu quả như tìm hiểu về gia đình, hoàn cảnh, có các cuộc nói chuyện thân mật với nhân viên, tạo sự gắn bó trong toàn thể nhân viên tại nhà hàng

## **4. Món ăn không đáp ứng được nhu cầu của thực khách**

Nhà hàng cần tiếp thu ý kiến của khách hàng và có sự sáng tạo thêm về cách chế biến các món ăn

Tìm hiểu nhu cầu về ăn uống của thực khách và báo cáo GD để có những đóng góp tích cực phát triển nhà hàng

Tuyển dụng các đầu bếp có tay nghề cao

## **5. Khách hàng lên các website diễn đàn hoặc các phương tiện truyền thông khác phàn nàn về chất lượng dịch vụ**

Trả lời những phàn nàn của khách hàng trên các website, diễn đàn, các phương tiện truyền thông để bảo vệ thương hiệu của nhà hàng và thể hiện tính chuyên nghiệp và sự uy tín của nhà hàng

## **6. Chủ nhà lấy lại mặt bằng bất ngờ**

Trong quá trình ký hợp đồng thuê mặt bằng có những điều khoản ràng buộc

# PHƯƠNG ÁN PHÒNG TRÁNH RỦI RO

...

## **7. Chủ nhà tăng giá thuê mặt bằng**

Ký hợp đồng lâu dài từ 5 năm trở lên để giữ giá

## **8. Lạm phát, giá cả vật chất leo thang**

Ký hợp đồng lâu dài với các nhà cung cấp nguyên vật liệu để giữ giá

Tạm thời giữ nguyên giá bán sau khi đã tính toán lại doanh thu, chi phí, lợi nhuận

Cắt giảm hoặc tiết kiệm một số chi phí không cần thiết

## **9. Các chương trình văn hóa nghệ thuật ca múa nhạc chưa đặc sắc**

Tìm kiếm và chọn lọc các tiết mục mới để bổ sung vào chương trình

## **10. Thiên tai, hỏa hoạn, thời tiết**

Tìm hiểu trước các khu vực để xây dựng nhà hàng để có phương pháp phòng tránh

Hỏi chính quyền và người dân xung quang về vị trí mặt bằng đi thuê

# KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

- KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH
- LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ
- CÂN ĐỐI KẾ TOÁN
- CHỈ SỐ TÀI CHÍNH



# KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Kết quả bán hàng</b>					
Doanh thu	5,897,840,000	11,840,400,000	13,347,360,000	14,689,584,000	15,816,528,000
Giá vốn	2,339,198,400	4,615,490,400	5,142,926,400	5,612,704,800	6,007,135,200
Lợi nhuận gộp	3,558,641,600	7,224,909,600	8,204,433,600	9,076,879,200	9,809,392,800
Tỷ suất lợi nhuận gộp	60.34%	61.02%	61.47%	61.79%	62.02%
<b>Chi phí</b>					
Chi phí Marketing	373,210,000	407,500,000	407,500,000	407,500,000	407,500,000
Tỷ lệ chi phí Marketing	6.33%	3.44%	3.05%	2.77%	2.58%
Chi phí nhân sự	857,500,000	1,470,000,000	1,782,000,000	1,782,000,000	1,782,000,000
Tỷ lệ chi phí nhân sự	14.54%	12.42%	13.35%	12.13%	11.27%
Chi phí đi thuê	1,179,568,000	2,368,080,000	2,669,472,000	2,937,916,800	3,163,305,600
Tỷ lệ chi phí đi thuê	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%
Khấu hao	294,892,000	592,020,000	667,368,000	734,479,200	790,826,400
Tỷ lệ khấu hao	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
Chi phí trang thiết bị	294,892,000	592,020,000	667,368,000	734,479,200	790,826,400
Tỷ lệ chi phí trang thiết bị	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
Chi phí dụng cụ khác	117956800	236808000	266947200	293791680	316,330,560
Tỷ lệ chi phí dụng cụ khác	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
Chi phí khác	58,978,400	118,404,000	133,473,600	146,895,840	158,165,280
Tỷ lệ chi phí khác	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%
Tổng chi phí	3176997200	5784832000	6594128800	7037062720	7,408,954,240
Lợi nhuận trước lãi và thuế	381644400	1440077600	1610304800	2039816480	2,400,438,560
Tỷ lệ lợi nhuận trước lãi và thuế	10.67%	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
Lãi vay	-	-	-	-	-
Thuế	83961768	316817072	354267056	448759625.6	528,096,483
Lợi nhuận ròng	297682632	1123260528	1256037744	1591056854	1,872,342,077
Lợi nhuận ròng/Doanh thu	5.05%	9.49%	9.41%	10.83%	11.84%

# LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ

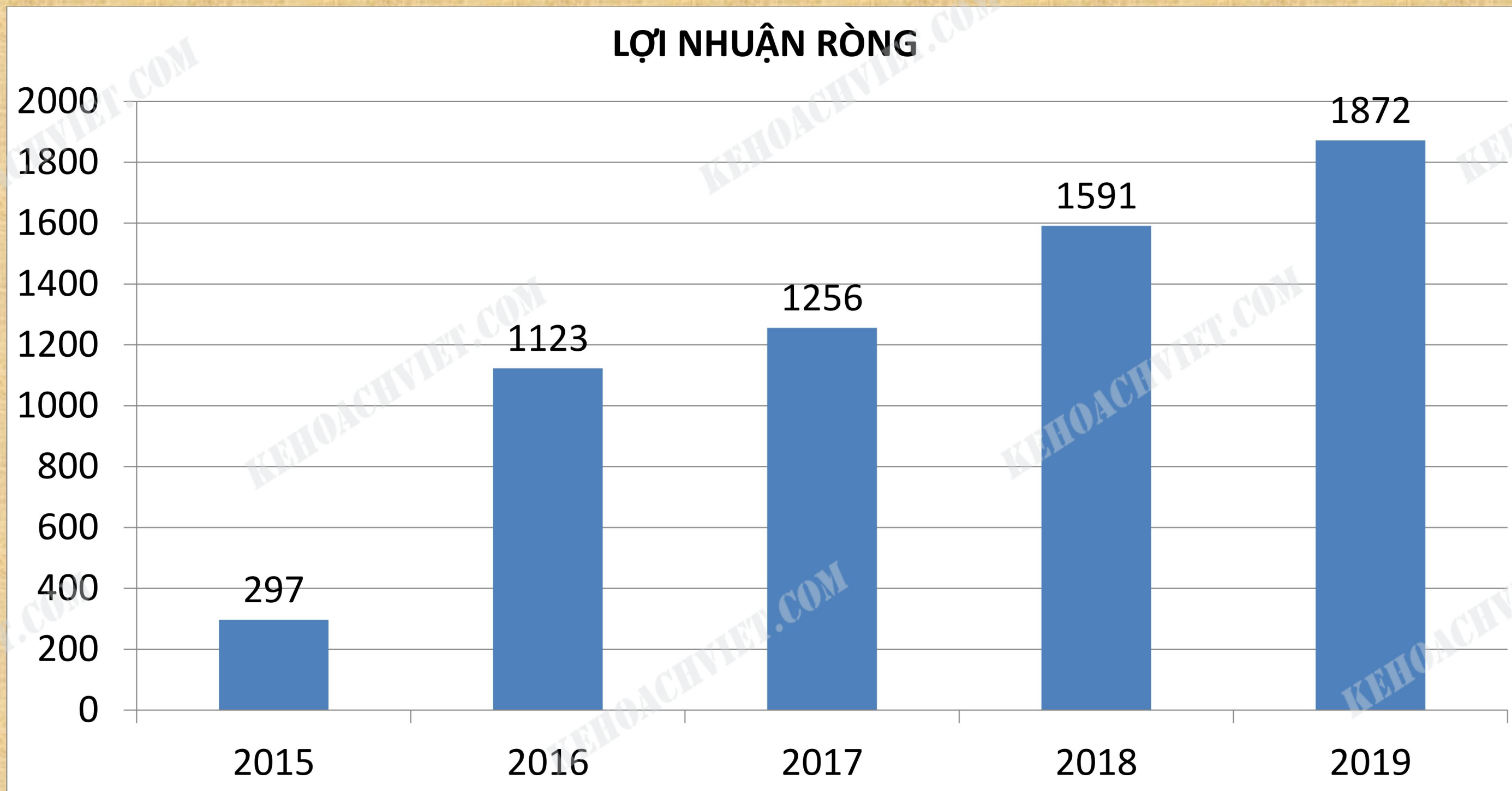
	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Thu</b>					
<b>Thu từ hoạt động</b>					
Tiền bán hàng	5,897,840,000	11,840,400,000	13,347,360,000	14,689,584,000	15,816,528,000
Thu nợ khách hàng	-	-	-	-	-
<b>Tổng thu từ hoạt động</b>	5,897,840,000	11,840,400,000	13,347,360,000	14,689,584,000	15,816,528,000
<b>Khoản thu khác</b>					
Khoản phải thu	274,954,400	471,350,400	471,350,400	471,350,400	471,350,400
Nợ ngắn hạn	-	-	-	-	-
Nợ dài hạn	-	-	-	-	-
Bán tài sản ngắn hạn	-	-	-	-	-
Bán tài sản dài hạn	-	-	-	-	-
Tiền đầu tư	2,716,752,000	-	-	-	-
<b>Tổng tiền thu</b>	8,889,546,400	12,311,750,400	13,818,710,400	15,160,934,400	16,287,878,400
<b>Chi</b>					
<b>Chi phí hoạt động</b>					
Giá vốn hàng bán	2,339,198,400	4,615,490,400	5,142,926,400	5,612,704,800	6,007,135,200
Chi phí bán hàng & Marketing	373,210,000	407,500,000	407,500,000	407,500,000	407,500,000
Chi phí nhân sự	857,500,000	1,470,000,000	1,782,000,000	1,782,000,000	1,782,000,000
Chi phí đi thuê	1,179,568,000	2,368,080,000	2,669,472,000	2,937,916,800	3,163,305,600
Khấu hao trang thiết bị	294,892,000	592,020,000	667,368,000	734,479,200	790,826,400
Chi phí trang thiết bị	294,892,000	592,020,000	667,368,000	734,479,200	790,826,400
Chi phí dụng cụ khác	117,956,800	236,808,000	266,947,200	293,791,680	316,330,560
Chi phí khác	58,978,400	118,404,000	133,473,600	146,895,840	158,165,280
Chi phí lãi vay	-	-	-	-	-
Thanh toán khoản phải trả	-	-	-	-	-
<b>Tổng chi phí hoạt động</b>	5,516,195,600	10,400,322,400	11,737,055,200	12,649,767,520	13,416,089,440
<b>Khoản chi khác</b>					
Thuế	83,961,768	316,817,072	354,267,056	448,759,626	528,096,483
Khoản phải thu tích lũy	-	-	-	-	-
Trả nợ ngắn hạn	-	-	-	-	-
Trả nợ dài hạn	-	-	-	-	-
Mua tài sản ngắn hạn	-	-	-	-	-
Mua tài sản dài hạn	2,356,752,000	-	-	-	-
Trả cổ tức	-	-	-	-	-
<b>Tổng tiền chi</b>	7,956,909,368	10,717,139,472	12,091,322,256	13,098,527,146	13,944,185,923
Dòng tiền ròng	932,637,032	1,594,610,928	1,727,388,144	2,062,407,254	2,343,692,477
Tồn quỹ	932,637,032	2,527,247,960	4,254,636,104	6,317,043,358	8,660,735,835

# CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Tài sản</b>					
<b>Tài sản ngắn hạn</b>					
Tiền	932,637,032	2,527,247,960	4,254,636,104	6,317,043,358	8,660,735,835
Hàng tồn kho	-	-	-	-	-
Khoản phải thu	-	-	-	-	-
Tài sản ngắn hạn khác	-	-	-	-	-
<b>Tổng tài sản ngắn hạn</b>	932,637,032	2,527,247,960	4,254,636,104	6,317,043,358	8,660,735,835
<b>Tài sản dài hạn</b>					
Khoản phải thu dài hạn	-	-	-	-	-
Tài sản cố định	2,081,797,600	1,610,447,200	1,139,096,800	667,746,400	196,396,000
<b>Tổng tài sản dài hạn</b>	2,081,797,600	1,610,447,200	1,139,096,800	667,746,400	196,396,000
<b>Tổng tài sản</b>	3,014,434,632	4,137,695,160	5,393,732,904	6,984,789,758	8,857,131,835
<b>Vốn và nợ phải trả</b>					
<b>Nợ ngắn hạn</b>					
Khoản phải trả	-	-	-	-	-
Vay ngắn hạn	-	-	-	-	-
Nợ ngắn hạn khác	-	-	-	-	-
<b>Tổng nợ ngắn hạn</b>	-	-	-	-	-
<b>Nợ dài hạn</b>	-	-	-	-	-
<b>Tổng nợ</b>	-	-	-	-	-
Vốn góp	2,716,752,000	2,716,752,000	2,716,752,000	2,716,752,000	2,716,752,000
Lợi nhuận tích lũy	-	297,682,632	1,420,943,160	2,676,980,904	4,268,037,758
Lợi nhuận giữ lại	297,682,632	1,123,260,528	1,256,037,744	1,591,056,854	1,872,342,077
<b>Tổng vốn</b>	3,014,434,632	4,137,695,160	5,393,732,904	6,984,789,758	8,857,131,835
<b>Tổng vốn và nợ</b>	3,014,434,632	4,137,695,160	5,393,732,904	6,984,789,758	8,857,131,835

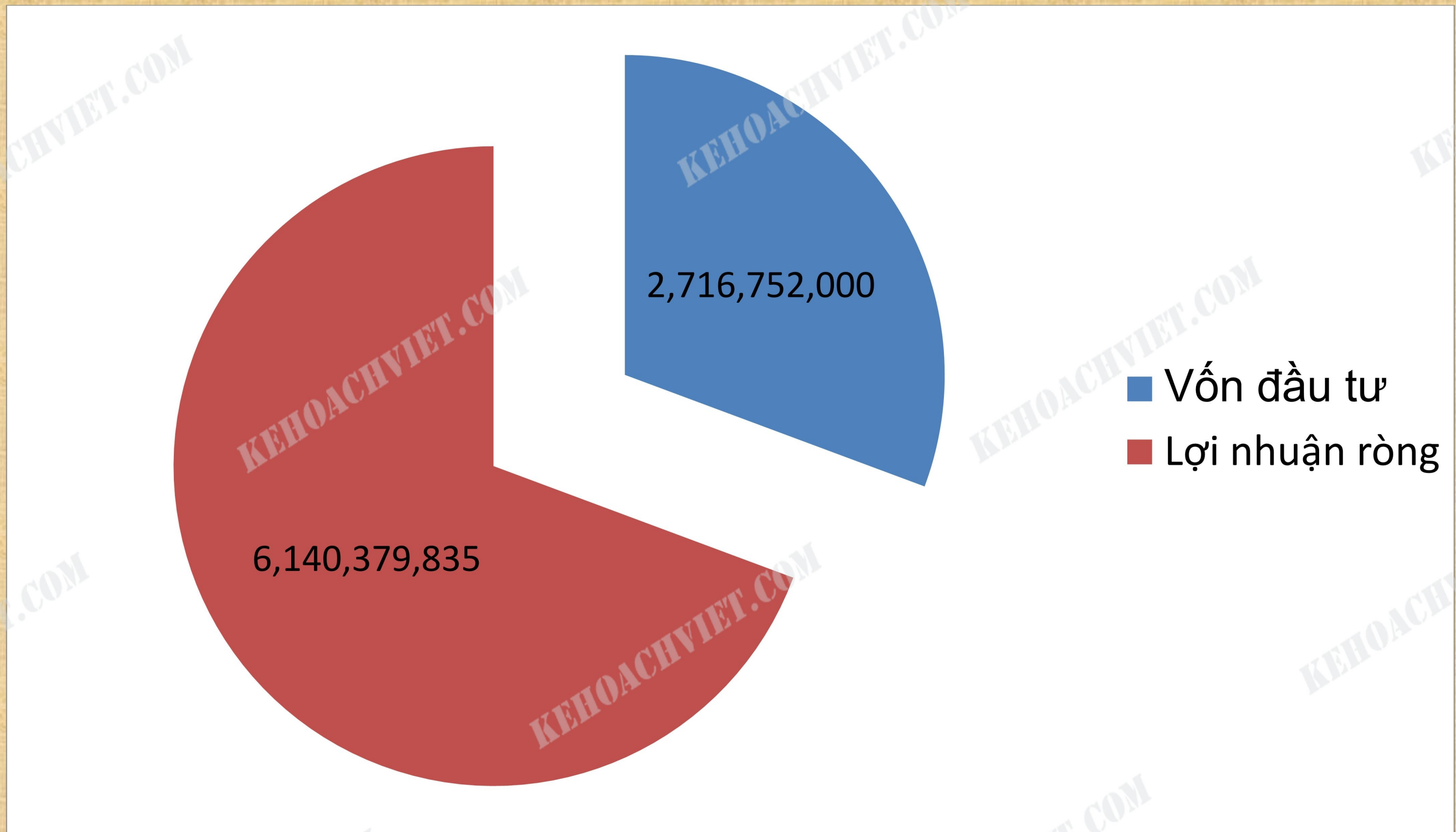
# CHỈ SỐ TÀI CHÍNH

Biểu đồ: lợi nhuận ròng (Đơn vị tính: Triệu VND)



# CHỈ SỐ TÀI CHÍNH

Biểu đồ: so sánh lợi nhuận ròng và vốn đầu tư đến cuối năm 2019





## **Nhà Hàng Bánh Xèo MXXI XIXM**

**Công ty TNHH TM Xx Mx**

**ĐC: xxx NKKN Phường 6, Quận 3, TP.HCM**

**ĐT: xxxx xxx xxx**

**\*\*\* I SỐ THÔNG TIN, NỘI DUNG, SỐ LIỆU VÀ HÌNH ẢNH ĐÃ ĐƯỢC KẾ HOẠCH VIỆT LỘC BỐT HOẶC ĐIỀU CHỈNH NHẪM MỤC ĐÍCH BẢO MẬT THÔNG TIN.**

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