



ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH BẠC LIÊU
TRƯỜNG CAO ĐẲNG Y TẾ

GIÁO TRÌNH
MÔN: KHỞI TẠO DOANH NGHIỆP
NGÀNH: DƯỢC
TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

*Ban hành kèm theo Quyết định số: 63D/QĐ – CDYT ngày 26 tháng 03 năm
2020 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng y tế Bạc Liêu*

BẠC LIÊU - NĂM 2020

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo. Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm./

LỜI GIỚI THIỆU

Giáo trình Khởi tạo doanh nghiệp được biên soạn nhằm đáp ứng nhu cầu học tập của người học ngành được trình độ trung cấp nghề. Môn học Khởi tạo doanh nghiệp trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về khởi tạo doanh nghiệp, hình thành, đánh giá và lựa chọn ý tưởng kinh doanh, lập kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh và tổ chức thực hiện khởi nghiệp kinh doanh.

Giáo trình được biên soạn dựa trên cơ sở tham khảo các tài liệu trong nước được xuất bản trong những năm gần đây và hệ thống các văn bản pháp luật có liên quan đến doanh nghiệp và khởi nghiệp kinh doanh. Giáo trình Khởi tạo doanh nghiệp gồm 3 bài:

Bài 1. Cơ sở của khởi tạo doanh nghiệp

Bài 2. Chức năng, nhiệm vụ, kỹ năng của quản trị kinh doanh được

Bài 3. Những hình thức, cơ cấu tổ chức cơ bản của doanh nghiệp

Tác giả xin cảm ơn các bạn đồng nghiệp đã đóng góp ý kiến để tác giả có thể hoàn thành giáo trình này. Tuy có nhiều cố gắng trong quá trình biên soạn nhưng không thể tránh khỏi những thiếu sót, rất mong sự góp ý của tất cả mọi người để giáo trình ngày càng được hoàn thiện hơn. Xin chân thành cảm ơn./

Bạc Liêu, ngày 10 tháng 03 năm 2020

Tham gia biên soạn

ThS. Lưu Thị Minh Thư

MỤC LỤC

	Trang
Giải thích thuật ngữ viết tắt	7
Lời giới thiệu	8
Bài 1. CƠ SỞ CỦA KHỞI TẠO DOANH NGHIỆP	9
I. Một số khái niệm về kinh doanh, doanh nghiệp và khởi tạo doanh nghiệp	9
1. Kinh doanh và các loại hình kinh doanh	9
2. Doanh nghiệp và các loại hình doanh nghiệp	10
II. Các đặc trưng, tố chất và kỹ năng cần thiết của người kinh doanh	17
1. Đặc trưng của người kinh doanh	17
2. Tố chất cần có của người kinh doanh	17
3. Kỹ năng cần thiết của người kinh doanh	17
4. Văn hóa và đạo đức trong kinh doanh	18
III. Những yêu cầu và điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh	18
1. Yêu cầu đối với khởi nghiệp kinh doanh	18
2. Điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh	19
IV. Ảnh hưởng của môi trường kinh doanh đến sự phát triển doanh nghiệp	19
1. Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp	19
2. Mối liên hệ giữa doanh nghiệp và môi trường kinh doanh	20
CÂU HỎI ÔN TẬP	21
Bài 2. LẬP KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH	22
I. Ý tưởng kinh doanh và ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh	22
1. Xem xét nhu cầu và thị trường	22
2. Hình thành ý tưởng kinh doanh	22
3. Các vấn đề pháp lý và xác định, lựa chọn cơ hội kinh doanh	23
4. Ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh	24
II. Nội dung chính của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh	24
1. Cấu trúc, nội dung và hình thức của bản kế hoạch khởi nghiệp KD	25
2. Kế hoạch về sản xuất, kinh doanh	25
3. Kế hoạch về nhân sự, tổ chức	26
4. Kế hoạch về tài chính, cơ sở vật chất	26
5. Đánh giá hiệu quả và tính khả thi của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh	29
6. Kế hoạch marketing	30
CÂU HỎI ÔN TẬP	31

Bài 3. TỔ CHỨC THỰC HIỆN KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH	33
I. Tổ chức các hoạt động kinh doanh	33
1. Lựa chọn địa điểm kinh doanh	33
2. Tổ chức quá trình sản xuất.	33
II. Tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh	34
1. Yêu cầu của tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh	34
2. Cơ cấu tổ chức	34
III. Tạo lập và sử dụng các nguồn lực kinh doanh	35
1. Tạo lập và sử dụng vốn kinh doanh	35
2. Hoạch định và sử dụng nguồn nhân lực	36
IV. Tổ chức mạng lưới thông tin trong kinh doanh	38
1. Thông tin và vai trò của thông tin	38
2. Tổ chức mạng lưới thông tin hiệu quả	38
V. Kiểm soát quá trình thực hiện kinh doanh	39
1. Khái niệm và mục đích của kiểm soát	39
2. Nội dung kiểm soát quá trình thực hiện kinh doanh	39
CÂU HỎI ÔN TẬP	39
TÀI LIỆU THAM KHẢO	41

GIẢI THÍCH THUẬT NGỮ VIẾT TẮT

DN	Doanh nghiệp
DV	Dịch vụ
HH	Hàng hóa
KD	Kinh doanh
SX	Sản xuất
SP	Sản phẩm
HTX	Hợp tác xã
DNNN	Doanh nghiệp Nhà nước
DNTN	Doanh nghiệp tư nhân
CTCP	Công ty Cổ phần
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
DNSX	Doanh nghiệp sản xuất
DTBH	Doanh thu bán hàng
SXKD	Sản xuất kinh doanh
SXSP	Sản xuất sản phẩm
HĐKD	Hoạt động kinh doanh
HQKD	Hiệu quả kinh doanh
KQSX	Kết quả sản xuất
HSDL	Hệ số doanh lợi

Tên môn học: KHỞI TẠO DOANH NGHIỆP

Mã môn học: D.t.24

Thời gian thực hiện môn học: 45 giờ (Lý thuyết: 14 giờ; Bài tập/thảo luận: 29 giờ; Kiểm tra: 02 giờ).

I. Vị trí, tính chất, ý nghĩa và vai trò của môn học:

- Vị trí: Môn học Khởi tạo doanh nghiệp được bố trí vào năm học thứ I, thuộc nhóm môn tự chọn.

- Tính chất: Môn học này giới thiệu những kiến thức, kỹ năng cơ bản về cơ sở khởi tạo doanh nghiệp và khởi nghiệp kinh doanh. Môn học cung cấp những kiến thức giúp xác định được các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của bản thân đối với việc khởi nghiệp kinh doanh và tổ chức thực hiện kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh. Sau khi học xong môn học này, người học có khả năng ứng dụng kiến thức, kỹ năng đã học để xây dựng và trình bày được 01 bản kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh cụ thể dựa trên ý tưởng kinh doanh của người học

II. Mục tiêu của môn học:

1. Về kiến thức:

- Trình bày được một số kiến thức cơ bản về cơ sở khởi tạo doanh nghiệp và khởi nghiệp kinh doanh.

- Xác định được các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của bản thân đối với việc khởi nghiệp kinh doanh.

- Trình bày được các nội dung cơ bản của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh và tổ chức thực hiện kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh.

2. Về kỹ năng:

Xây dựng và trình bày được 01 bản kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh cụ thể dựa trên ý tưởng kinh doanh của người học.

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

Có khả năng làm việc độc lập hoặc theo nhóm dưới sự hướng dẫn của giáo viên. Tác phong làm việc khoa học, hiệu quả.

III. Nội dung của môn học:

BÀI 1. CƠ SỞ CỦA KHỞI TẠO DOANH NGHIỆP

Mục tiêu:

- Phân biệt được các loại hình kinh doanh, các loại hình doanh nghiệp trong nền kinh tế. Trình bày được các đặc trưng, tổ chức và kỹ năng của người kinh doanh.
- Xác định được các yêu cầu và điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh cũng như ảnh hưởng của môi trường kinh doanh đến doanh nghiệp.
- Vận dụng để lựa chọn loại hình kinh doanh và loại hình doanh nghiệp cho phù hợp khi tham gia vào hoạt động khởi nghiệp cho bản thân hiệu quả.

Nội dung:

I. Một số khái niệm về kinh doanh, doanh nghiệp và khởi tạo doanh nghiệp

1. Kinh doanh và các loại hình kinh doanh

1.1. Kinh doanh

1.1.1. Khái niệm

Theo khoản 16 Điều 4 Luật Doanh nghiệp 2014

- Kinh doanh là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình, đầu tư, từ sản xuất (SX) đến tiêu thụ sản phẩm (SP); cung cấp dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi.

- Hoạt động kinh doanh (HĐKD) là hoạt động mua bán trao đổi hàng hóa (HH) và dịch vụ (DV) giữa các doanh nghiệp (DN) với nhau hoặc giữa các DN với người tiêu dùng cuối cùng với mục đích là thu được lợi nhuận nhằm mục đích mở rộng SXKD.

Hay là một quá trình liên tục từ nghiên cứu thị trường và tìm cách đáp ứng nhu cầu đó thông qua việc thỏa mãn nhu cầu người tiêu dùng để đạt được mục đích kinh doanh (KD) của DN.

1.1.2. Đặc điểm cơ bản của hoạt động kinh doanh

- Hoạt động kinh doanh luôn chịu sự chi phối của các quy luật kinh tế, hệ thống chính sách và pháp luật của Nhà nước cũng như các yếu tố môi trường kinh doanh khác.
- Phải nghiên cứu phân tích để xác định được nhu cầu của thị trường
- Xây dựng được chiến lược KD trên cơ sở huy động và sử dụng hợp lý của nguồn lực của DN.

1.2. Các loại hình kinh doanh

1.2.1. Kinh doanh sản xuất

Kinh doanh sản xuất là tạo ra vật phẩm. Vật phẩm có thể là sản phẩm tiêu dùng cuối cùng hoặc cũng có thể là sản phẩm trung gian – vật liệu đầu vào cho việc SX các SP tiếp theo.

1.2.2. Kinh doanh thương mại

Kinh doanh thương mại là sự đầu tư tiền của, công sức của một cá nhân hay một tổ chức vào việc mua bán hàng hoá đó nhằm mục đích sinh lợi nhuận.

Kinh doanh thương mại là lĩnh vực hoạt động chuyên nghiệp trong khâu lưu thông hàng hoá. Là cầu nối giữa sản xuất và tiêu dùng, kinh doanh thương mại đóng vai trò quan trọng trong HĐKD của DN.

Kinh doanh thương mại thúc đẩy việc ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ mới vào sản xuất, thúc đẩy nhu cầu, đảm bảo cho người sản xuất cũng như người tiêu dùng những hàng hoá tốt, văn minh và hiện đại.

1.2.3. Kinh doanh dịch vụ và du lịch

- Kinh doanh dịch vụ là cung cấp các dịch vụ và hàng hóa vô hình, thu lợi bằng cách tính giá sức lao động hoặc các dịch vụ đã cung cấp cho chính phủ, các lĩnh vực kinh doanh khác hoặc khách hàng như trang trí nội thất, làm đẹp, tạo mẫu tóc, trang điểm, thẩm mỹ, giặt là, kiểm soát dịch bệnh, côn trùng..

- Kinh doanh du lịch là tổng hòa mối quan hệ giữa kinh tế của các hoạt động liên quan đến du lịch và các hiện tượng kinh tế. Các hoạt động được hình thành dựa trên sự phát triển của các sản phẩm và quá trình trao đổi mua bán hàng hóa du lịch trên thị trường. Sự vận hành hoạt động kinh doanh du lịch là việc trao đổi sản phẩm liên quan đến du lịch giữa người mua (du khách) và người bán (người kinh doanh dịch vụ du lịch).

1.2.4. Kinh doanh nông – lâm – ngư nghiệp

Kinh doanh nông – lâm – ngư nghiệp bao gồm các hoạt động nhằm khai thác những thứ từ thiên nhiên đang tồn tại và có sẵn trong tự nhiên hay cải tạo nó.

1.2.5. Kinh doanh tổng hợp

Thực tế cho thấy một số loại hình kinh doanh trên không tách rời nhau mà chúng kết hợp với nhau, nó là loại hình tổng hợp, có thể kinh doanh từ 2 loại hình kinh doanh trở lên như vừa sản xuất vừa kinh doanh thương mại vừa kinh doanh dịch vụ,...

2. Doanh nghiệp và các loại hình doanh nghiệp

2.1. Một số quan điểm về doanh nghiệp

Hiện nay trên phương diện lý thuyết có khá nhiều định nghĩa thế nào là một DN, mỗi định nghĩa đều mang trong nó có một nội dung nhất định với một giá trị nhất định. Điều ấy cũng là đương nhiên, vì rằng mỗi tác giả đứng trên nhiều quan điểm khác nhau khi tiếp cận DN để phát biểu. Chẳng hạn:

- **Xét theo quan điểm luật pháp:** DN là tổ chức kinh tế có tư cách pháp nhân, có con dấu, có tài sản, có quyền và nghĩa vụ dân sự hoạt động kinh tế theo chế độ hạch toán độc lập, tự chịu trách nhiệm về toàn bộ hoạt động kinh tế trong phạm vi vốn đầu tư do DN quản lý và chịu sự quản lý của nhà nước bằng các loại luật và chính sách thực thi.

- **Xét theo quan điểm chức năng:** DN là một đơn vị tổ chức SX mà tại đó người ta kết hợp các yếu tố SX (có sự quan tâm giá cả của các yếu tố) khác nhau do các nhân viên của công ty thực hiện nhằm bán ra trên thị trường những sản phẩm hàng hóa hay dịch vụ để nhận được khoản tiền chênh lệch giữa giá bán sản phẩm với giá thành của sản phẩm ấy. (M.Francois Peroux).

- **Xét theo quan điểm phát triển** thì "DN là một cộng đồng người sản xuất ra những của cải. Nó sinh ra, phát triển, có những thất bại, có những thành công, có lúc vượt qua những thời kỳ nguy kịch và ngược lại có lúc phải ngừng sản xuất, đôi khi tiêu vong do gặp phải những khó khăn không vượt qua được" (trích từ sách "kinh tế DN của D.Larua.A Caillat - Nhà xuất bản Khoa Học Xã Hội 1992).

- **Xét theo quan điểm hệ thống:** DN bao gồm một tập hợp các bộ phận được tổ chức, có tác động qua lại và theo đuổi cùng một mục tiêu. Các bộ phận tập hợp trong DN bao gồm 4 phân hệ sau: sản xuất, thương mại, tổ chức, nhân sự.

Ngoài ra có thể liệt kê hàng loạt những định nghĩa khác nữa khi xem xét DN dưới những góc nhìn khác nhau. Song giữa các định nghĩa về DN đều có những điểm chung

nhất, nếu tổng hợp chúng lại với một tầm nhìn bao quát trên phương diện tổ chức quản lý là xuyên suốt từ khâu hình thành tổ chức, phát triển đến các mối quan hệ với môi trường, các chức năng và nội dung hoạt động của DN cho thấy đã là một DN nhất thiết phải được cấu thành bởi những yếu tố sau đây:

- *Yếu tố tổ chức*: Một tập hợp các bộ phận chuyên môn hóa nhằm thực hiện các chức năng quản lý như các bộ phận sản xuất, bộ phận thương mại, bộ phận hành chính.

- *Yếu tố sản xuất*: Các nguồn lực lao động, vốn, vật tư, thông tin.

- *Yếu tố trao đổi*: Những dịch vụ thương mại - mua các yếu tố đầu vào, bán sản phẩm sao cho có lợi ở đầu ra.

- *Yếu tố phân phối*: Thanh toán cho các yếu tố sản xuất, làm nghĩa vụ nhà nước, trích lập quỹ và tính cho hoạt động tương lai của DN bằng khoản lợi nhuận thu được.

Từ cách nhìn nhận như trên có thể phát biểu về **định nghĩa** DN như sau: *Doanh nghiệp là đơn vị kinh tế có tư cách pháp nhân, quy tụ các phương tiện tài chính, vật chất và con người nhằm thực hiện các hoạt động sản xuất, cung ứng, tiêu thụ sản phẩm hoặc dịch vụ, trên cơ sở tối đa hóa lợi ích của người tiêu dùng, thông qua đó tối đa hóa lợi ích của chủ sở hữu, đồng thời kết hợp một cách hợp lý các mục tiêu xã hội.*

Theo điều 4 Luật DN năm 2014: *Doanh nghiệp là tổ chức có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch, được đăng ký thành lập theo quy định của pháp luật nhằm mục đích kinh doanh.*

2.2. Các loại hình doanh nghiệp

2.2.1. Phân loại doanh nghiệp

a. Căn cứ vào hình thức pháp lý

Các hình thức pháp lý của DN ở nước ta hiện nay bao gồm:

- Doanh nghiệp nhà nước (DNNN)
- Doanh nghiệp tư nhân (DNTN)
- Công ty trách nhiệm hữu hạn (TNHH)
- Công ty cổ phần (CTCP)
- Công ty hợp danh
- Hợp tác xã (HTX)
- Nhóm công ty
- Doanh nghiệp liên doanh và doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài.

b. Căn cứ vào hình thức sở hữu

- DN một chủ sở hữu và DN nhiều chủ sở hữu.
- DNNN, DN dân danh, DN sở hữu hỗn hợp và DN có vốn nước ngoài.

c. Căn cứ vào mục tiêu hoạt động chủ yếu

- DN kinh doanh: Mọi DN kinh doanh đều nhằm vào mục tiêu bao trùm, lâu dài là tối đa hóa lợi nhuận ròng. Mục tiêu này chi phối hoạt động của DN và từng bộ phận, cá nhân bên trong đó. Hoạt động quản lý nhà nước và quản trị kinh doanh đều phải hướng DN kinh doanh vào mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận ròng của DN.

- DN công ích: Các DN công ích được hình thành và tồn tại trong nền kinh tế nhằm vào mục tiêu tối đa hóa lợi ích xã hội, thực hiện các nhiệm vụ kinh tế, xã hội do nhà nước giao. Mục tiêu này chi phối hoạt động của DN công ích và từng bộ phận, cá

nhân của nó. Hoạt động quản lý nhà nước và quản trị kinh doanh đều phải hướng DN công ích vào mục tiêu tối đa hóa lợi ích xã hội của loại DN này.

d. Căn cứ vào chức năng hoạt động

- DN sản xuất: Thực hiện sự kết hợp các nguồn lực sản xuất để tạo ra các sản phẩm cung cấp cho thị trường.

- DN dịch vụ: là DN thực hiện sự kết hợp các nguồn lực để tạo ra dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Dịch vụ là một hoạt động hay một lợi ích thường không cụ thể có thể phục vụ trực tiếp cho khách hàng hay bán kèm theo sản phẩm. Đa số dịch vụ có đặc điểm cơ bản là phi vật chất, không dự trữ được nên quá trình hình thành và cung cấp dịch vụ thường diễn ra đồng thời. Quá trình tạo ra và cung cấp dịch vụ thường gắn với sự hiện diện của khách hàng.

đ. Căn cứ vào ngành và ngành kinh tế - kỹ thuật

- Căn cứ vào tiêu thức ngành kinh tế có thể phân thành các DN công nghiệp, nông nghiệp, giao thông, thương mại, ngân hàng, bảo hiểm,...

- Sâu hơn căn cứ vào các ngành kinh tế - kỹ thuật có thể phân các DN chuyên môn hóa hẹp hơn như: Các DN công nghiệp lại được phân thành các DN cơ khí, luyện kim, hóa chất, dệt may, chế biến thực phẩm,... cũng hoàn toàn tương tự khi phân các DN ngân hàng thành ngân hàng công thương, nông nghiệp, đầu tư,...

e. Căn cứ vào quy mô sản xuất

- DN quy mô lớn.

- DN quy mô vừa.

- DN quy mô nhỏ.

2.2.2. Hình thức pháp lý tổ chức doanh nghiệp

a. Doanh nghiệp Nhà nước

- Định nghĩa: DNNN là tổ chức kinh tế do Nhà nước sở hữu toàn bộ vốn điều lệ. Theo Luật DN 2014: DNNN là DN do Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ.

Nhà nước - người đại diện toàn dân - tổ chức thực hiện chức năng quản lý trên mọi mặt hoạt động sản xuất kinh doanh kể từ khi thành lập cho đến khi giải thể. DNNN có tư cách pháp nhân, có các quyền và nghĩa vụ dân sự trong phạm vi số vốn do DN quản lý. Theo quy định hiện hành thì DNNN cũng hoạt động theo Luật DN.

DN do Nhà nước nắm giữ dưới 100% vốn điều lệ được tổ chức dưới hình thức công ty cổ phần nhà nước, công ty TNHH nhà nước.

- Đặc điểm:

+ Cơ quan Nhà nước có thẩm quyền ra quyết định thành lập, thực hiện các mục tiêu kinh tế xã hội đảm bảo tính định hướng XHCN.

+ Tài sản là một bộ phận của tài sản Nhà nước, thuộc thuộc sở hữu của Nhà nước (vì DNNN do Nhà nước đầu tư vốn để thành lập). DNNN không có quyền sở hữu đối với tài sản mà chỉ là người quản lý kinh doanh trên số tài sản của Nhà nước (không có quyền sở hữu nhưng có quyền chiếm hữu, định đoạt và sử dụng).

+ DNNN do Nhà nước tổ chức Bộ máy quản lý của DNNN bổ nhiệm các cán bộ chủ chốt của DN, phê duyệt chiến lược, qui hoạch, kế hoạch...

b. Doanh nghiệp tư nhân

- Định nghĩa: Doanh nghiệp tư nhân (DNTN) là DN do một cá nhân làm chủ và tự chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về mọi hoạt động của DN.

- Đặc điểm

+ DNTN là một đơn vị kinh doanh do một cá nhân bỏ vốn ra thành lập và làm chủ. Cá nhân vừa là chủ sở hữu, vừa là người sử dụng tài sản, đồng thời cũng là người quản lý hoạt động DN. Thông thường, chủ DN là giám đốc trực tiếp tiến hành HĐKD của DN, nhưng cũng có trường hợp vì lý do cần thiết, chủ DN không trực tiếp điều hành HĐKD mà thuê người khác làm giám đốc. Nhưng dù trực tiếp hay gián tiếp điều hành HĐKD của DN, chủ DN vẫn phải chịu trách nhiệm về mọi hoạt động đó. Do tính chất một chủ DNTN quản lý và chịu trách nhiệm không có sự phân chia rủi ro với ai.

+ DNTN không được phát hành bất kỳ loại chứng khoán nào.

+ Mỗi cá nhân chỉ được quyền thành lập một DNTN. Chủ DNTN không được đồng thời là chủ hộ kinh doanh, thành viên công ty hợp danh.

+ DNTN không được quyền góp vốn thành lập hoặc mua cổ phần, phần vốn góp trong công ty hợp danh, công ty TNHH hoặc công ty cổ phần.

+ DNTN phải có mức vốn không thấp hơn mức vốn đăng ký.

+ Chủ DNTN chịu trách nhiệm vô hạn về các khoản nợ trong kinh doanh của DN.

c. Công ty trách nhiệm hữu hạn

- Định nghĩa: Công ty TNHH là DN, trong đó các thành viên cùng góp vốn cùng chia nhau lợi nhuận, cùng chịu lỗ tương ứng với phần vốn góp và chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi phần vốn của mình góp vào công ty.

- Đặc điểm:

+ Công ty TNHH có hai thành viên trở lên (Điều 47), thành viên có thể là tổ chức, cá nhân; số lượng thành viên không vượt quá 50. Thành viên chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác của DN trong phạm vi số vốn đã góp vào DN. Phần vốn góp của thành viên chỉ được chuyển nhượng theo quy định và có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký DN.

+ Phần vốn góp của tất cả các thành viên dưới bất kỳ hình thức nào đều phải đóng đủ ngay khi thành lập công ty.

+ Công ty TNHH không được phát hành cổ phiếu ra ngoài công chúng để huy động vốn. Do đó khả năng tăng vốn của công ty rất hạn chế.

+ Việc chuyển nhượng phần vốn góp của mình cho người ngoài công ty bị hạn chế gắt gao.

Trên mọi giấy tờ giao dịch, ngoài tên công ty, vốn điều lệ của công ty phải ghi rõ các chữ "Trách nhiệm hữu hạn", viết tắt "TNHH".

+ Cơ cấu quản lý thường gọn nhẹ phụ thuộc vào số lượng thành viên. Công ty TNHH hai thành viên trở lên có Hội đồng thành viên, Chủ tịch Hội đồng thành viên, Giám đốc hoặc Tổng giám đốc. Công ty TNHH có từ 11 thành viên trở lên phải thành lập Ban kiểm soát; trường hợp có ít hơn 11 thành viên, có thể thành lập Ban kiểm soát phù hợp với yêu cầu quản trị công ty. Quyền, nghĩa vụ, tiêu chuẩn, điều kiện và chế độ làm việc của Ban kiểm soát, Trưởng Ban kiểm soát do Điều lệ công ty quy định.

+ Công ty TNHH một thành viên (MTV) là DN do một tổ chức hoặc một cá nhân làm chủ sở hữu (Điều 73); chủ sở hữu công ty chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi số vốn điều lệ của công ty. Chủ sở hữu công ty có quyền chuyển nhượng toàn bộ hoặc một phần vốn điều lệ của công ty cho tổ chức, cá nhân khác. Tùy thuộc quy mô, ngành, nghề kinh doanh cơ cấu tổ chức quản lý bao gồm: Chủ tịch công ty, Giám đốc hoặc Tổng giám đốc và Kiểm soát viên; hoặc Hội đồng thành

viên, Giám đốc hoặc Tổng giám đốc và Kiểm soát viên. Trường hợp Điều lệ công ty không quy định thì Chủ tịch Hội đồng thành viên hoặc Chủ tịch công ty là người đại diện theo pháp luật của công ty.

d. Công ty cổ phần

- Định nghĩa: Công ty cổ phần là công ty trong đó: Vốn điều lệ được chia thành nhiều phần bằng nhau gọi là cổ phần; Cổ đông có thể là tổ chức, cá nhân; số lượng cổ đông tối thiểu là 03 và không hạn chế số lượng tối đa; Cổ đông chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác của DN trong phạm vi số vốn đã góp vào DN; Cổ đông có quyền tự do chuyển nhượng cổ phần của mình cho người khác và có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký DN. Công ty cổ phần có quyền phát hành cổ phần các loại để huy động vốn.

- Đặc điểm:

+ Số thành viên gọi là cổ đông mà công ty phải có trong suốt thời gian hoạt động ít nhất là ba.

+ Vốn của công ty được chia thành nhiều phần bằng nhau gọi là cổ phần và được thể hiện dưới hình thức chứng khoán là cổ phiếu. Người có cổ phiếu gọi là cổ đông tức là thành viên công ty.

+ Công ty cổ phần được phát hành cổ phiếu và trái phiếu ra ngoài công chúng, do đó khả năng tăng vốn của công ty rất lớn.

+ Khả năng chuyển nhượng vốn của các cổ đông dễ dàng. Họ có thể bán cổ phiếu của mình một cách tự do.

+ Công ty cổ phần thường có đông thành viên (cổ đông) vì nó được phát hành cổ phiếu, ai mua cổ phiếu sẽ trở thành cổ đông.

+ Công ty cổ phần là loại công ty thông thường có rất nhiều thành viên và việc tổ chức quản lý rất phức tạp, do đó phải có một cơ chế quản lý chặt chẽ. Công ty cổ phần có quyền lựa chọn tổ chức quản lý và hoạt động theo một trong hai mô hình sau đây:

Đại hội đồng cổ đông, Hội đồng quản trị, Ban kiểm soát và Giám đốc hoặc Tổng giám đốc. Trường hợp công ty cổ phần có dưới 11 cổ đông và các cổ đông là tổ chức sở hữu dưới 50% tổng số cổ phần của công ty thì không bắt buộc phải có Ban kiểm soát;

Đại hội đồng cổ đông, Hội đồng quản trị và Giám đốc hoặc Tổng giám đốc. Trường hợp này ít nhất 20% số thành viên Hội đồng quản trị phải là thành viên độc lập và có Ban kiểm toán nội bộ trực thuộc Hội đồng quản trị. Các thành viên độc lập thực hiện chức năng giám sát và tổ chức thực hiện kiểm soát đối với việc quản lý điều hành công ty.

Trường hợp chỉ có một người đại diện theo pháp luật, thì Chủ tịch Hội đồng quản trị hoặc Giám đốc hoặc Tổng giám đốc là người đại diện theo pháp luật của công ty; trường hợp Điều lệ không có quy định khác thì Chủ tịch Hội đồng quản trị là người đại diện theo pháp luật của công ty.

đ. Công ty hợp danh

- Định nghĩa: Công ty hợp danh là DN, trong đó: Phải có ít nhất 02 thành viên là chủ sở hữu chung của công ty, cùng nhau kinh doanh dưới một tên chung (sau đây gọi là thành viên hợp danh). Ngoài các thành viên hợp danh, công ty có thể có thêm thành viên góp vốn;

- Đặc điểm:

+ Thành viên hợp danh phải là cá nhân, chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về các nghĩa vụ của công ty;

+ Thành viên góp vốn chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi số vốn đã góp vào công ty.

+ Công ty hợp danh có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp.

+ Công ty hợp danh không được phát hành bất kỳ loại chứng khoán nào.

Hội đồng thành viên gồm tất cả các thành viên hợp danh: là cơ quan quyết định cao nhất của công ty. Trong quá trình hoạt động, các thành viên hợp danh phân công nhau đảm nhận các chức trách quản trị và kiểm soát hoạt động của công ty, trong đó cử một người làm giám đốc công ty

Thành viên góp vốn của công ty có quyền tham gia thảo luận và biểu quyết những vấn đề quan trọng trong điều lệ công ty.

+ Việc tiếp nhận thành viên mới: người được tiếp nhận làm thành viên hợp danh mới hoặc thành viên góp vốn mới khi được tất cả thành viên hợp danh của công ty đồng ý. Thành viên hợp danh mới chỉ chịu trách nhiệm về các nghĩa vụ của công ty phát sinh sau khi đăng ký thành viên đó với cơ quan đăng ký kinh doanh

+ Việc rút khỏi công ty: thành viên hợp danh được quyền rút khỏi công ty nếu được đa số thành viên hợp danh còn lại đồng ý, nhưng vẫn phải liên đới chịu trách nhiệm về các nghĩa vụ của công ty. Việc chuyển nhượng phần vốn góp cho các thành viên khác được tự do thực hiện.

+ Việc chấm dứt tư cách thành viên: Nếu do thành viên tự rút vốn ra khỏi công ty hoặc bị khai trừ khỏi công ty thì người đó phải liên đới chịu trách nhiệm về nghĩa vụ của công ty đã phát sinh trước khi việc đăng ký chấm dứt tư cách thành viên đó với cơ quan đăng ký kinh doanh. Nếu do thành viên đó chết hoặc bị hạn chế mất năng lực hành vi dân sự thì công ty có quyền sử dụng tài sản tương ứng với trách nhiệm của người đó để thực hiện các nghĩa vụ của công ty.

e. Hợp tác xã

- Khái niệm: HTX là loại hình kinh tế tập thể, do những người lao động và các tổ chức có nhu cầu, lợi ích chung tự nguyện góp vốn, góp sức lập ra theo quy định của pháp luật để phát huy sức mạnh của tập thể và của từng xã viên nhằm giúp nhau thực hiện hiệu quả hơn các hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, và cải thiện đời sống, góp phần phát triển kinh tế xã hội

- Đặc điểm: HTX vừa là tổ chức kinh tế vừa là tổ chức xã hội:

+ Là một tổ chức kinh tế, HTX là một DN được thành lập nhằm phát triển SX, KD có hiệu quả, bảo đảm lợi ích của người lao động của tập thể và của xã hội.

+ Là một tổ chức xã hội, HTX là nơi người lao động nương tựa và giúp đỡ lẫn nhau trong sản xuất cũng như trong đời sống vật chất và tinh thần.

- Hợp tác xã tổ chức và hoạt động theo các nguyên tắc:

+ Tự nguyện gia nhập và ra khỏi HTX.

+ Tự chịu trách nhiệm và cùng có lợi.

+ Quản lý dân chủ và bình đẳng.

+ Phân phối đảm bảo lợi ích xã viên và phát triển của HTX.

+ Hợp tác và phát triển cộng đồng

- Vai trò của kinh tế hợp tác và HTX: là nhu cầu tất yếu khách quan trong quá trình phát triển nền kinh tế nhiều thành phần theo định hướng XHCN. Tổ chức và phát triển kinh tế hợp tác và HTX không chỉ giúp những người SX nhỏ có đủ sức cạnh tranh, chống lại sự chèn ép của các DN lớn, mà về lâu dài Đảng ta chủ trương phát triển nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, trong đó kinh tế HTX là một bộ phận quan trọng cùng với kinh tế Nhà nước dần trở thành nền tảng của nền kinh tế đó cũng là nền tảng chính trị-xã hội của đất nước để đạt mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng văn minh.

f. Nhóm công ty

Nhóm công ty là tập hợp các công ty có mối quan hệ gắn bó lâu dài với nhau về lợi ích kinh tế, công nghệ, thị trường và các dịch vụ kinh doanh khác. Nhóm công ty bao gồm: Tập đoàn kinh tế, tổng công ty; Công ty mẹ, công ty con.

g. Doanh nghiệp liên doanh và doanh nghiệp nước ngoài (DN FDI)

- DN liên doanh là DN do hai bên hoặc nhiều bên hợp tác thành lập tại Việt Nam trên cơ sở hợp đồng liên doanh hoặc hiệp định ký giữa Chính phủ nước Cộng hòa XHCN Việt Nam và Chính phủ nước ngoài, hoặc là DN liên doanh hợp tác với nhà đầu tư nước ngoài trên cơ sở hợp đồng liên doanh.

- DN nước ngoài là DN có 100% vốn nước ngoài hoạt động tại Việt Nam. Các DN này hoạt động theo luật đầu tư năm 2014.

h. Hộ kinh doanh (Khoản 1 Điều 66 Nghị định 78/2015/NĐ-CP)

- Hộ kinh doanh do một cá nhân hoặc một nhóm người gồm các cá nhân là công dân Việt Nam đủ 18 tuổi, có năng lực hành vi dân sự đầy đủ, hoặc một hộ gia đình làm chủ, chỉ được đăng ký kinh doanh tại một địa điểm, sử dụng dưới mười lao động và chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình đối với HĐKD.

- Đặc điểm:

+ Do một cá nhân là công dân Việt Nam, hoặc một nhóm người, một hộ gia đình làm chủ. Đối với hộ kinh doanh do một cá nhân làm chủ, cá nhân có toàn quyền quyết định về mọi HĐKD của hộ (như chủ DNTN đối với DNTN). Đối với hộ kinh doanh do một nhóm người hoặc một hộ gia đình làm chủ, mọi HĐKD của hộ do các thành viên trong nhóm hoặc trong hộ quyết định. Nhóm người hoặc hộ gia đình cử một người đủ điều kiện là đại diện cho nhóm hoặc cho hộ để tham gia giao dịch với bên ngoài.

+ Hoạt động SXKD của hộ mang tính chất nghề nghiệp thường xuyên, nghĩa là hộ KD hoạt động một cách chuyên nghiệp và thu nhập chính đáng của họ phát sinh từ HĐKD.

+ Hộ kinh doanh không phải là DN, cá nhân, nhóm người, hộ gia đình nhân danh mình tham gia vào các HĐKD. Mặc dù là chủ thể kinh doanh chuyên nghiệp nhưng hộ KD không có tư cách của DN, không có con dấu, không được mở chi nhánh, văn phòng đại diện, không được thực hiện các quyền mà DN có như hoạt động xuất nhập khẩu hay áp dụng Luật phá sản khi kinh doanh thua lỗ. Khi tham gia giao dịch, cá nhân hoặc đại diện hộ gia đình nhân danh mình mà không nhân danh hộ KD để thực hiện HĐKD.

+ Cá nhân, nhóm người hoặc các thành viên trong hộ KD chịu trách nhiệm đến cùng về mọi khoản nợ phát sinh từ HĐKD của hộ KD (trách nhiệm vô hạn). Hay nói cách khác, khi phát sinh các khoản nợ, không phụ thuộc vào số tài sản KD hay tài sản dân sự mà họ đang có; không phụ thuộc vào việc họ đang thực hiện hay đã chấm dứt thực hiện HĐKD.

+ Một hộ KD chỉ được phép đăng ký một địa điểm KD trên phạm vi toàn quốc. Hộ KD nếu muốn HĐKD tại hai địa điểm KD trở lên phải đăng ký KD dưới một trong các hình thức DN được quy định tại Luật DN.

+ Ngành nghề kinh doanh: Hộ KD được quyền kinh doanh ngành, nghề kinh doanh có điều kiện kể từ khi có đủ điều kiện theo quy định của pháp luật và phải bảo đảm đáp ứng các điều kiện đó trong suốt quá trình hoạt động. Việc quản lý nhà nước đối với ngành, nghề KD có điều kiện và kiểm tra việc chấp hành điều kiện KD của hộ KD thuộc thẩm quyền của cơ quan chuyên ngành theo quy định của pháp luật chuyên ngành.

II. Các đặc trưng, tố chất và kỹ năng cần thiết của người kinh doanh

1. Đặc trưng của người kinh doanh

- Có kiến thức và kỹ năng toàn diện hoặc gần như toàn diện: vì mục tiêu cuối cùng trong KD bỏ ra vốn KD để kiếm nhiều lợi nhuận nên người KD vừa là nhà kinh tế vừa là nhà khoa học, là 1 luật gia, nhà tâm lý học, nhà ngoại giao giỏi,..

- Có sáng kiến: Người KD cần có sáng kiến để tạo ra sự khác biệt cho SP của mình, để không ngừng đổi mới cải tiến sản phẩm tăng khả năng cạnh tranh của DN.

- Có khát vọng, quyết tâm và tự tin mình sẽ thành công để bản thân có thêm ý chí, động lực hoàn thành tốt việc KD.

- Dám mạo hiểm, chấp nhận rủi ro: Người KD phải biết tính toán, cân nhắc trước mọi vấn đề KD dám mạo hiểm, chấp nhận rủi ro, không sợ thất bại để tạo ra nhiều lợi nhuận cho DN. Nếu không mạo hiểm, chấp nhận rủi ro sẽ mất đi cơ hội thành công, cuối cùng không đạt mục tiêu lợi nhuận.

- Là người có tư duy nhạy bén: tư duy 3H là hiện thực, hiệu quả và hiện đại:

+ Thực hiện: Biết xác định mục tiêu KD trong tương quan với các ràng buộc.

+ Hiệu quả: Biết đạt mục tiêu tăng doanh thu, giảm chi phí và lợi nhuận tối đa.

+ Hiện đại: Không ngừng đổi mới công nghệ và SP làm ra.

2. Tố chất cần có của người kinh doanh

- Kỹ năng làm việc với con người (nhóm, tập thể): bao gồm khả năng gây ảnh hưởng đến người khác để thuyết phục họ làm theo chỉ dẫn, chỉ huy của mình.

- Phẩm chất cá nhân tốt:

+ Có khả năng khơi dậy niềm tin ở người khác

+ Là người có chuẩn mực đạo đức, hành vi ở mức cao

+ Luôn là tấm gương cho những người khác noi theo

- Kỹ năng quản lý, tổ chức và điều phối công việc thể hiện ở việc giao tiếp tốt, hỗ trợ và khuyến khích kịp thời, giao đúng người, đúng việc.

- Có bề dày thành tích thể hiện ở quá trình hoạt động, phấn đấu rèn luyện bản thân họ.

3. Kỹ năng cần thiết của người kinh doanh

- Khả năng lập kế hoạch, tổ chức: Đây là khả năng giá trị nhất, vì thế, người KD cần có trách nhiệm với những kết quả trong DN. Người kinh doanh phải có tinh thần trách nhiệm, làm việc chăm chỉ, học cách thu nhận kết quả của người khác và giúp họ cảm nhận được hiệu quả công việc trước khi thu về kết quả cho chính mình.

- Khả năng thương thuyết, thuyết phục: Đây là kỹ năng mềm. Người KD cần tham gia các thương vụ, luyện tập và học cách nói trước công chúng. Người KD phải trở thành

một nhà thương thuyết tài ba, tuyệt vời vì họ luôn phải thực hiện những cuộc đàm phán với bên ngoài.

- Chọn đúng người, đúng việc: nhằm xây dựng một đội ngũ lao động hiệu quả. Đây chính là khả năng quy tụ mọi người hợp tác để làm việc.

- Kiến thức về kế toán, tài chính: Nếu không hiểu rõ phương diện tài chính trong việc KD sẽ thất bại. Một người KD cần có khả năng làm việc với các ngân hàng, với các công ty tài chính để có hợp đồng vay vốn và cũng cần biết cách đọc được các báo cáo tài chính và giải thích chúng với người khác.

4. Văn hóa và đạo đức trong kinh doanh

4.1. Văn hóa kinh doanh

- Văn hoá KD: là toàn bộ các nhân tố văn hoá được chủ thể KD chọn lọc, tạo ra, sử dụng và biểu hiện trong hoạt động KD tạo nên bản sắc KD của chủ thể đó. Bao gồm toàn bộ những giá trị vật chất và tinh thần, những phương thức và kết quả hoạt động của con người được sáng tạo ra và sử dụng trong quá trình KD.

- Các nhân tố cấu thành văn hóa kinh doanh:

+ Triết lý KD.

+ Đạo đức KD.

+ Văn hoá doanh nhân.

+ Các hình thức văn hoá khác.

4.2. Đạo đức trong kinh doanh

Đạo đức trong kinh doanh là tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn và kiểm soát hành vi của các chủ thể KD.

Đạo đức kinh doanh là hệ thống các quy tắc ứng xử, các chuẩn mực đạo đức, quy chế, nội quy,... có vai trò điều tiết các hoạt động của quá trình KD nhằm hướng đến triết lý đã xây dựng.

Ngày nay, HĐKD đòi hỏi các chủ thể phải có những hành vi phù hợp với đạo đức dân tộc và các quy chuẩn về cái thiện và cái tốt chung của toàn nhân loại.

Do đó, đạo đức kinh doanh sẽ góp phần phát triển mối quan hệ với người lao động, chính quyền, khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nhà cung cấp và cộng đồng xã hội từ đó góp phần tạo nên môi trường kinh doanh ổn định.

III. Những yêu cầu và điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh

1. Yêu cầu đối với khởi nghiệp kinh doanh

- Đánh giá được khả năng của mình: Người KD phải biết được bản thân có thể làm được gì, tham được những hoạt động nào trong qui trình KD và có được những gì cho khởi nghiệp KD.

- Xác định được mục đích khởi nghiệp: Để có việc làm hay khởi nghiệp để khai thác tiềm năng và có phải khởi nghiệp để khẳng định chính mình không?

- Khả năng tài chính: Có khả năng về tài chính như thế nào, đủ hay còn thiếu cho khởi nghiệp KD. Khả năng có thể huy động từ mọi nguồn ra sao để tham gia thành lập và hoạt động phát triển DN.

- Chọn được ngành nghề KD gì? SX hay kinh doanh thương mại, dịch vụ..., có kiến thức hay kinh nghiệm về ngành nghề KD đã chọn chưa. Cần chọn ngành nghề KD thích hợp với khả năng của mình.

- Bản thân có kinh nghiệm và khả năng quản lý KD: Người khởi nghiệp đã tham gia DN nào chưa, có quản lý công việc hay tổ chức nào chưa nếu chưa có kinh nghiệm và khả năng quản lý mà có ý tưởng KD hay thì phải kết hợp với người khác có kinh nghiệm KD, hiểu biết về ngành KD để hợp tác.

- Có tính cách, tố chất của một người KD: Tính cách của người KD rất quan trọng, nó đánh giá khả năng hợp tác trong KD của người chủ DN và giúp KD thành công nếu chưa có thì phải tự học tập, rèn luyện.

2. Điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh

- Vốn kinh doanh: là yếu tố quan trọng không thể thiếu trong HĐKD.

Vốn kinh doanh là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ các tài sản như nhà xưởng, máy móc thiết bị, nguyên vật liệu, đất đai, tiền mặt,.. Nó bao gồm vốn dự trữ SX, vốn SX và vốn lưu thông. Vốn KD gồm: Vốn cố định và vốn lưu động.

- Lao động:

Lao động của quá trình KD gồm có chủ DN và những người lao động tham gia trực tiếp hay gián tiếp vào quá trình KD gọi chung là người lao động.

Người lao động là yếu tố động nhất, với số lượng và trình độ chuyên môn như cơ cấu, kỹ năng, kỹ xảo, kiến thức ngành nghề,... đa dạng. Lao động của DN với số lượng, cơ cấu phù hợp với qui mô và tính chất KD, có kỹ năng, chuyên môn sâu, nhiều kinh nghiệm là điều kiện đảm bảo khả năng KD có hiệu quả.

- Môi trường hoạt động KD: được cấu thành từ yếu tố tự nhiên và xã hội.

+ Yếu tố tự nhiên gồm đất đai, tài nguyên, môi trường, khí hậu, thời tiết,...

+ Yếu tố xã hội gồm các qui định, chính sách của nhà nước, quan hệ kinh tế, quan hệ con người với con người; môi trường bên trong doanh nghiệp như khách hàng, nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh, người lao động,...

Môi trường HĐKD cũng có thể kể đến:

+ Môi trường vĩ mô.

+ Môi trường vi mô.

IV. Ảnh hưởng của môi trường kinh doanh đến sự phát triển doanh nghiệp

1. Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp

1.1. Môi trường bên trong DN

- Vốn là tiền đề vật chất cần thiết cho mọi hoạt động SXKD. Nhưng vấn đề quan trọng là nhà quản trị phải biết sử dụng có hiệu quả đồng vốn đầu tư của mình, nó được phản ánh trên các chỉ tiêu về tổng vốn đầu tư, doanh thu, hiệu quả sử dụng vốn và lợi nhuận hàng năm thu được,...

- Con người là yếu tố quyết định mọi sự thành bại của hoạt động SXKD. Do đó, DN phải chú ý đến việc sử dụng con người, phát triển nhân sự, xây dựng môi trường văn hoá và nề nếp tổ chức DN. Đồng thời, DN phải quan tâm đến các vấn đề cơ bản: Số lượng lao động, trình độ chuyên môn, năng suất lao động, thu nhập bình quân, năng lực của người quản lý,...

- Các truyền thống, thói quen là những yếu tố mang tính chất riêng của DN. Nó được hình thành, tồn tại và phát triển vừa khách quan vừa chủ quan trong quá trình vận động của DN.

- Văn hoá DN: Những DN có văn hóa phát triển tốt sẽ làm cho không khí làm việc say mê luôn đề cao sự chủ động và sáng tạo. Ngược lại, những DN có văn hóa thấp kém sẽ phổ biến sự bàng quang, thờ ơ và bất lực trước đội ngũ lao động của DN.

1.2. Môi trường bên ngoài DN

- Môi trường vĩ mô:

+ Môi trường kinh tế chính trị: Bao gồm luật pháp, các chính sách và cơ chế của Nhà nước đối với ngành KD. Nhà quản trị phải lưu ý tới các yếu tố trên nhằm tiên đoán những thay đổi quan trọng về chính trị trong nước, khu vực và trên thế giới để có những quyết sách đúng đắn trong KD.

+ Môi trường công nghệ kỹ thuật: Hầu như tất cả các hàng hóa, sản phẩm được tạo ra hiện nay đều gắn liền với những thành tựu khoa học kỹ thuật – công nghệ. Thực tế đã chứng rằng DN nào nắm vững kỹ thuật công nghệ và sớm ứng dụng nó vào SXKD thì DN đó tồn tại và phát triển.

+ Môi trường tự nhiên: Bao gồm tài nguyên thiên nhiên, đất đai, khí hậu, thời tiết,...Hiện nay mọi người đang tìm cách đối phó với sự biến đổi khí hậu, tình trạng ô nhiễm môi trường bằng những cách riêng của mình. Ngoài việc đóng thuế môi trường ra đã có nhiều nhà kinh doanh chủ động tìm cách thay thế nguyên liệu, vật liệu sử dụng năng lượng sạch hoặc nghiên cứu chế tạo, áp dụng các kỹ thuật mới vào hoạt động của DN.

+ Môi trường văn hóa – xã hội: các yếu tố văn hóa – xã hội có liên quan với nhau nhưng tính chất tác động của chúng có thể khác nhau. Yếu tố này hình thành nên thói quen tiêu dùng của các nhóm dân cư, từ đó hình thành nên thói quen, sở thích, cách cư xử của khách hàng trên thị trường; ảnh hưởng đến việc hình thành và phát triển nền văn hoá bên trong DN; quy định cách thức mà DN có thể dùng để giao tiếp với bên ngoài.

- Môi trường vi mô:

+ Khách hàng: là người đang và sẽ mua hàng hóa của DN. Đối với bất kỳ DN nào khách hàng cũng luôn là yếu tố quan trọng nhất, quyết định nhất tới sự sống còn của DN. Khách hàng quyết định SP hàng hoá của DN bán theo giá nào, bán như thế nào.

+ Đối thủ cạnh tranh: DN luôn phải đối phó với hàng loạt đối thủ cạnh tranh. DN không được coi thường bất kỳ đối thủ nào, nhưng cũng không coi tất cả đối thủ là thù địch. Phải luôn đặt câu hỏi khách hàng muốn gì? Khi ta thỏa mãn được ý muốn của khách hàng có nghĩa là ta đã thành công một phần trong cạnh tranh.

+ Nhà cung ứng: Người cung ứng đối với DN có ý nghĩa rất quan trọng, nó đảm bảo cho hoạt động của DN được tiến hành ổn định theo kế hoạch đã định trước. Trên thực tế người cung ứng thường được phân thành 3 loại chủ yếu: Loại cung cấp thiết bị, nguyên vật liệu; Loại cung cấp lao động; Loại cung cấp tiền và các dịch vụ ngân hàng, bảo hiểm.

Như vậy, mỗi DN cùng một lúc có quan hệ với nhiều nhà cung ứng khác nhau. Trong quan hệ DN cần thiết tìm người cung cấp chủ yếu có đầy đủ sự tin cậy nhưng phải luôn tránh sự lệ thuộc và chủ động xây dựng kế hoạch cung ứng cho mình.

2. *Mối liên hệ giữa doanh nghiệp và môi trường kinh doanh*

Mối liên hệ giữa DN và môi trường kinh doanh đây là mối quan hệ hai chiều:

- Một mặt môi trường KD vừa tạo điều kiện cho DN phát triển thuận lợi và ngược lại có thể kìm hãm sự phát triển của DN nếu DN không có sự thích ứng với môi trường kinh doanh.

- Mặt khác, DN cũng có tác những tác động lên môi trường KD có thể gây nên những phản ứng tích cực cho môi trường như tạo việc đóng góp ngân sách đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng...Tuy nhiên, nó cũng có thể là tác động tiêu cực, hủy hoại môi trường kinh doanh của DN bằng sự ô nhiễm, gây ra nạn thất nghiệp, các tệ nạn xã hội, tham ô tiêu cực,...

CÂU HỎI

Câu 1: Giải thích các đặc điểm cơ bản của hoạt động kinh doanh? Phân biệt các loại hình kinh doanh? Cho ví dụ minh họa.

Câu 2: Phân biệt DNTN với công ty cổ phần. Trình bày các thuận lợi và khó khăn của DNTN, công ty Cổ phần.

Câu 3: Phân biệt DNTN với công ty TNHH MTV. Trình bày các thuận lợi và khó khăn của DNTN, công ty TNHH MTV.

Câu 4: Phân biệt công ty TNHH có 2 thành viên trở lên với công ty Cổ phần. Giải thích và cho ví dụ minh họa.

Câu 5: Người kinh doanh phải có các đặc trưng, tố chất và kỹ năng cần thiết nào? Tại sao? Cho ví dụ minh họa

Câu 6: Để khởi nghiệp kinh doanh cần đáp ứng các yêu cầu và điều kiện gì? Tại sao? Cho ví dụ minh họa.

Câu 7: Môi trường bên ngoài doanh nghiệp ảnh hưởng như thế nào đến khởi tạo và phát triển DN? Tại sao? Cho ví dụ minh họa.

Câu 8: Môi trường bên trong DN ảnh hưởng như thế nào đến khởi tạo và phát triển DN? Tại sao?

BÀI 2. LẬP KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH

Mục tiêu:

- Xác định được nhu cầu và thị trường để hình thành ý tưởng kinh doanh.
- Trình bày được các cấu trúc và nội dung chính của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh.
- Hình thành được ý tưởng kinh doanh tốt cho khởi sự kinh doanh.
- Xây dựng và trình bày được 01 bản kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh cụ thể dựa trên ý tưởng kinh doanh đã chọn.

Nội dung:

I. Ý tưởng kinh doanh và ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh

1. Xem xét nhu cầu và thị trường

1.1. Những nhu cầu thực tế của cuộc sống

- Những nhu cầu cơ bản về vật chất: Đây là những yếu tố nhằm thỏa mãn nhu cầu tối thiểu hàng ngày của con người và nhu cầu càng tăng của họ. Cụ thể, đó là: Nhu cầu về ăn, mặc, nhà ở, đi lại.
- Những nhu cầu về tinh thần: Những nhu cầu này ngày càng phong phú, đa dạng như: Nhu cầu học tập, du lịch, văn hóa, thể thao, tâm linh,..
- Những nhu cầu về nguyên liệu, vật liệu mới, công nghệ mới,...

1.2. Nhu cầu thị trường

Xác định nhu cầu thị trường nên hướng vào việc nghiên cứu thị trường để phát hiện xem trên thị trường cần gì mà người kinh doanh có thể đáp ứng.

- Nhu cầu hiện có
- Nhu cầu hoàn toàn mới. Khi xác định nhu cầu này cần xuất phát từ ý tưởng về nhu cầu thực tế của cuộc sống,...

Nội dung chủ yếu khi xác định nhu cầu thị trường:

- Xác định khách hàng;
- Xác định qui mô và xu hướng thị trường;
- Dự kiến doanh thu và thu nhập;

2. Hình thành ý tưởng kinh doanh

2.1. Phương pháp luận sáng tạo – Nảy sinh ý tưởng kinh doanh

2.1.1. Khái niệm

- Ý tưởng kinh doanh: Là ý nghĩ được hình thành từ mọi khía cạnh của cuộc sống nhằm giải quyết các khó khăn, hay đáp ứng các nhu cầu của cuộc sống với mục đích sinh lời. Ý tưởng kinh doanh là ý tưởng làm cơ sở triển khai HĐKD, là nghĩ ra cách giải quyết rất nhiều các vấn đề cần giải quyết trong cuộc sống của loài người bằng chính sản phẩm hoặc dịch vụ chính của bạn.

Ý tưởng kinh doanh là sự khác biệt so với đa số DN kinh doanh trong cùng lĩnh vực. Có được ý tưởng sáng tạo trong SP, DV thì việc định vị trở nên dễ dàng hơn nhiều so với việc bán những thứ hao hao giống nhau và cố tìm ra một điểm mạnh nào đó. Ý tưởng tạo nên sự khác biệt này phân đoạn được một tập hợp những người có mong muốn về lợi ích giống nhau trong một ngành hàng.

- Khởi nghiệp kinh doanh là một tổ chức của con người được thiết kế nhằm cung cấp sản phẩm và dịch vụ trong những điều kiện không chắc chắn nhất.

Khởi nghiệp kinh doanh là bạn tạo ra giá trị có lợi cho con người, cho xã hội hoặc nhóm khởi nghiệp, cho các cổ đông của công ty, cho người lao động, cho cộng đồng và nhà nước. Khởi nghiệp bằng việc thành lập DN sẽ tạo tăng trưởng kinh tế và dưới một góc độ nào đó sẽ tham gia vào việc phát triển kinh tế và XH.

Khởi nghiệp có thể là quá trình tạo ra một lĩnh vực HĐ mới cho riêng mình. Qua đó bạn có thể thuê các nhân viên về làm việc cho bạn và bạn là người quản lý công ty, DN của mình. Khởi nghiệp mang lại rất nhiều giá trị cho bản thân cũng như nhiều lợi ích cho xã hội, cho người lao động.

2.2. Cơ sở hình thành ý tưởng kinh doanh

- Hiểu biết về ngành, lĩnh vực kinh doanh
- Kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh
- Kỹ năng yêu cầu của ngành kinh doanh
- Khả năng thâm nhập thị trường
- Tính độc đáo (mới) của ý tưởng kinh doanh

Trên cơ sở đó định hướng hàng hóa (Cái mà mình có thể làm): Trình độ chuyên môn; Khả năng; Tay nghề; Bí quyết gia truyền; Nguồn lực sẵn có... Sản phẩm phải có sự độc đáo, khác biệt với các sản phẩm cùng loại hay doanh nghiệp khác.

Đồng thời, định hướng khách hàng: Căn cứ vào nhu cầu của thị trường; Căn cứ vào nhu cầu của cá nhân mà chưa đáp ứng được; Căn cứ vào nhu cầu của người khác mà bạn quan sát được ở xung quanh bạn; Căn cứ vào chính sách, sự ưu đãi của chính quyền nơi bạn sinh sống... từ đó xác định được khách hàng tiềm năng và phát triển được thị trường.

- Giải pháp kinh doanh

+ Doanh nghiệp – thị trường: Thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu, sản phẩm, dịch vụ khách hàng

+ Hợp tác kinh doanh: Độc lập hay góp vốn hay cổ phần hay mua lại hay nhượng quyền hay đại lý,...

2.3. Cách tìm ý tưởng kinh doanh

- Giải quyết khó khăn do chính mình gặp phải/mang đến lợi ích cho người xung quanh.

- Nghiên cứu, tham khảo, bắt chước (Copycat).

- Đi du lịch

- Theo đuổi đam mê

- Bắt đầu từ truyền thống gia đình

.....

- Ý tưởng (sản phẩm) khởi nghiệp “thành công”?

+ Tăng “niềm vui” bằng cách làm cho người tiêu dùng cảm thấy “hạnh phúc”

+ Giảm cảm giác “đau khổ” bằng cách “giải quyết vấn đề” cho người tiêu dùng: Cung cấp sản phẩm, dịch vụ với chi phí thấp nhất (rẻ), tiện lợi, nhanh chóng (nhanh) và chất lượng tốt nhất (cạnh tranh).

3. Các vấn đề pháp lý và xác định, lựa chọn cơ hội kinh doanh

3.1. Các vấn đề pháp lý

- Vấn đề pháp lý liên quan đến lựa chọn loại hình DN phù hợp với mục tiêu kinh doanh và kế hoạch phát triển của DN.

+ Hồ sơ đăng ký DN

+ Trình tự, thủ tục đăng ký DN

+ Giấy chứng nhận đăng ký DN,...

- Đặc biệt, đối với vấn đề bảo vệ pháp lý cho ý tưởng của mình cần tiến hành các thủ tục cần thiết để đăng ký quyền sở hữu trí tuệ cho các ý tưởng với Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam.

3.2. Các loại hình người khởi nghiệp có thể tham gia

Người khởi nghiệp có thể lựa chọn các hình thức pháp lý DN sau:

- DNTN;

- Hộ KD cá thể;

- Công ty hợp danh;

- Công ty TNHH;

- Công ty cổ phần.

Vấn đề pháp lý thích hợp cho khởi sự doanh nghiệp đòi hỏi phải có sự cân nhắc đánh giá cẩn thận vì mỗi loại hình DN đều có ưu và nhược điểm cũng như thích hợp với điều kiện kinh doanh cụ thể nhất định.

Sau khi khởi sự DN vẫn có thể thay đổi hình thức pháp lý của DN nhưng cũng tốn thời gian và chi phí. Do vậy lựa chọn hình thức pháp lý cho phù hợp là điều nên quan tâm và dành thời gian phù hợp suy nghĩ ngay từ khi bắt đầu có ý tưởng kinh doanh.

4. Ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh

Việc ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh của mỗi nhà KD phụ thuộc vào nhiều yếu tố. Tuy nhiên, nhà KD cũng không nên chuẩn bị đầy đủ điều kiện mới quyết định khởi nghiệp đôi khi sẽ mất đi cơ hội KD.

Các bước cần thực hiện khi ra quyết định KD:

- Xác định nhu cầu ra quyết định

- Chuẩn bị các bước ra quyết định

- Dự kiến các phương án và lựa chọn quyết định hợp lý

- Ra quyết định chính thức

- Quyết định phải được truyền đạt đến người thực hiện và tổ chức thực hiện quyết định.

- Kiểm tra việc thực hiện và điều chỉnh quyết định.

II. Nội dung chính của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh

- Kế hoạch kinh doanh là một tài liệu bằng văn bản, trình bày ý định của một doanh nghiệp muốn đến đâu và đến đó bằng cách nào. Kế hoạch kinh doanh là một văn bản trình bày ý tưởng KD và cách thức hiện thực hoá ý tưởng đó.

- Mục đích: trình bày chi tiết mô hình KD có khả năng khai thác tốt nhất cơ hội KD, triển vọng phát triển DN thể hiện qua các số liệu phản ánh kết quả và hiệu quả KD dự tính cho những năm đầu tiên DN đi vào hoạt động.

- Thời điểm lập: Khi chuẩn bị khởi sự KD và có thể sử dụng kế hoạch kinh doanh theo nghĩa thông thường như kế hoạch năm, quý, tháng,....

1. Cấu trúc, nội dung và hình thức của bản kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh

1.1. Cấu trúc và nội dung của bản kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh

Kế hoạch KD nên được viết một cách logic để người đọc có thể theo dõi và biết được những gì họ đọc và có thể đọc tiếp theo. Cấu trúc và nội dung nên có của một bản kế hoạch KD như sau:

1. Trang bìa
2. Mục lục
3. Thông tin doanh nghiệp, dự án (Căn cứ pháp lý)
4. Bối cảnh thành lập dự án (Mục tiêu của dự án)
5. Mô tả sản phẩm và dịch vụ
6. Đánh giá thị trường
7. Nhân sự
8. Tài chính/ Dự báo rủi ro
9. Kết luận (nếu cần)
10. Các phụ lục (nếu có)

Hoặc

1. Trang bìa.
2. Mục lục.
3. Tóm tắt dự án.
4. Phân tích ngành, đối thủ cạnh tranh
5. Kế hoạch tổ chức, hoạt động của công ty
6. Kế hoạch sản xuất kinh doanh
7. Kế hoạch Marketing
8. Kế hoạch tài chính/Đánh giá rủi ro, khó khăn và cách khắc phục
9. Kế hoạch phát triển dự án
10. Phụ lục

1.2. Hình thức của bản kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh

- Sử dụng cách đánh số thứ tự đề mục và hình thức trình bày tên đề mục (về font chữ, cỡ chữ,...) một cách hợp lý, rõ ràng sao cho người đọc có thể nhận biết nhanh chóng nội dung của từng mục và mối quan hệ về cấp độ của mỗi mục với các phần mục khác.

- Soát lỗi chính tả và văn phạm để đảm bảo bản kế hoạch không gây những phản cảm không cần thiết đối với người đọc.

- Nên chú ý sử dụng biểu bảng, hình vẽ, ảnh, sơ đồ, đồ thị trong bản kế hoạch (nếu in màu thì càng tốt) để làm cho văn bản thêm sinh động và dễ theo dõi hơn.

- Người khởi nghiệp có thể viết kế hoạch KD theo bất kỳ kết cấu cụ thể nào với sự sắp xếp thứ tự khác nhau các phần/mục trong kế hoạch. Tuy nhiên, người khởi nghiệp lưu ý khi trình bày kế hoạch cho những đối tượng chuyên nghiệp (các nhà đầu tư, các tổ chức tín dụng,...) thì nên thiết kế cấu trúc bản kế hoạch gần gũi với kết cấu được giới thiệu.

2. Kế hoạch về sản xuất, kinh doanh

- Kế hoạch sản xuất cung cấp tổng quan về kế hoạch SX. So sánh DN với đối thủ cạnh tranh về chi phí, chất lượng SP, thời gian cung ứng và sự linh hoạt trong hoạt động. Nên nhấn mạnh những khía cạnh tạo nên lợi thế so sánh của DN.

- Nội dung kế hoạch SX:

+ Luận giải về địa điểm các cơ sở SX và cho biết chúng cải thiện lợi thế cạnh tranh của DN như thế nào?

+ Trình bày về các điều kiện sẵn có như lao động, các qui định của địa phương, công tác vận chuyển, kết cấu hạ tầng, các nhà cung ứng đầu vào,...

+ Mô tả các trang thiết bị phục vụ SX: mua hay thuê các thiết bị?

+ Khả năng phát triển SX trong tương lai sẽ được đáp ứng như thế nào?

Cần đưa ra các thông tin thực tế để làm tăng tính thuyết phục của bản KHKD

- Phạm vi của hoạt động sản xuất

+ Mô tả quá trình SX trên một sơ đồ nhằm hỗ trợ cho việc ra quyết định: Những khâu nào của quá trình SX sẽ tự thực hiện và những chi tiết nào thì mua ngoài? Quy tắc chung là để hoạt động SX cho đối tác bên ngoài thực hiện càng nhiều càng tốt với điều kiện DN phải kiểm soát các hoạt động SX có ảnh hưởng quyết định đến lợi thế cạnh tranh của DN.

+ Nên trình bày các quan hệ đối tác với những người bán, các nhà cung cấp đầu vào và các đối tác khác. DN cần sử dụng biểu đồ sẽ giúp: Hình dung các mối quan hệ này và có cách quản lý chúng tốt hơn hoặc loại bỏ quan hệ nào đó; Xác định nhu cầu về nhân lực: cung cấp 1 chỉ báo để xác định cần bao nhiêu công nhân SX dựa vào số giờ máy hoạt động, số ca làm việc,...

- Các hoạt động đang tiếp diễn

+ Cung cấp thông tin chi tiết về các hoạt động hàng ngày của DN: Mỗi ngày SX bao nhiêu SP và cần những loại đầu vào nào. Sơ đồ tổng quan về chu trình hoạt động mô tả tác động của hoạt động SX đến dòng tiền

+ Tính chất cụ thể: Bản kế hoạch có thể thiết lập các chỉ tiêu đánh giá hoạt động giúp theo dõi và điều chỉnh quá trình SX trong tương lai và kế hoạch tác nghiệp cần mô tả công việc cụ thể.

3. Kế hoạch về nhân sự, tổ chức

- Kế hoạch về nhân sự, tổ chức thể hiện: Hoạch định nhu cầu nhân sự, tuyển dụng, lựa chọn, bố trí, sử dụng, đánh giá, bồi dưỡng và đào tạo, thăng tiến nhân sự.

- Công tác tổ chức nhân sự được thể hiện thông qua loại hình tổ chức, hình thức pháp lý DN, quy mô khi tiến hành khởi nghiệp KD.

- Xác định các thành viên trong nhóm điều hành DN và chức danh của họ. Ban cố vấn, hội đồng quản trị, các đối tác chiến lược và các đối tác bên ngoài. Dự tính vấn đề thù lao và quyền sở hữu: Xây dựng một bảng mô tả phần vốn sở hữu, vai trò và chế độ đãi ngộ các thành viên chính trong nhóm.

4. Kế hoạch về tài chính, cơ sở vật chất

- Báo cáo dòng tiền đóng vai trò như một hệ thống cảnh báo sớm về các vấn đề có thể phát sinh và bảng cân đối kế toán cho phép theo dõi và điều chỉnh những tiến triển của DN mới. Soạn thảo các báo cáo tài chính xác thực là một trong những khó khăn lớn nhất mà nhiều doanh nhân phải vượt qua.

4.1. Mục tiêu kế hoạch tài chính

- Ước tính được nguồn vốn kinh doanh
- Tính toán được chi phí cần thiết cho khởi nghiệp
- Ước tính được lượng hàng bán ra
- Dự báo chính xác được doanh thu
- Tính toán được lợi nhuận và kết quả hoạt động dự kiến.

4.2. Nội dung kế hoạch tài chính

4.2.1. Tính nhu cầu về nguồn vốn

- Dựa trên ước tính về lượng vốn cần thiết bạn có thể phát triển một bản liệt kê nguồn vốn và sử dụng vốn:

+ Phần nguồn vốn trình bày chi tiết lượng vốn cần bao nhiêu và các nguồn vốn được huy động. Nên huy động đủ vốn cho sự tồn tại của DN trong khoảng từ 12 đến 18 tháng.

+ Phần sử dụng vốn sẽ chỉ ra những đồng vốn huy động được sẽ được sử dụng như thế nào.

- Nhu cầu về vốn được xác định trên cơ sở:

- + Chi phí khởi sự;
- + Chi phí đầu tư tài sản cố định;
- + Chi phí vận hành;
- + Vốn lưu động.

Ví dụ: Bảng liệt kê nguồn vốn và sử dụng vốn

ĐVT: triệu đồng

Nguồn vốn	Số tiền	Sử dụng vốn	Số tiền
- Sáng lập viên	900	- MMTB, nhà xưởng	800
- Bạn bè/gia đình	350	- Thiết bị văn phòng, phần mềm	100
		- Dự trữ tồn kho	250
		- Chi phí khởi sự	20
		- Chi phí vận hành	50
		- Vốn hoạt động/dự phòng	30
Tổng nguồn vốn	1.250	Tổng vốn sử dụng	1.250

4.2.2. Xác định kết quả hoạt động

a. Dự báo doanh thu

- Doanh thu đại diện cho tổng số thu từ việc bán mọi thứ mà doanh nghiệp có được từ việc kinh doanh. Doanh thu còn được gọi là hàng bán. Hàng bán thường là số thu từ hoạt động kinh doanh bình thường. Doanh thu không bao gồm những khoản thu nhập khác như bán bất động sản để dời doanh nghiệp.

- Dự báo doanh thu trên cơ sở ước tính lượng hàng bán ra giúp cho chúng ta có được bức tranh về lãi lỗ của DN khi KD, cũng như xác định được sản lượng an toàn mà DN cần phải đạt được trong KD bằng cách:

- + Dựa trên kinh nghiệm bản thân
- + So sánh với các cơ sở kinh doanh tương tự
- + Điều tra

- + Bán hàng thử
- + Gửi thư đặt hàng
- Công thức tính doanh thu:

$$\text{DOANH THU} = \text{GIÁ BÁN} \times \text{SỐ LƯỢNG SP/DV TIÊU THỤ}$$

b. Ước tính chi phí

- Nội dung chi phí của DN: Chi phí khởi sự, tiền thuê nhà, chi phí bán hàng, chi phí nguyên vật liệu, lương nhân viên, chi phí vận chuyển, chi phí điện, nước, bảo trì, chi phí khấu hao tài sản cố định,...

Chi phí bao gồm các khoản chi cho hoạt động bán hàng, marketing, kế toán, nhân sự... số tiền này thường liên quan tới thời gian hơn là số sản phẩm được tạo ra, chi phí thường gồm lương, tiền thuê, và khấu hao thiết bị và phương tiện.

Khấu hao là một cách thức hạch toán để phân rải giá thành của một tài sản trong suốt thời gian sử dụng ước tính của nó, không phân biệt tài sản có được mua và trả tiền như thế nào.

- Chi phí trong DN được phân loại thành:

+ Định phí (FC): Chi phí không thay đổi theo sản phẩm đầu ra hoặc doanh số.

Ví dụ: lương thời gian, tiền thuê tài sản, thuế môn bài...

+ Biến phí (VC): chi phí biến đổi theo sản phẩm đầu ra hoặc doanh số.

Ví dụ: điện, nước, chi phí sản xuất, chi phí bán hàng, hoa hồng theo doanh số...

+ Khi sản xuất và doanh số tăng: Định phí sẽ không thay đổi còn biến phí thay đổi. Biến phí là hàm số thay đổi theo doanh số còn định phí là hàm số thay đổi theo thời gian.

- Giá thành đại diện cho các khoảng chi có liên quan gần tới việc sản xuất ra sản phẩm hay dịch vụ đang được bán. Trong DN bán lẻ, thì về cơ bản giá thành là giá bán buôn của sản phẩm cộng với chi phí vận chuyển vào.

Trong DN sản xuất, giá thành thường bao gồm luôn cả các chi phí phụ khác phục vụ cho sản xuất hàng hoá.

Trong DN dịch vụ, giá thành bao gồm tiền lương cho những người cung cấp dịch vụ, khấu hao các dụng cụ và thiết bị, chi phí phục vụ hoạt động.

- Điểm hòa vốn: Là điểm mà tại đó doanh thu bán ra vừa để bù đắp tất cả các chi phí, bao gồm chi phí cố định (định phí) và chi phí khả biến (biến phí). Điều này có nghĩa là tại điểm hoà vốn người sản xuất (doanh nghiệp) không thu được lãi, nhưng cũng không bị lỗ.

(1) Doanh thu (TR) = (2) Chi phí (TC)

(1) Giá bán (P) x Sản lượng hàng bán (Q)

(2) Định phí (FC) + Biến phí của 1 đơn vị sản phẩm (VC) x Q

+ Sản lượng hòa vốn:

$$Q_{HV} = \frac{FC}{P - VC}$$

+ Doanh thu hòa vốn (DN sản xuất và tiêu thụ 1 loại sản phẩm):

$$S_{HV} = Q_{HV} \times P$$

Doanh thu hòa vốn (DN sản xuất và tiêu thụ nhiều loại sản phẩm):

$$S_{HV} = \frac{FC}{1 - \frac{V}{S}}$$

c. Kết quả hoạt động kinh doanh

- Thu nhập trước khi trừ tiền lãi và các khoản thuế (EBIT): là một khoảng thu nhập quan trọng trong bảng tổng kết thu nhập bởi nó chỉ ra mức lợi nhuận của công ty trước khi tính đến việc được tài trợ như thế nào. Khoảng mục này đôi khi còn được gọi là lãi kinh doanh.

EBIT rất có ý nghĩa trong việc so sánh kết quả kinh doanh của công ty được tài trợ bằng vốn vay và vốn tự có.

Lợi nhuận gộp (EBIT) = Doanh thu thuần – Giá vốn hàng bán

- Tổng thu nhập chưa trừ thuế: Tổng chênh lệch trừ đi tất cả các chi phí gồm cả tiền lãi sẽ cho ra thu nhập chưa trừ thuế. Đây chính là cái mà DN tạo ra trước khi nộp thuế cho nhà nước.

Lợi nhuận trước thuế = (Lợi nhuận gộp – CPBH – CPQLDN) + (Doanh thu khác – Chi phí khác)

- Thu nhập ròng được tính bằng cách trừ thuế khỏi thu nhập chưa trừ thuế và được coi là khoảng mục cuối cùng (bottom line). Thu nhập ròng là số tiền thuộc về những người chủ sở hữu. Số tiền này có thể trả cho chủ sở hữu hoặc giữ lại trong công ty (thu nhập giữ lại).

Lợi nhuận ròng (LN sau thuế hay lãi ròng) = Lợi nhuận trước thuế - Thuế thu nhập DN phải nộp

5. Đánh giá hiệu quả và tính khả thi của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh

5.1. Hiệu quả kinh tế

Hiệu quả kinh tế là chỉ tiêu chất lượng quan trọng trong tổ chức HĐKD. Nó nói lên trình độ sử dụng lao động xã hội đã hao phí trong quá trình kinh doanh và được phản ánh bằng sự so sánh giữa kết quả SX đã thu được với chi phí SX đã bỏ ra và ngược lại.

Hiệu quả kinh tế được xác định theo công thức:

$$HQKT = \frac{KQSX}{CPSX}$$

5.2. Tính khả thi của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh

Tính khả thi của kế hoạch khởi nghiệp có thể thể hiện bằng một số chỉ tiêu sau:

- Xác định hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả KD = Kết quả thu được – Chi phí bỏ ra

- Hệ số doanh lợi (HSDL)

$$HSDL = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Doanh thu}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng doanh thu có thể tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận.

- Doanh thu bình quân một lao động: phản ánh một lao động có thể làm ra bao nhiêu đồng doanh thu.

$$DT_{bqLD} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Số lao động}}$$

6. Kế hoạch marketing

- Marketing là việc xác định và thoả mãn nhu cầu của khách hàng tốt hơn của đối thủ để kiếm lời.

- Trình bày một cách chi tiết và chính xác những gì mà công ty sẽ làm để bán sản phẩm của mình. Kế hoạch Marketing bao gồm:

+ Mục tiêu Marketing là gì? Kế hoạch tổng quát để đưa sản phẩm ra thị trường, khách hàng mục tiêu là ai?

+ Phân khúc thị trường nào công ty sẽ phục vụ? Công ty sẽ sử dụng kênh phân phối nào? Người cung cấp hàng hoá ra thị trường là ai?

+ Kế hoạch xúc tiến hoạt động kinh doanh là gì: Quảng cáo, quan hệ công chúng, hội chợ thương mại và những hoạt động khác cũng phải được lên kế hoạch.

+ Ai sẽ là đối thủ cạnh tranh? Công ty sẽ cạnh tranh với đối thủ như thế nào?

+ Thị trường sẽ trả bao nhiêu (giá bán thị trường) cho sản phẩm hay dịch vụ của công ty? Giá trị gia tăng gì công ty dành cho khách hàng.

6.1. Kế hoạch thị trường mục tiêu

- Cần lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị SP của mình một cách thích hợp.

- Người khởi nghiệp cần xác định các tiêu chí xác đáng để phân đoạn thị trường và sau đó bạn quyết định tập trung vào các đoạn thị trường mục tiêu nào.

6.2. Kế hoạch sản phẩm/dịch vụ

- Được hình thành từ kế hoạch thị trường mục tiêu nhằm mô tả sản phẩm của bạn được khác biệt hoá so với các sản phẩm cạnh tranh như thế nào.

- Cần luận giải lý do tại sao khách hàng sẽ chuyển sang mua hàng của bạn và làm cách nào bạn giữ chân được khách hàng.

- Luận giải về cách thức bạn phục vụ khách hàng:

+ Những hỗ trợ kỹ thuật nào bạn sẽ cung cấp?

+ Bạn có chính sách bảo hành không?

+ Những nâng cấp SP nào sẽ được đưa ra và bao giờ?

6.3. Kế hoạch giá

- Xác định giá cho SP luôn luôn là một việc khó. Có hai cách tính giá cơ bản là phương pháp cộng chi phí và phương pháp cầu thị trường:

+ Phương pháp cộng chi phí

Giá cả = giá thành + lợi nhuận kỳ vọng

Người khởi nghiệp nên tránh sử dụng vì khó xác định chính xác chi phí thực tế, các DN mới thường đánh giá quá thấp chi phí thực tế nên không phù hợp thị trường.

+ Phương pháp định giá theo thị trường: Tìm hiểu thị trường và xác định một mức giá hợp lý là cách làm tốt hơn.

6.4. Kế hoạch phân phối

- Xác định cách thức bạn tiếp cận với khách hàng của bạn

- Kế hoạch phân phối có nội dung rộng lớn hơn là những khía cạnh mang tính tác nghiệp. Nó có thể quyết định tương lai của DN nhanh hoặc thậm chí hơn cả SP vì chi phí trong quá trình chuyển SP đến tay khách hàng ở khâu này chiếm tỉ trọng lớn.

- Cần biết hiện nay khách hàng nhận được SP như thế nào:

- + Kênh phân phối nào có hiệu nhất?
- + Bạn có thể tiếp cận được kênh phân phối này không?
- + Vấn đề cơ bản là cần xác định các kênh phân phối thích hợp và sau đó đánh giá chi phí cao đến mức nào để tiếp cận các kênh phân phối đó.

6.5. Kế hoạch quảng cáo và khuyến trương

- Chuyên thông điệp đến khách hàng một cách có hiệu quả đòi hỏi công cụ quảng cáo và khuyến trương phù hợp.

- Để hoạt động quảng cáo và khuyến trương có hiệu quả cần lựa chọn cẩn thận các kế hoạch thích hợp:

+ Chỉ ra những cách nào có hiệu quả nhất giúp bạn đến với các khách hàng mục tiêu của mình?

+ Nếu biết tên khách hàng mục tiêu thì nên gửi thư trực tiếp cho họ. Hãy thử tận dụng những kỹ thuật cơ bản như nỗ lực quan hệ công chúng trên các phương tiện thông tin đại chúng chủ đạo.

6.6. Kế hoạch bán hàng

- Kế hoạch bán hàng đóng vai trò là xương sống hỗ trợ cho tất cả các phần trên

- Nội dung:

+ Xác định các cách thức bạn tiến hành bán hàng .

+ Mô tả chất lượng và số lượng nguồn nhân lực cần dành cho nỗ lực bán hàng: bao nhiêu nhân viên bán hàng, nhân viên hỗ trợ khách hàng,... họ là nhân viên nội bộ công ty hay bạn thuê ngoài? Bạn sẽ bố trí họ vào lực lượng bán hàng chuyên trách hay sẽ có những nhân viên khác nhau tham gia vào lực lượng bán hàng tại những thời điểm khác nhau?

6.7. Các dự báo marketing và bán hàng

- Cần trình bày dự báo về doanh thu trong tương lai. Có thể áp dụng hai phương pháp:

+ Phương pháp so sánh: Dựa theo các kết quả đạt được của các đối thủ cạnh tranh hoặc có điều chỉnh theo thời gian tồn tại của DN, những khác biệt về các đặc tính của sản phẩm, dịch vụ hỗ trợ như quảng cáo, xúc tiến bán,...

- Phương pháp tự xác định:

+ Bạn tự xác định tất cả các nguồn phát sinh doanh thu

+ Ước tính giá trị tạo ra từ mỗi nguồn đó là bao nhiêu mỗi ngày/trong mỗi thời kỳ ngắn nào đó.

+ Tập hợp các ước lượng đó cho khoảng thời gian dài hơn (tháng, quý, năm) để có ước tính sơ bộ về doanh thu.

+ Tiếp tục điều chỉnh theo những biến động theo mùa

CÂU HỎI

Câu 1: Anh/chị hiểu thế nào là khởi nghiệp kinh doanh và ý tưởng kinh doanh? Mọi quan hệ giữa chúng? Cho ví dụ minh họa.

Câu 2: Trình bày cơ sở hình thành ý tưởng kinh doanh và cách tìm ý tưởng kinh doanh. Nêu 2 ý tưởng kinh doanh của bản thân và giải thích tại sao chọn ý tưởng kinh doanh này?

Câu 3: Nêu cấu trúc của 1 kế hoạch kinh doanh. Trình bày nội dung kế hoạch sản xuất kinh doanh trong kế hoạch khởi tạo DN. Cho ví dụ minh họa.

Câu 4: Trình bày nội dung kế hoạch marketing trong kế hoạch kinh doanh khởi tạo DN. Cho ví dụ minh họa.

Câu 5: Thực hành Lập một kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh với ý tưởng kinh doanh phù hợp.

BÀI 3. TỔ CHỨC THỰC HIỆN KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH

Mục tiêu:

- Trình bày được nội dung tổ chức các hoạt động kinh doanh và bộ máy điều hành kinh doanh.
- Xác định được các nguồn lực cần thiết khi khởi nghiệp kinh doanh.
- Tổ chức được quá trình sản xuất kinh doanh và bộ máy điều hành kinh doanh cho doanh nghiệp.
- Tạo lập và sử dụng được các nguồn lực kinh doanh hiệu quả.

Nội dung:

I. Tổ chức các hoạt động kinh doanh

1. Lựa chọn địa điểm kinh doanh

1.1. Tầm quan trọng của việc lựa chọn địa điểm kinh doanh

- Địa điểm kinh doanh là nơi đặt DN và các bộ phận của nó.
- Địa điểm KD ảnh hưởng đến doanh thu, chi phí do đó ảnh hưởng đến lợi nhuận, thành công và sự tồn tại cũng như phát triển trong tương lai của công việc KD. Lựa chọn địa điểm KD hợp lý khi khởi sự sẽ làm giảm rủi ro của công việc KD.

- Các loại hình KD, ngành nghề khác nhau thì tầm quan trọng của địa điểm KD cũng khác nhau. Vai trò của địa điểm KD đối với DN bán hàng tiêu dùng khác hoàn toàn với DNSX, KDDV.

- Các quyết định về lựa chọn địa điểm đặt trụ sở, cửa hàng KD luôn diễn ra trong suốt quá trình phát triển KD của DN. Khi công việc KD đã ổn định và phát triển tốt, người khởi nghiệp có thể cân nhắc đến việc lựa chọn vị trí, địa điểm mới để mở rộng KD, đặt thêm cửa hàng, giảm chi phí, gần khách hàng hơn hoặc có được những thuận lợi khác,...

1.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn địa điểm KD

- Khả năng tiếp cận khách hàng.
- Điều kiện môi trường KD;
- Yếu tố đầu vào của SX: Gần nguồn nguyên liệu, nguồn nhân lực thích hợp, tính thuận tiện của địa điểm.
- Chi phí.
- Sở thích cá nhân của chủ DN,...

2. Tổ chức quá trình sản xuất

- Khái niệm quá trình SX: Là hoạt động có ích của con người trên cơ sở sử dụng có hiệu quả đất đai, vốn, máy móc thiết bị, các phương pháp quản lý và công cụ lao động khác tác động lên các đối tượng lao động như nguyên vật liệu, bán thành phẩm và biến các yếu tố đầu vào thành SP, dịch vụ.

- Tổ chức SX là việc sắp xếp, bố trí để phối hợp các yếu tố của quá trình SX một cách hiệu quả.

- Nội dung tổ chức SX bao gồm:

+ Xác định loại hình SX cho các nơi làm việc, bộ phận SX một cách hợp lý, trên cơ sở đó xây dựng các bộ phận SX.

+ Bố trí SX nội bộ.

Tổ chức quá trình SX có ý nghĩa quyết định đối với mọi hoạt động của DN. Nó bảo đảm kết hợp khéo léo, hợp lý các yếu tố SX, liên kết chặt chẽ các khâu, các giai đoạn và các bước của quá trình SX.

II. Tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh

1. Yêu cầu của tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh

Trong phạm vi từng DN, việc tổ chức bộ máy điều hành KD phải đáp ứng được các yêu cầu chủ yếu sau:

- Đảm bảo hoàn thành những nhiệm vụ KD, phải thực hiện đầy đủ, toàn diện các chức năng quản lý DN.
- Đảm bảo thực hiện nghiêm túc chế độ một thủ trưởng, chế độ trách nhiệm cá nhân rõ ràng.
- Phù hợp với qui mô SX, thích ứng với những đặc điểm kinh tế, kỹ thuật của DN.
- Bảo đảm yêu cầu vừa tinh giản, vừa vững mạnh trong bộ máy điều hành.

Thực hiện đầy đủ những yêu cầu trên sẽ tạo hiệu lực và quyền uy của bộ máy điều hành.

2. Cơ cấu tổ chức

- Cơ cấu tổ chức điều hành KD: là tổng hợp các bộ phận khác nhau có mối liên hệ và quan hệ phụ thuộc lẫn nhau được chuyên môn hoá, được giao những trách nhiệm, quyền hạn nhất định và được bố trí theo từng cấp nhằm thực hiện mục tiêu KD.

- Các kiểu cơ cấu tổ chức

+ Cơ cấu trực tuyến:

Đặc điểm: Là một kiểu tổ chức bộ máy mà một cấp quản lý chỉ nhận mệnh lệnh từ một cấp trên trực tiếp. Hệ thống trực tuyến hình thành một đường thẳng rõ ràng về quyền ra lệnh, trách nhiệm và lãnh đạo cấp cao đến cấp cuối cùng.

Cơ cấu kiểu này đòi hỏi người quản trị ở mỗi cấp phải có những hiểu biết tương đối toàn diện về các lĩnh vực. Hệ thống quản trị theo trực tuyến phù hợp với các doanh nghiệp nhỏ.

Ưu điểm: Bảo đảm tính thống nhất trong hoạt động quản trị và xóa bỏ việc một cấp (bộ phận) quản trị phải nhận nhiều mệnh lệnh quản trị khác nhau.

Hạn chế: Trưởng các cấp (bộ phận) phải có trình độ tổng hợp vì không sử dụng chuyên gia trong HĐ QT. Đường ra quyết định quản trị dài và phức tạp nên hao phí lao động lớn.

+ Cơ cấu chức năng:

Đặc điểm: Các bộ phận quản lý cấp dưới nhận mệnh lệnh từ nhiều phòng ban chức năng khác nhau. Đôi khi các mệnh lệnh này có thể trái ngược nhau hoặc mâu thuẫn với nhau, gây khó khăn cho cấp thừa hành. Có thể phân chia các bộ phận theo các chức năng cơ bản: Chức năng sản xuất; Chức năng kỹ thuật; Chức năng marketing; Chức năng tài chính, Chức năng nhân sự...

Ưu điểm: Tận dụng được các chuyên gia trong hoạt động quản trị và xóa bỏ đường thẩm quyền phức tạp.

Hạn chế: Cấp dưới phải nhận nhiều lệnh của nhiều cấp trên khác nhau nên phá vỡ tính thống nhất của quản trị. Gây ra sự chòng chéo, khó tách bạch thẩm quyền của các đốc công chức năng.

+ Cơ cấu trực tuyến - chức năng

Đặc điểm: Là một cơ cấu quản lý kết hợp trong hệ thống trực tuyến – chức năng, quan hệ quản lý trực tuyến từ trên xuống dưới vẫn tồn tại, nhưng để giúp cho người quản lý ra các quyết định đúng đắn, có các bộ phận chức năng giúp việc trong các lĩnh vực như xây dựng kế hoạch, quản lý nhân sự, marketing, tài chính – kế toán, quản lý kỹ thuật – công nghệ sản xuất...

Ưu điểm: Gắn việc sử dụng chuyên gia ở các bộ phận chức năng với hệ thống trực tuyến mà vẫn giữ được tính thống nhất của quản trị ở mức độ nhất định.

Hạn chế: Tạo ra nhiều tầng, nhiều cấp, nhiều trung gian nên phát sinh nhiều mối quan hệ cần xử lý. Chi phí KD cho hoạt động ra quyết định là rất lớn. Không thích hợp với môi trường KD biến động.

+ Cơ cấu tổ chức theo ma trận

Đặc điểm: Cơ cấp này được xây dựng dựa trên nguyên tắc song trùng lãnh đạo. Người thực hiện chịu sự chỉ đạo trực tiếp từ các chủ nhiệm đề án lãnh đạo đồng thời chịu sự chỉ đạo từ các phòng ban chức năng.

Ưu điểm: Hoạt động rất linh hoạt, sử dụng nhân viên rất hiệu quả dễ dàng thành lập hoặc giải tán một bộ phận nào đó mà không ảnh hưởng đến các bộ phận còn lại. Các quyết định đề ra thường ít bị sai lầm bởi có nhiều người tham gia.

Nhược điểm: Cơ cấu chồng chéo, phức tạp. Do đó đòi hỏi những qui định rõ ràng về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận khác.

III. Tạo lập và sử dụng các nguồn lực kinh doanh

1. Tạo lập và sử dụng vốn kinh doanh

1.1. Xác định nguồn vốn

Mỗi tổ chức, DN có các nguồn vốn khác nhau: Nguồn vốn chủ sở hữu hay nguồn vốn vay.

- Nguồn vốn chủ sở hữu: Là các nguồn vốn thuộc sở hữu của chủ DN và các thành viên trong công ty liên doanh hoặc các cổ đông trong các công ty cổ phần.

Các chủ sở hữu góp vốn để cùng nhau tiến hành một hoạt động SX, KD và cùng chia sẻ lợi nhuận tạo ra từ các hoạt động này của DN cũng như cùng gánh chịu những khoản lỗ nếu kinh doanh không có lãi.

Vốn chủ sở hữu là một trong những nguồn tài trợ thường xuyên trong DN. Chỉ khi nào đơn vị ngừng hoạt động hoặc phá sản, lúc này đơn vị phải dùng tài sản của đơn vị, trước hết ưu tiên thanh toán cho các chủ nợ, sau đó tài sản còn lại mới chia cho các chủ sở hữu theo tỷ lệ vốn góp của họ. Một DN có thể có một hoặc nhiều chủ sở hữu.

- Nợ phải trả: là số tiền nợ các cá nhân hay công ty khác, khi họ đã bán hàng hóa, dịch vụ, nguyên liệu cho DN nhưng DN chưa thanh toán vì đã mua chúng dưới hình thức tín dụng thương mại hay nguồn vốn vay là giá trị vốn mà người KD, DN có thể đi vay để phục vụ cho hoạt động KD,...

1.2. Các hình thức huy động vốn

DN có thể huy động vốn bằng nhiều hình thức hay cách thức khác nhau, tùy theo khả năng của người KD, theo hình thức nào hay nguồn nào để đáp ứng yêu cầu về vốn KD. Mỗi hình thức huy động vốn đều có những ưu và nhược điểm riêng của nó.

Việc lựa chọn cách thức huy động phụ thuộc vào loại hình KD, đặc điểm ngành nghề, khả năng tài chính của DN, môi trường KD hiện tại,.. và ý thích, định kiến cá nhân của người chủ DN với mỗi loại vốn.

- Vốn của người sáng lập:

Phần lớn các chủ DN đều khởi sự từ nguồn vốn này. Bản thân họ phải bỏ một khoản vốn nhất định vào KD để chứng tỏ cam kết lâu dài của mình trong công việc KD trước khi có thể thuyết phục bất cứ nhà tài trợ, hay một đối tác nào khác đầu tư vào công việc KD. Nếu chủ DN chưa sẵn sàng chấp nhận rủi ro để có được lợi nhuận mang lại trong KD, khó có thể thuyết phục người khác hay các nguồn đầu tư khác đổ tiền vào việc đầu tư.

- Vốn vay từ bạn bè và người thân:

Nếu khoản vốn thiếu không lớn thì có thể vay của bạn bè hoặc người thân. Cái lợi là các khoản vay này có thể đạt được nhanh chóng, lãi suất thấp, có thể khất hẹn nếu chưa có khả năng thanh toán. Tuy nhiên nó cũng có các hạn chế: Họ không sẵn sàng, không có khả năng hoặc không muốn cho bạn mượn tiền mà lại khó từ chối; Họ có thể cần tiền vào những thời điểm không dự tính trước; Việc vay mượn có thể phá vỡ quan hệ tốt đẹp, đánh mất tình cảm quan hệ với người thân.

- Vốn vay từ ngân hàng và các tổ chức tín dụng:

Ngân hàng là nguồn cung cấp tài chính dồi dào cho các DN. Hiện nay có khá nhiều ngân hàng thương mại nước ta luôn sẵn sàng cho các DN vay vốn để đưa vào SXKD. Một số ngân hàng và tổ chức tài chính sẵn sàng cho DN vay với lãi suất ưu đãi cho DN hoạt động trong các ngành nghề, lĩnh vực nhất định.

- Vốn từ đối tác kinh doanh:

Hợp tác KD có thể là một phương thức huy động vốn hiệu quả. Người khởi nghiệp có thể chia sẻ gánh nặng về vốn đầu tư, rủi ro, trách nhiệm và những nỗi lo trong KD với các đối tác. Hơn nữa, sự hợp tác có thể tạo ra được những hỗ trợ lẫn nhau bằng cách tận dụng các thế mạnh của nhau, vì không ai có thể giỏi ở mọi lĩnh vực. Đối tác KD có thể là người thân trong gia đình, bạn bè hoặc bất cứ ai được tin tưởng sẽ có sự cộng tác tốt đẹp.

- Vốn từ công ty cho thuê tài chính:

Người khởi sự cũng có thể thuê thiết bị ở các công ty cho thuê tài sản, các công ty thuê mua tài chính để giảm gánh nặng đầu tư.

- Vốn từ các nguồn khác:

Một số nhà cung cấp cho nợ tiền mua thiết bị, công nghệ hoặc có thể lựa chọn hình thức mua dưới dạng trả góp cũng giúp giảm gánh nặng về vốn cho DN. Khách hàng: đề nghị họ ứng trước một khoản tiền nhất định. Các tổ chức, chương trình hỗ trợ DN của chính phủ và địa phương. Thông qua quảng cáo rao vặt, tìm trên Internet để kiếm nguồn tài trợ.

2. Hoạch định và sử dụng nguồn nhân lực

2.1. Hoạch định nguồn nhân lực

- Hoạch định nguồn nhân lực là quá trình nghiên cứu, xác định nhu cầu nguồn nhân lực, đưa ra các chính sách và thực hiện các chương trình, hoạt động bảo đảm cho DN có đủ nguồn nhân lực với các phẩm chất, kỹ năng phù hợp để thực hiện công việc có năng suất, chất lượng và hiệu quả cao theo các chiến lược của DN.

- Ý nghĩa của hoạch định nguồn nhân lực:

+ Giúp cho tổ chức XD rõ khoảng cách giữa hiện tại và định hướng tương lai về nhu cầu nhân lực của tổ chức;

+ Chủ động thấy trước được các khó khăn và tìm các biện pháp nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực.

+ Giúp cho tổ chức thấy rõ hơn những hạn chế và cơ hội của nguồn tài sản nhân lực mà tổ chức hiện có.

- Căn cứ hoạch định nguồn nhân lực

+ Chiến lược KD

+ Số lượng và chất lượng lao động cần bổ sung

+ Tiến bộ kỹ thuật và khả năng ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, chuyển giao công nghệ.

+ Năng lực tài chính

- Quy trình hoạch định nguồn nhân lực

+ Bước 1: Dự báo nhu cầu nguồn nhân lực

+ Bước 2: Phân tích thực trạng nguồn nhân lực

+ Bước 3: Đưa ra quyết định tăng hoặc giảm nguồn nhân lực

+ Bước 4: Lập kế hoạch thực hiện

+ Bước 5: Đánh giá việc thực hiện kế hoạch

2.2. Sử dụng nhân lực

- Bố trí và sử dụng nhân lực là sự sắp xếp, bố trí và phân công lao động, quản trị lao động nhằm giải quyết 3 mối quan hệ cơ bản sau: Người lao động và đối tượng lao động; Người lao động và máy móc thiết bị; Người lao động với người lao động trong quá trình lao động.

- Nội dung sử dụng nhân lực:

+ Phân công lao động: là sự phân công thành những phần việc khác nhau theo số lượng và tỷ lệ nhất định phù hợp với đặc điểm kinh tế kỹ thuật của DN. Trên cơ sở đó bố trí công nhân cho từng công việc phù hợp với khả năng và sở trường của họ. Phân công lao động chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố: cơ cấu SX, loại hình SX, trình độ tổ chức quản lý, trình độ kỹ thuật...

+ Hiệp tác lao động: là sự phối hợp công tác giữa những người lao động, giữa các bộ phận làm việc thành những nhóm để đạt được mục đích cuối cùng là chế tạo SP hoàn chỉnh, hay hoàn thành một khối lượng công việc nào đó.

+ Trả công lao động và đảm bảo lợi ích người lao động:

Tiền lương là khoản tiền mà người lao động nhận được sau một thời gian làm việc cho DN hay cho các chủ sở hữu căn cứ vào số lượng, chất lượng lao động và kết quả SXKD của DN.

Tiền lương được coi là giá cả sức lao động, vì vậy áp dụng chế độ trả lương cho người lao động phù hợp với nguyên tắc phân phối theo lao động, sẽ là động lực kích thích mạnh mẽ, tạo động cơ cho họ làm việc với hiệu suất cao.

Đảm bảo lợi ích người lao động: Ngoài lương, thưởng người lao động mong muốn được hưởng thêm những sự quan tâm khác đó chính là lợi ích của người lao động như: BHXH, BHYT, KPCĐ; trợ cấp thất nghiệp, trợ cấp tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp; nghỉ tạm thời và nghỉ dưỡng bệnh; nghỉ phép và nghỉ lễ tết,... Các lợi ích này có tác dụng động viên, khích lệ, giữ nhân viên cho tổ chức, tăng cường kỷ luật lao động.

IV. Tổ chức mạng lưới thông tin trong kinh doanh

1. Thông tin và vai trò của thông tin

1.1. Khái niệm

Thông tin là những dữ liệu có ý nghĩa được sử dụng để biểu thị những vấn đề cụ thể, giúp cho đối tượng tiếp nhận thông tin có được những quyết định nhằm đạt mục đích mong muốn.

Thông tin là những dữ liệu dưới những hình thức khác nhau như các số liệu, hình ảnh, sự kiện,... đã được xử lý thành một dạng dữ liệu thích hợp có ý nghĩa nhất định nào đó nhằm phục vụ cho nhu cầu của người sử dụng nó.

Thông tin là sự trao đổi giữa con người với môi trường để làm dễ dàng cho sự thích nghi của con người.

1.2. Vai trò của thông tin

Trong kinh doanh thông tin làm tiền đề, làm cơ sở và là công cụ của quá trình KD:

- Thông tin quyết định sự thành bại của DN.
- Thông tin là cơ sở quan trọng giúp nhà lãnh đạo DN tổ chức điều hành, quản lý DN.
- Thông tin giúp cho việc hoạch định kế hoạch kinh doanh và thực hiện kế hoạch đó hiệu quả.
- Thông tin trực tiếp giúp cho các hoạt động tác nghiệp hàng tháng của DN.

Ngoài những tham gia đóng góp trực tiếp trong các công việc tính toán, thống kê phân tích phục vụ các hoạt động chuyên môn như: SX, KD các sản phẩm, các mặt hàng khác nhau, phát triển thị trường tiêu thụ, mở rộng và khai thác dịch vụ). Thông tin ngày càng khẳng định vai trò tích cực, có tính quyết định đối với các hoạt động quản lý và điều hành, nhất là trong môi trường KD mang tính cạnh tranh gay gắt và xu hướng khu vực hóa, toàn cầu hóa.

Với nhà lãnh đạo và quản lý các cấp, hệ thống thông tin ngày nay đã thể hiện và khẳng định vai trò trợ giúp tích cực không thể thay thế được. Bằng các phương tiện thông tin đa dạng, ngày càng hiện đại con người có thể thường xuyên thu thập được đầy đủ thông tin thô, mới phát sinh, đến những thông tin đã qua xử lý sơ bộ, tiến hành các bước phân tích, tổng hợp, phục vụ kịp thời và có hiệu quả.

1.3. Yêu cầu đối với thông tin

- Đảm bảo tính chính xác và trung thực của thông tin.
- Đảm bảo tính kịp thời và linh hoạt.
- Đảm bảo tính pháp lý.
- Đảm bảo thông tin đầy đủ có tính hệ thống và tính tổng hợp.
- Đảm bảo tính hiệu quả.
- Đảm bảo tính bí mật.

2. Tổ chức mạng lưới thông tin hiệu quả

Thông tin hiệu quả phụ thuộc vào chất lượng của quá trình thông tin ở cả quan hệ qua lại giữa các cá nhân và tổ chức. Để thông tin có hiệu quả cần:

- Tăng cường thông tin phản hồi.
- Thiết lập kênh thông tin phản hồi.
- Sự lặp lại.

- Sử dụng ngôn ngữ đơn giản.
- Bảo đảm thông tin đúng lúc.
- Tránh sự quá tải thông tin.

Sử dụng nhiều kênh thông tin là dạng của phân cấp trong xử lý thông tin và là biện pháp chủ động trên quan điểm hiệu quả của tổ chức.

V. Kiểm soát quá trình thực hiện kinh doanh

1. Khái niệm và mục đích của kiểm soát

1.1. Khái niệm

Kiểm soát là một tiến trình đo lường kết quả thực hiện, so sánh với những điều đã được hoạch định, đồng thời sửa chữa những sai lầm để đảm bảo việc đạt mục tiêu theo như kế hoạch hoặc các quyết định đã đề ra.

1.2. Mục đích của kiểm soát

- Xác định rõ những mục tiêu, kết quả đã đạt được theo kế hoạch đã định.
- Xác định và dự đoán những biến động trong lĩnh vực cung ứng đầu tư, các yếu tố chi phí SX cũng như thị trường đầu ra.
- Xác định chính xác, kịp thời những sai sót xảy ra và trách nhiệm của các bộ phận có liên quan trong quá trình thực hiện các chính sách, mệnh lệnh, chỉ thị.
- Tạo điều kiện thực hiện một cách thuận lợi các chức năng uỷ quyền, chỉ huy và thực hiện chế độ trách nhiệm cá nhân.
- Hình thành hệ thống thống kê, báo cáo với những biểu mẫu có nội dung chính xác, hợp lý.
- Đúc rút, phổ biến kinh nghiệm, cải tiến công tác quản trị nhằm đạt mục tiêu đã định, trên cơ sở nâng cao hiệu suất công tác của từng bộ phận, từng cấp, từng cá nhân trong bộ máy quản trị kinh doanh.

2. Nội dung kiểm soát quá trình thực hiện kinh doanh

Công tác kiểm soát trong tổ chức, DN mang tính toàn diện, bao trùm tất cả các lĩnh vực hoạt động: SX, nhân sự, tài chính, kỹ thuật, marketing,... Một số nội dung kiểm soát chủ yếu là:

- Kiểm soát tài chính: Lãi, lỗ, doanh thu, chi phí,...
- Kiểm soát nhân sự: nguồn nhân sự, tuyển dụng, lựa chọn, bố trí, sử dụng, đánh giá, bồi dưỡng và đào tạo, thăng tiến nhân sự.
- Kiểm soát về tình trạng thị trường.
- Kiểm soát năng suất.
- Tình trạng SX.
- Thái độ làm việc và trách nhiệm của người lao động.
- Kiểm soát chất lượng SP, dịch vụ cung ứng,...

CÂU HỎI

Câu 1: Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn địa điểm kinh doanh. Cho ví dụ minh họa.

Câu 2: Trình bày yêu cầu của tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh và giải thích. Cho ví dụ minh họa.

Câu 3: Vẽ sơ đồ các kiểu cơ cấu tổ chức của bộ máy điều hành kinh doanh. Nêu đặc điểm và ưu, nhược điểm của từng kiểu cơ cấu tổ chức.

Câu 4: Trình bày cách tạo lập và huy động vốn kinh doanh khi khởi tạo DN. Để khởi tạo DN kinh doanh sau này bạn chọn nguồn vốn nào để kinh doanh? Tại sao?

Câu 5: Trình bày qui trình hoạch định nhu cầu nhân sự cho khởi tạo DN.

Câu 6: Thông tin là gì? Trình bày vai trò của thông tin trong hoạt động kinh doanh. Cho ví dụ minh họa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- PGS.TS. Nguyễn Ngọc Huyền, 2011, Giáo trình Khởi tạo doanh nghiệp, Trường Đại học kinh tế Quốc Dân Hà Nội, NXB ĐHKT Quốc Dân.
- Đỗ Thanh Nam, (2005), Nghệ thuật khởi sự doanh nghiệp, NXB trẻ.
- Luật doanh nghiệp 2014.