

**BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH**



GIÁO TRÌNH

**MÔN HỌC: KHỞI SỰ KINH DOANH
NGÀNH: KINH DOANH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ
TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG**

(Ban hành kèm theo Quyết định số 401 /QĐ- CĐTMDL ngày 05 tháng 07 năm 2022 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch)

Lưu hành nội bộ

Thái Nguyên, năm 2022

LỜI GIỚI THIỆU

Khởi sự đang là một vấn đề thời sự, đang nhận được sự quan tâm rộng rãi của xã hội Việt Nam cũng như nhiều nước. Doanh nghiệp khởi nghiệp đóng góp cho phát triển kinh tế chung của đất nước, tạo công ăn việc làm, phát huy nguồn nội lực và sức sáng tạo của người dân. Chính phủ đã và đang đề ra hàng loạt các chính sách, giải pháp để hỗ trợ và khuyến khích tinh thần, khởi nghiệp, đặc biệt là giới trẻ.

Để nắm rõ được những kiến thức cơ bản về khởi sự kinh doanh và để có tài liệu phục vụ giảng dạy cho học sinh chuyên ngành trong trường Cao đẳng thương mại và du lịch, tập thể tác giả đã biên soạn giáo trình “Khởi sự kinh doanh”. Giáo trình để làm tài liệu giảng dạy cho sinh viên ngành Quản trị kinh doanh trình độ cao đẳng.

Trong quá trình biên soạn giáo trình “Khởi sự kinh doanh” tác giả đã nhận được những ý kiến đóng góp hiệu quả của các giảng viên khoa quản trị kinh doanh, các thầy cô giáo trong hội đồng khoa học nhà trường. Tác giả xin trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ của các đồng nghiệp.

Mặc dù đã rất cố gắng nhưng không thể tránh khỏi những thiếu sót và những hạn chế. Chúng tôi rất mong nhận được sự góp ý, bổ sung của độc giả để giúp cho quá trình được hoàn thiện hơn. Mọi ý kiến đóng góp xin gửi về Khoa Quản trị kinh doanh, trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch – số 478 đường Thống Nhất, phường Tân Thịnh, TP Thái Nguyên

Chân thành cảm ơn!

NHÓM TÁC GIẢ

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU.....	2
MỤC LỤC.....	3
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ CỦA KHỞI SỰ KINH DOANH	10
1. Một số khái niệm về kinh doanh, doanh nghiệp và khởi tạo doanh nghiệp. ...	12
2. Các đặc trưng, tố chất và kỹ năng cần thiết của người kinh doanh.....	12
2.1. Đặc trưng của người kinh doanh.....	12
2.2. Tố chất cần có của người kinh doanh	12
2.4. Văn hóa và đạo đức trong kinh doanh	14
3. Những yêu cầu và điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh.....	15
3.1. Yêu cầu đối với khởi nghiệp kinh doanh	15
3.2. Điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh (tài chính, pháp lý, tổ chức và các điều kiện khác)	15
4. Ảnh hưởng của môi trường kinh doanh đến sự phát triển doanh nghiệp	17
CHƯƠNG 2 LẬP KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH.....	24
1. Ý tưởng kinh doanh và ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh	26
1.1. Xem xét nhu cầu và thị trường.....	26
1.2. Hình thành ý tưởng kinh doanh.....	26
1.3. Các vấn đề pháp lý và xác định, lựa chọn cơ hội kinh doanh.....	27
1.4. Ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh	28
2. Nội dung chính của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh.....	28
2.1. Cấu trúc, nội dung và hình thức của bản kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh	28
2.2. Kế hoạch về sản xuất, kinh doanh.....	28
2.3. Kế hoạch về nhân sự, tổ chức	29
2.4. Kế hoạch về tài chính, cơ sở vật chất.....	30
2.5. Đánh giá hiệu quả và tính khả thi của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh	30
2.6. Kế hoạch marketing	32
CHƯƠNG 3 TỔ CHỨC THỰC HIỆN KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH.....	36
1. Tổ chức các hoạt động kinh doanh	38
2. Tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh.....	40

3. Tạo lập và sử dụng các nguồn lực kinh doanh.....	43
4. Tổ chức mạng lưới thông tin trong kinh doanh	46
5. Kiểm soát quá trình thực hiện kinh doanh	47

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: Khởi sự kinh doanh

2. Mã số môn học: MH28

3. Vị trí, tính chất của môn học

3.1. Vị trí:

Khởi sự kinh doanh là môn học thuộc nhóm các môn học tự chọn trong chương trình đào tạo trình độ cao đẳng “Kinh doanh thương mại”

3.2. Tính chất:

Khởi sự kinh doanh là môn học lý thuyết, trình bày một cách có hệ thống cơ sở lý luận các vấn đề cơ bản về khởi sự kinh doanh. Đánh giá môn học bằng hình thức kiểm tra kết thúc môn.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Về kiến thức:

Môn học cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về lập kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh, tổ chức thực hiện kế hoạch khởi sự doanh nghiệp.

4.2. Về kỹ năng:

Sau khi học xong môn học, người học hình thành được kỹ năng:

+ Giúp sinh viên biết cách 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

+ Có kỹ năng điều hành, tổ chức hoạt động kinh doanh.

4.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

Học sinh có khả năng tự học, tự nghiên cứu ngoài các giờ học trên lớp, chủ động tư duy, sáng tạo.

Học sinh có thái độ nghiêm túc khi nghiên cứu môn học, tích cực, chủ động, sáng tạo trong học tập; rèn luyện được tác phong công nghiệp, lễ l貌 làm việc của người lao động tốt.

5. Nội dung của môn học

5.1. Chương trình khung

Mã MH	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/ tập/thí	Thi/ Kiểm

					nghiệm/ tập/thảo luận	bài tra
I	Các môn học chung	20	435	157	255	23
MH01	Chính trị	4	75	41	29	5
MH02	Pháp luật	2	30	18	10	2
MH03	Giáo dục thể chất	2	60	5	51	4
MH04	Giáo dục Quốc phòng -An ninh	4	75	36	35	4
MH05	Tin học	3	75	15	58	2
MH06	Ngoại ngữ	5	120	42	72	6
II	Các môn học chuyên môn	84	1980	752	1153	75
II.1	Môn học cơ sở	18	270	256		14
MH07	Nguyên lý kế toán	3	45	43	-	2
MH08	Quản trị học	3	45	43	-	2
MH09	Pháp luật trong kinh doanh thương mại	2	30	28	-	2
MH10	Marketing căn bản	2	30	28	-	2
MH11	Khoa học hàng hóa	3	45	43	-	2
MH12	Thống kê kinh doanh	2	30	28	-	2
MH13	Tài chính doanh nghiệp	3	45	43	-	2
II.2	Môn học chuyên môn	62	1650	440	1153	57
MH14	Tiếng Anh thương mại	4	60	57	-	3
MH15	Kinh tế thương mại	3	45	43	-	2
MH16	Nghiệp vụ kinh doanh thương mại	4	60	57	-	3
MH17	Marketing thương mại	3	45	43	-	2
MH18	Tâm lý khách hàng	2	30	28	-	2
MH19	Đàm phán kinh doanh	2	30	28	-	2
MH20	Kỹ năng bán hàng trực tuyến	2	30	28	-	2
MH21	Quản trị doanh nghiệp thương mại	4	60	57	-	3
MH22	Quản lý chất lượng	2	30	28	-	2
MH23	Thương mại điện tử	2	30	28	-	2
MH24	Phân tích hoạt động kinh doanh	3	45	43	-	2
MH25	Thực hành tổng hợp I	6	180	-	166	14
MH26	Thực hành tổng hợp II	8	240	-	222	18
MH27	Thực tập TN	17	765	-	765	-
II.3	Môn học tự chọn (chọn 2 trong 4)	4	60	56		4
MH28	Khởi sự kinh doanh	2	30	28	-	2
MH29	Nghiệp vụ kinh doanh XNK	2	30	28	-	2
MH30	Kê toán thương mại dịch vụ	2	30	28	-	2
MH31	Tín dụng và thanh toán quốc tế	2	30	28	-	2
	Tổng cộng	104	2415	909	1408	98

5.2. Chương trình chi tiết môn học

Số TT	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra
1	Chương 1: Cơ sở của khởi sự kinh doanh	10	10		
2	Chương 2: Lập kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh	13	12	0	1
3	Chương 3: Tổ chức thực hiện kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh	7	6	0	1
	Cộng	30	28	0	2

6. Điều kiện thực hiện môn học:

6.1. Phòng học Lý thuyết/Thực hành: Đáp ứng phòng học chuẩn

6.2. Trang thiết bị dạy học: Projector, máy vi tính, bảng, phấn

6.3. Học liệu, dụng cụ, mô hình, phương tiện: Giáo trình, mô hình học tập,...

6.4. Các điều kiện khác: Người học tìm hiểu thực tế về công tác xây dựng phương án khắc phục và phòng ngừa rủi ro tại doanh nghiệp.

7. Nội dung và phương pháp đánh giá:

7.1. Nội dung:

- Kiến thức: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

- Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:

+ Nghiên cứu bài trước khi đến lớp.

+ Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

+ Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

+ Nghiêm túc trong quá trình học tập.

7.2. Phương pháp:

Người học được đánh giá tích lũy môn học như sau:

7.2.1. Cách đánh giá

- Áp dụng quy chế đào tạo trình độ trung cấp hệ chính quy ban hành kèm theo Thông tư số 04/2022/TT-LĐTĐ, ngày 30/3/2022 của Bộ trưởng Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội.

- Hướng dẫn thực hiện quy chế đào tạo áp dụng tại Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch như sau:

Điểm đánh giá	Trọng số
+ Điểm kiểm tra thường xuyên (Hệ số 1)	40%
+ Điểm kiểm tra định kỳ (Hệ số 2)	
+ Điểm thi kết thúc môn học	60%

7.2.2. Phương pháp đánh giá

Phương pháp đánh giá	Phương pháp tổ chức	Hình thức kiểm tra	Thời điểm kiểm tra
Thường xuyên	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm	Sau 10 giờ.
Định kỳ	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm	Sau 14 giờ
Kết thúc môn học	Viết	Tự luận và trắc nghiệm	Sau 30 giờ

7.2.3. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc môn học được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

- Điểm môn học là tổng điểm của tất cả điểm đánh giá thành phần của môn học nhân với trọng số tương ứng. Điểm môn học theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định của Bộ Lao động Thương binh và Xã hội về đào tạo theo tín chỉ.

8. Hướng dẫn thực hiện môn học

8.1. Phạm vi, đối tượng áp dụng: Đối tượng trung cấp Quản lý và bán hàng siêu thị

8.2. Phương pháp giảng dạy, học tập môn học

8.2.1. Đối với người dạy

* Lý thuyết: Áp dụng phương pháp dạy học tích cực bao gồm: thuyết trình ngắn, nêu vấn đề, hướng dẫn đọc tài liệu, bài tập tình huống, câu hỏi thảo luận....

* Thảo luận: Phân chia nhóm nhỏ thảo luận theo nội dung đề ra.

* Hướng dẫn tự học theo nhóm: Nhóm trưởng phân công các thành viên trong nhóm tìm hiểu, nghiên cứu theo yêu cầu nội dung trong bài học, cả nhóm thảo luận, trình bày nội dung, ghi chép và viết báo cáo nhóm.

8.2.2. Đối với người học: Người học phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Nghiên cứu kỹ bài học tại nhà trước khi đến lớp. Các tài liệu tham khảo sẽ được cung cấp nguồn trước khi người học vào học môn học này (trang web, thư viện, tài liệu...)

- Tham dự tối thiểu 80% các buổi giảng lý thuyết. Nếu người học vắng >20% số tiết lý thuyết phải học lại môn học mới được tham dự kì thi lần sau.

- Tự học và thảo luận nhóm: là một phương pháp học tập kết hợp giữa làm việc theo nhóm và làm việc cá nhân. Một nhóm gồm 8-10 người học sẽ được cung cấp chủ đề thảo luận trước khi học lý thuyết, thực hành. Mỗi người học sẽ chịu trách nhiệm về 1 hoặc một số nội dung trong chủ đề mà nhóm đã phân công để phát triển và hoàn thiện tốt nhất toàn bộ chủ đề thảo luận của nhóm.

- Tham dự đủ các bài kiểm tra thường xuyên, định kỳ.

- Tham dự thi kết thúc môn học.

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

9. Tài liệu tham khảo:

TS. Phạm Văn Trung, 2013 – Giáo trình khởi sự doanh nghiệp, NXB Giao thông vận tải.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ CỦA KHỞI SỰ KINH DOANH

GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Chương 1 là chương giới thiệu bức tranh tổng quan về một số một số khái niệm về kinh doanh, doanh nghiệp và khởi tạo doanh nghiệp, các đặc trưng, tố chất và kỹ năng cần thiết của người kinh doanh, những yêu cầu và điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh, ảnh hưởng của môi trường kinh doanh đến sự phát triển doanh nghiệp để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Một số khái niệm về kinh doanh, doanh nghiệp và khởi tạo doanh nghiệp
- Các đặc trưng, tố chất và kỹ năng cần thiết của người kinh doanh
- Những yêu cầu và điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh
- Ảnh hưởng của môi trường kinh doanh đến sự phát triển doanh nghiệp

2. Về kỹ năng:

- Vận dụng được các kiến thức cơ sở của khởi sự kinh doanh vào thực tế công việc;

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của việc nghiên cứu cơ sở của khởi sự kinh doanh trong thực tiễn công việc.

- Thái độ học tập nghiêm túc, tích cực trong thảo luận các nội dung giảng viên nêu ra.

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 1

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận 1 (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 1) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 1 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 1

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không

- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác

- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 1

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: 0 điểm kiểm tra

NỘI DUNG

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

*** Kinh doanh**

Kinh doanh là một trong những hoạt động phong phú nhất của loài người. Hoạt động kinh doanh thường được thông qua các thể chế kinh doanh như tập đoàn, công ty nhưng cũng có thể là hoạt động tự thân của các cá nhân như sản xuất-buôn bán nhỏ kiểu hộ gia đình

*** Doanh nghiệp**

Theo khoản 10 Điều 4 Luật Doanh nghiệp 2020, doanh nghiệp là tổ chức có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch, được thành lập hoặc đăng ký thành lập theo quy định của pháp luật nhằm mục đích kinh doanh.

Ngoài ra, Luật Doanh nghiệp còn định nghĩa các loại doanh nghiệp sau:

- Doanh nghiệp nhà nước bao gồm các doanh nghiệp do Nhà nước nắm giữ trên 50% vốn điều lệ, tổng số cổ phần có quyền biểu quyết theo quy định tại Điều 88 Luật Doanh nghiệp 2020.

- Doanh nghiệp Việt Nam là doanh nghiệp được thành lập hoặc đăng ký thành lập theo quy định của pháp luật Việt Nam và có trụ sở chính tại Việt Nam.

* Khởi sự kinh doanh hay khởi nghiệp trong tiếng Anh được dịch là starting a business hay startup.

Khởi sự theo từ điển tiếng Việt là bắt đầu một cái gì mới.

Khởi sự kinh doanh theo nghĩa tiếng Việt là việc bắt đầu tạo lập một công việc kinh doanh mới.

Từ trước tới nay có 2 cách tiếp cận:

- Từ góc độ lựa chọn nghề nghiệp

"Khởi sự kinh doanh là một sự lựa chọn nghề nghiệp của cá nhân giữa việc đi làm thuê hoặc tự tạo việc làm cho mình"

Hoặc

"Khởi sự kinh doanh là lựa chọn nghề nghiệp của những người không sợ rủi ro tự làm chủ công việc kinh doanh của chính mình và thuê người khác làm công cho họ".

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

2.1. Đặc trưng của người kinh doanh

2.2. Tố chất cần có của người kinh doanh

- Có hoài bão, đam mê

Người nhân viên kinh doanh cần biết đặt mục tiêu cho bản thân và lên kế hoạch để thực hiện mục tiêu đó. Họ làm việc bằng niềm đam mê và nỗ lực để đạt được thứ mà mình mong muốn. Vì vậy, họ luôn đạt được kết quả cao trong công việc.

- Kiên trì

Là một nhân viên kinh doanh bạn cũng đã không ít lần phải đối mặt với những lời từ chối từ phía khách hàng. Nhưng đó lại chính là động lực để thúc đẩy người nhân viên kinh doanh tìm ra các giải pháp để thuyết phục khách hàng sử dụng sản phẩm, dịch vụ của mình. Đó mới chính là bài toán đặt ra cho một nhân viên kinh doanh.

- Làm việc độc lập

Người nhân viên kinh doanh cần có tính tự lập cao và luôn chủ động trong công việc. Biết cách tổ chức, sắp xếp, lên kế hoạch công việc theo thứ tự ưu tiên.

- Suy nghĩ tích cực

Người nhân viên kinh doanh phải là người có tư duy tích cực. Nó cho phép họ nhìn nhận vấn đề theo hướng tích cực. Trước mỗi thất bại họ không nản lòng mà từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho bản thân để có thể thành công trong những dự án tiếp theo.

- Khả năng thuyết phục khách hàng

Khả năng giao tiếp và đàm phán tốt là những tố chất không thể thiếu của một nhân viên kinh doanh. Khi tạo dựng được mối quan hệ tốt với khách hàng, bạn đã đạt được 80% cơ hội thành công. Vì thế kỹ năng mềm (kỹ năng lắng nghe, nắm bắt tâm lý khách hàng, khả năng nói trước công chúng...) là một trong những yếu tố quan trọng nhất.

2.3. Kỹ năng cần thiết của người kinh doanh

Kỹ năng nghiên cứu và chuẩn bị

Trước khi liên lạc với khách hàng hoặc tham gia vào một cơ hội kinh doanh mới, bạn cần có sự chuẩn bị trước. Khi đã chuẩn bị kỹ, bạn sẽ cảm thấy thoải mái, phóng khoáng và sẵn sàng cho mọi tình huống, phương án có thể xảy ra để giúp bạn đàm phán thành công với khách hàng. Những nhân viên kinh doanh chuyên nghiệp thường chuẩn bị, tìm hiểu mọi kiến thức cần thiết về ngành nghề, lĩnh vực hoạt động kinh doanh của khách hàng.

Kỹ năng chẩn đoán

Nhân viên kinh doanh nghiệp dư chỉ đơn thuần trình bày sản phẩm trước khách hàng, còn nhân viên kinh doanh chuyên nghiệp sẽ biết cách dự đoán những mong muốn, nguyện vọng của khách hàng. Chẩn đoán tốt là khả năng dẫn dắt khách hàng thông qua những tình huống có thực để thuyết phục, giúp khách hàng nhận thức rõ về sản phẩm mà họ đang giới thiệu.

Kỹ năng kiếm tiền

Nhân viên cần phải có khả năng giúp đỡ khách hàng tiết kiệm và kiếm được nhiều tiền. Điều này có nghĩa là nhân viên kinh doanh phải biết cách đặt ra tình huống cho khách như “nếu không có sản phẩm của công ty bạn thì khách hàng sẽ tổn thất bao nhiêu?”, “nếu họ sử dụng sản phẩm doanh nghiệp bạn thì họ thu lại được bao nhiêu tiền?” ... Hãy đưa ra một cách đo lợi nhuận rõ ràng cho khách hàng. Từ đó, họ sẽ thấy được tầm quan trọng của sản phẩm và bạn sẽ bán được sản phẩm.

Kỹ năng cộng tác

Khả năng hợp tác của nhân viên kinh doanh với khách hàng để cùng thiết lập ra giải pháp. Hãy để cho khách cảm thấy tự tin khi thiết lập giải pháp cùng bạn; khi đã có mối quan hệ tốt, mọi điều sẽ diễn ra suôn sẻ.

Kỹ năng giao tiếp

Tạo ra sự cạnh tranh cần có một cách suy nghĩ mới về quá trình kinh doanh và cách bạn phản ứng với khách hàng. Những điều này sẽ giúp bạn hình thành nên nền tảng của kỹ năng giao tiếp, giúp làm việc với khách và đồng nghiệp theo cách tôn trọng lẫn nhau. Đây là một kỹ năng quan trọng và tiền đề cho sự phát triển của một nhân viên kinh doanh.

2.4. Văn hóa và đạo đức trong kinh doanh

Văn hóa đạo đức trong kinh doanh là sự vận dụng, thực thi những giá trị, chuẩn mực, khuôn mẫu, biểu tượng đạo đức của cộng đồng trong các hoạt động sản xuất kinh doanh. Đạo đức kinh doanh về bản chất là đạo đức nghề nghiệp được thể hiện trong một lĩnh vực hoạt động cụ thể: lĩnh vực kinh doanh.

Trong xã hội thông tin – tri thức, văn hóa được đề cao và thực sự trở thành nguồn lực quan trọng có tính chất quyết định đối với sự tồn tại và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Văn hóa đạo đức không chỉ là nguồn tài sản vô hình của doanh nghiệp mà còn đóng vai trò quan trọng tạo dựng môi trường kinh doanh của doanh nghiệp. Chính vì vậy, nhiều nước phát triển rất đề cao văn hóa đạo đức trong kinh doanh, coi đạo đức kinh doanh là chìa khóa cho sự phát triển của doanh nghiệp.

Xây dựng văn hóa đạo đức trong kinh doanh có vai trò to lớn trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nói riêng, trong phát triển kinh tế xã hội của quốc gia nói chung. Tuy nhiên ở nước ta, trong khi văn hóa và văn hóa đạo đức luôn được sự quan tâm của toàn xã hội thì đạo đức kinh doanh mới chỉ được nhắc tới trong vài năm gần đây, khi chúng ta bước vào quá trình hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế.

Trong bối cảnh đất nước ta vừa mới bước đầu xác lập thể chế kinh tế thị trường, sự chuyển đổi từ xã hội truyền thống sang xã hội hiện đại sẽ kéo theo sự chuyển đổi các định hướng giá trị xã hội, trong đó có các giá trị đạo đức kinh doanh. Đạo đức truyền thống được hình thành trên cơ sở nền kinh tế nông nghiệp tự cấp tự túc cũng như đạo đức mới XHCN được hình thành trên cơ sở nền kinh tế kế

hoạch hóa tập trung tuy đã mất đi cơ sở kinh tế của nó, song ít nhiều vẫn tác động đến mọi mặt đời sống kinh tế xã hội đương đại. Nhiều giá trị, chuẩn mực đạo đức kinh doanh truyền thống đang song hành cùng với sự xâm nhập của các giá trị, chuẩn mực đạo đức kinh doanh từ các nền kinh tế phát triển, trong khi các giá trị, chuẩn mực đạo đức kinh doanh mới còn đang hình thành.

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

3.1. Yêu cầu đối với khởi nghiệp kinh doanh

- Kiến thức nền tảng cơ bản về kiến thức chuyên môn

Hiện nay muốn làm bất cứ một việc gì trong bất cứ một ngành nghề nào bạn cũng cần phải có kiến thức về ngành nghề đó, vì thế nếu muốn khởi nghiệp trong một lĩnh vực nào đó bạn cũng nên tìm hiểu kỹ các kiến thức xung quanh lĩnh vực đó.

- **Năng lực sáng tạo**

Yếu tố đầu tiên và quan trọng nhất khi bắt đầu con đường làm giàu của mình đó là bản thân bạn phải có một sự sáng tạo vượt bậc. Bởi vì chỉ có sự sáng tạo mới làm nên sự khác biệt giữa bạn và đối thủ, chỉ có sự sáng tạo hơn người mới có thể giúp bạn nhìn thấu toàn bộ thị trường hiện tại, tìm ra những nhu cầu chưa được đáp ứng, từ đó đưa ra kế hoạch kinh doanh cho riêng mình. Kế hoạch này không nhất thiết phải bao gồm những ý tưởng kinh doanh chưa ai biết đến hay những ý tưởng mới hoàn toàn chưa ai nghĩ đến, mà nó phải tạo nên sự đột phá và lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp của bạn.

Sự khác biệt trong sản phẩm, dịch vụ mà bạn cung cấp là điểm tựa quan trọng cho bạn trên thị trường cạnh tranh đầy khốc liệt này. Vậy thì, thay vì tranh giành miếng bánh với các đối thủ lớn trên thị trường ra đời sớm hơn mình, mạnh hơn mình, nhiều kinh nghiệm hơn mình thì chúng ta có thể tự tìm ra một miếng bánh mới – mà tại đó chúng ta chính là người dẫn đầu.

Sự kiên trì

Sở dĩ sự kiên trì là một yếu tố quan trọng bởi vì trong quá trình khởi nghiệp không phải ai cũng có được thành công trong lần đầu bắt tay vào làm, có những người thất bại rất nhiều lần nhưng họ vẫn không từ bỏ, vẫn tiếp tục đứng dậy để thực hiện ý tưởng của mình. Chính sự quyết tâm và lòng kiên trì trong con người đó đã tạo nên sự thành công về sau này của họ như câu nói: “Thất bại là mẹ thành công”.

Thật sự, thực tế đã chứng minh rằng những doanh nhân thành công là những người có tinh thần quyết tâm cao hơn những người bình thường để vượt qua những trở ngại, có sự đam mê và kiên trì hơn người để đứng lên từ những thất bại trong thời gian ngắn

3.2. Điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh (tài chính, pháp lý, tổ chức và các điều kiện khác)

Vốn khởi nghiệp kinh doanh

Một trong những yếu tố quan trọng khác khi bạn muốn khởi nghiệp đó là vốn khởi nghiệp kinh doanh. Đây là nguồn nuôi dưỡng cho kế hoạch kinh doanh và là một đòn bẩy cho sự thành công của bạn.

Đây là một kỹ năng cực kỳ quan trọng đối với người khởi nghiệp. Quá trình khởi nghiệp sẽ cần một lượng tiền nhất định để xây dựng cơ sở vật chất, đầu tư nhân lực trong khi chưa thể hoạt động để có doanh thu ngay được. Do đó, cần có kế hoạch chi tiêu tiết kiệm và hợp lý ngay từ giai đoạn đầu cũng như trong suốt quá trình phát triển sau này của doanh nghiệp.

Kỹ năng nghiên cứu thị trường

Nghiên cứu thị trường sẽ cung cấp cho người khởi nghiệp những thông tin quan trọng về lĩnh vực thị trường mà mình hoạt động. Ngoài ra, việc này giúp khởi nghiệp phát triển kế hoạch kinh doanh và thích ứng với thị trường trong tương lai. Những yếu tố được ưu tiên khi nghiên cứu thị trường sẽ là:

- Xu hướng thị trường, mức độ hấp dẫn, mức độ cạnh tranh, tốc độ tăng trưởng, xu hướng bán hàng
- Kiểm tra hồ sơ các đối thủ cạnh tranh và đối chiếu với doanh nghiệp mình
- Nhân khẩu học của khách hàng, vị trí địa lý, khách hàng điển hình, khách hàng tiềm năng. Kỹ năng hoạch định chiến lược

Hoạch định chiến lược là một hoạt động rất quan trọng trong kinh doanh. Nó là quá trình xác định chiến lược công ty của bạn hay phương hướng và quyết định việc phân bổ nguồn vốn cũng như nhân sự. Bí quyết ở đây là việc biết làm thế nào để dự kiến được khả năng hoạt động của công ty bạn trong tương lai từ 3 đến 5 năm tới với kế hoạch kinh doanh chi tiết.

Ngoài những yếu tố đã được nêu trên thì các kỹ năng mềm của bản thân bạn như quản lý thời gian, quản lý cảm xúc, kỹ năng giao tiếp... cũng là một trong những yếu tố không thể thiếu. Kỹ năng mềm tuy không mang ý nghĩa quyết định đối với sự thành bại của doanh nghiệp nhưng nó là yếu tố hỗ trợ giúp gia tăng khả năng thành công cho quá trình khởi nghiệp của bạn và tạo thế chủ động cho doanh nghiệp của bạn trong các tình huống khó khăn có thể gặp phải.

Kỹ năng ủy quyền

Ủy quyền liên quan tới việc phân bổ trách nhiệm cho mọi người để hoàn thành công việc. Điều kiện lý tưởng mà bạn muốn đạt được là khi các nhân viên của bạn có thể thực hiện được tất cả các hoạt động hàng ngày trong doanh nghiệp mình. Ủy thác một cách hiệu quả sẽ giúp đạt được sự cân bằng giữa hiệu quả quản lý và hiệu quả hoàn thành công việc của mọi người.

Nhân tố chìa khóa là biết cách làm sao để doanh nghiệp của bạn làm việc cho mình, chứ không phải là bạn tất bật chạy theo quá trình hoạt động của doanh nghiệp mình.

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

Khi nói đến môi trường kinh doanh của doanh nghiệp, người ta thường chia ra môi trường bên trong và môi trường bên ngoài

Môi trường kinh doanh bên ngoài của doanh nghiệp bao gồm:

- Môi trường vĩ mô (môi trường tổng quát)
- Môi trường vi mô (môi trường tác nghiệp)

Khi chúng ta phân tích môi trường bên ngoài doanh nghiệp nghĩa là chúng ta đang phân tích để thấy được thách thức và cơ hội mà bên ngoài ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp tới doanh nghiệp kinh doanh.

Khi phân tích môi trường bên trong của doanh nghiệp là khi nhà doanh nghiệp muốn thấy được bản chất của doanh nghiệp, điểm mạnh và điểm yếu để có những giải pháp thích hợp nhất.

Các yếu tố thuộc môi trường vĩ mô

- Các yếu tố kinh tế:

Môi trường này bao gồm: Luật pháp các chính sách và cơ chế của nhà nước đối với ngành kinh doanh. 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 kinh doanh.

Sự ổn định chính trị có ảnh hưởng rất lớn đến các doanh nghiệp, vì rủi ro do môi trường chính trị là rất lớn.

- Môi trường công nghệ kỹ thuật.

Hầu như tất cả các hàng hoá sản phẩm được tạo ra hiện nay đều gắn liền với những thành tựu khoa học kỹ thuật - công nghệ. Có thể nói rằng, chúng ta đang sống trong thời kỳ kỹ thuật công nghệ phát triển.

Kỹ thuật - công nghệ với tư cách là một bộ phận của môi trường kinh doanh bên ngoài tác động tác động đến doanh nghiệp trên hai mặt:

- + Thứ nhất, công nghệ bên ngoài tác động đến doanh nghiệp thông qua công nghệ bên trong. Đó chính là tốc độ phát triển của khoa học kỹ thuật thể hiện thông qua phát minh, ứng dụng chúng vào cuộc sống đã làm cho công nghệ bên trong của doanh nghiệp nhanh chóng lạc hậu.
- + Thứ hai, công nghệ làm xuất hiện các đối thủ cạnh tranh tiềm năng, đó là những đối thủ kinh doanh các sản phẩm có thể thay thế sản phẩm mà doanh nghiệp đang kinh doanh.

- Môi trường tự nhiên:

Bao gồm các yếu tố liên quan: Tài nguyên thiên nhiên, đất đai, khí hậu thời tiết... Thực tế cho thấy sự ô nhiễm không khí và môi trường xung quanh đã đến mức báo động. Vấn đề đặt ra đối với các doanh nghiệp và chính phủ là không thể thờ ơ với công việc này. Hiện nay, người ta đang tìm cách đối phó với tình trạng ô nhiễm bằng những cách riêng của mình.

Các yếu tố môi trường tự nhiên ảnh hưởng đến doanh nghiệp trên các mặt sau:

- + Tạo ra thị trường cung ứng các yếu tố đầu vào cho các doanh nghiệp.
- + Tác động đến dung lượng và cơ cấu thị trường hàng tiêu dùng.
- + Tác động đến việc làm và thu nhập của dân cư, do đó ảnh hưởng đến sức mua và khả năng tiêu thụ hàng hoá của doanh nghiệp.
- Môi trường văn hoá xã hội.

Các yếu tố văn hoá xã hội có liên quan với nhau nhưng tính chất tác động của chúng có thể khác nhau. Thực tế người ta luôn sống trong môi trường văn hoá đặc thù, tính đặc thù của mỗi nhóm người vận động theo hai khuynh hướng là giữ lại các tinh hoa văn hoá dân tộc, một khuynh hướng khác là hoà nhập với các nền văn hoá khác.

Nhà quản trị là người phải biết nắm vững cả hai khuynh hướng đó để có giải pháp thâm nhập sản phẩm của nhà sản xuất một cách thích hợp vào từng loại thị trường có nền văn hoá khác nhau.

Văn hoá xã hội nhìn chung ảnh hưởng đến hoạt động của các doanh nghiệp trên các mặt sau:

- + Văn hoá 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.
- + Văn hoá ảnh hưởng đến việc hình thành và phát triển nền văn hoá bên trong của doanh nghiệp.
- + Văn hoá quy định cách thức mà doanh nghiệp có thể dùng để giao tiếp với bên ngoài.

Như vậy, có thể thấy rằng những tác động của văn hoá đến doanh nghiệp là rất lớn, đó chính là những cách thức về văn hoá mà doanh nghiệp luôn phải đối đầu

* Các yếu tố thuộc môi trường vi mô

- Khách hàng:

Khách hàng là người đang và sẽ mua hàng của doanh nghiệp. Đối với bất cứ một doanh nghiệp nào khách hàng luôn là yếu tố quan trọng nhất, quyết định nhất tới sự sống còn của doanh nghiệp. Tính chất quyết định của khách hàng thể hiện trên các mặt sau:

Khách hàng quyết định sản phẩm hàng hoá của doanh nghiệp được bán theo giá nào. Trên thực tế, doanh nghiệp chỉ có thể bán với giá mà người tiêu dùng chấp nhận.

Khách hàng quyết định doanh nghiệp bán sản phẩm như thế nào. Phương thức bán và phương thức phục vụ khách hàng là do khách hàng lựa chọn, vì trong nền kinh tế thị trường phát triển, người mua có quyền lựa chọn người bán theo ý thích của mình và đồng thời quyết định phương thức phục vụ của người bán.

- Đối thủ cạnh tranh:

Doanh nghiệp luôn phải đối phó với hàng loạt đối thủ cạnh tranh. Vấn đề quan trọng ở đây là không được coi thường bất kỳ đối thủ nào, nhưng cũng không coi tất cả đối thủ là thù địch. Cách xử lý khôn ngoan nhất không phải là hướng mũi nhọn vào đối thủ của mình mà ngược lại vừa phải xác định, điều khiển và hoà giải, lại vừa phải hướng suy nghĩ và sự quan tâm của mình vào khách hàng.

- Nhà cung ứng.

Người cung cấp đối với doanh nghiệp có ý nghĩa rất quan trọng, nó bảo đảm cho hoạt động của doanh nghiệp được tiến hành ổn định theo kế hoạch đã định trước. Trên thực tế người cung cấp thường được phân thành ba loại chủ yếu: Loại cung cấp thiết bị, nguyên vật liệu; loại cung cấp nhân công; loại cung cấp tiền và các dịch vụ ngân hàng, bảo hiểm. Như vậy, mỗi doanh nghiệp cùng một lúc có quan hệ với nhiều nguồn cung cấp thuộc cả ba loại trên. Vấn đề đặt ra là yêu cầu của việc cung cấp phải đầy đủ về số lượng, kịp thời về thời gian, đảm bảo về chất lượng và ổn định về giá cả

*** Các yếu tố thuộc môi trường bên trong**

- Yếu tố vật chất

+ Tiền vốn: Vốn là tiền đề vật chất cần thiết cho mọi hoạt động sản xuất kinh doanh.

+ Nhân sự:

Con người là yếu tố quyết định mọi sự thành bại của hoạt động sản xuất kinh doanh. Bởi vậy, doanh nghiệp phải chú ý tới việc sử dụng con người, phát triển nhân sự, xây dựng môi trường văn hoá và nề nếp tổ chức của doanh nghiệp.

- Yếu tố tinh thần:

+ Truyền thống, thói quen:

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

+ Nền văn hoá:

Như ta đã biết những doanh nghiệp có nền văn hoá phát triển sẽ có không khí làm việc say mê luôn đề cao sự chủ động sáng tạo.

+ Giá trị ước vọng của lãnh đạo:

Lãnh đạo theo cách lãnh đạo dân chủ lắng nghe ý kiến đóng góp của của mọi người. Ước vọng đó được thể hiện qua các quyết định của ban lãnh đạo. Cùng với sự phấn đấu của cán bộ công nhân viên.

TÓM TẮT NỘI DUNG CHƯƠNG 1

Trong chương 1 trình bày các nội dung cơ bản:

- Một số khái niệm về kinh doanh, doanh nghiệp và khởi tạo doanh nghiệp
- Các đặc trưng, tố chất và kỹ năng cần thiết của người kinh doanh
- Những yêu cầu và điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh
- Ảnh hưởng của môi trường kinh doanh đến sự phát triển doanh nghiệp

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 1

Câu 1. Trình bày một số khái niệm về kinh doanh, doanh nghiệp và khởi tạo doanh nghiệp

Câu 2. Trình bày các đặc trưng, tố chất và kỹ năng cần thiết của người kinh doanh

Câu 3. Trình bày những yêu cầu và điều kiện để khởi nghiệp kinh doanh

Câu 4. Trình bày ảnh hưởng của môi trường kinh doanh đến sự phát triển doanh nghiệp

BÀI TẬP THẢO LUẬN

Phân tích tình huống



Bill Gates (William Henry Gates) là “doanh nhân có ảnh hưởng nhất trong cuộc cách mạng máy tính cá nhân” sẽ không chắc giành được danh hiệu này nếu cố gắng học nốt năm ở trường Harvard cho đến khi tốt nghiệp. Và hơn 30 năm sau, ông trở lại chính ngôi trường danh tiếng này để nhận bằng tiến sĩ danh dự ngành luật cho dù chưa qua đại

Anita Roddick là người sáng lập và điều hành The Body Shop từ một cửa hàng nhỏ kinh doanh mỹ phẩm tự pha chế trở thành một thương hiệu nổi tiếng thế giới với 1980 cửa hàng có mặt tại hơn 40 nước (năm 2004).

Bản thân Anita Roddick cũng chưa từng học bất cứ khóa học nào về quản trị kinh doanh hay bán hàng, bà điều hành The Body Shop với bản năng kinh doanh có sẵn cùng với quá trình tự tích lũy không ngừng và một triết lý kinh doanh vì môi trường.

CHƯƠNG 2

LẬP KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH

GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Chương 2 là chương giới thiệu về ý tưởng kinh doanh và ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh, nội dung chính của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Ý tưởng kinh doanh và ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh
- Nội dung chính của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh

2. Về kỹ năng:

- Vận dụng được các kiến thức về lập kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh vào thực tế công việc;

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của việc lập kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh trong thực tiễn công việc.

- Thái độ học tập nghiêm túc, tích cực trong thảo luận các nội dung giảng viên nêu ra.

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 2

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (điểm giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận 1 (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 2) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 2 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 2

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 2

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: 1 điểm kiểm tra (hình thức: tự luận)

NỘI DUNG

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

1.1. Xem xét nhu cầu và thị trường

Nhu cầu thị trường (Market Demand) được hiểu là những nhu cầu, mong muốn của khách hàng đối với một dịch vụ hay sản phẩm nào đó trên thị trường. Theo các chuyên gia phân tích, nhu cầu thị trường nằm ở 3 cấp độ: Cần (Need), Mong muốn (Want) và Nhu cầu (Demand), trong đó:

Cần (Need): Đây là những nhu cầu thuộc về phần tự nhiên của con người, là những nhu cầu có sẵn mà không phải do ai đó tạo ra. Đây là những cảm giác thiếu thốn, mong muốn sử dụng dịch vụ hay sản phẩm để nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Mong muốn (Want): Khác với cấp độ Cần, mong muốn ở đây chính là cách để cụ thể hóa nhu cầu tự nhiên của con người bằng một sản phẩm hay dịch vụ nào đó. Cấp độ này bị tác động mạnh bởi yếu tố văn hóa, môi trường và tính cách cá nhân.

Nhu cầu (Demand): Đây là những mong muốn của khách hàng đối với một sản phẩm/dịch vụ nào đó trên thị trường và có khả năng chi trả để sở hữu nó. Nhu cầu này thường bị chi phối bởi kinh tế.

1.2. Hình thành ý tưởng kinh doanh

Ý tưởng của bạn có thể là tuyệt vời thực sự nhưng vẫn có việc cần làm thêm nữa. Đâu đó giữa ý tưởng bạn vội vàng viết trên tờ nháp với việc bạn khởi nghiệp kinh doanh thực sự có một quy trình bạn cần thực hiện để quyết định xem doanh nghiệp của mình về cơ bản sẽ thành công hay thất bại. Nhiều doanh nhân khởi nghiệp quá tự tin và hứng thú với các ý tưởng mới của mình mà quên mất việc cần phải tìm hiểu xem liệu ý tưởng của mình có thực tế không. Một ý tưởng thú vị nhưng không thể triển khai trên thực tế thì cũng không được đánh giá là một ý tưởng kinh doanh hay.

Về nguyên tắc, bạn có thể đánh giá một ý tưởng kinh doanh có hay hay không bằng phương pháp cho điểm. Bạn có thể cho điểm từ 0 đến 6 với các tiêu thức cụ thể như sau:

Hiểu biết về ngành nghề kinh doanh: Bạn biết gì về ngành này? Bạn có cần phải bỏ thêm thời gian và tiền bạc để học hỏi về ngành này không? Bạn có phải thu nhận thêm đối tác vì bạn không đủ hiểu biết về ngành này không?

Thang điểm đánh giá: Điểm 0 nếu bạn không hiểu gì về ngành kinh doanh này, điểm 2 nếu bạn có một chút hiểu biết, điểm 4 nếu bạn hiểu một cách hạn chế, điểm 6 nếu bạn hiểu ở mức có thể tự tiến hành công việc.

Kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh: Bạn đã từng bao giờ đứng ra làm chủ doanh nghiệp hoặc làm việc trong lĩnh vực kinh doanh chưa? Kinh nghiệm làm việc thực tế quan trọng đến mức nào trong ngành này?

Thang điểm đánh giá: Điểm 0 nếu bạn không có chút kinh nghiệm gì, điểm 2 nếu bạn chỉ có chút ít kinh nghiệm, điểm 4 nếu bạn có kinh nghiệm nhưng chưa đủ, điểm 6 nếu bạn thông thạo lĩnh vực này.

Kỹ năng đặc thù trong ngành kinh doanh này của bạn: Những kỹ năng mà bạn cần đạt trình độ nào? Nếu bạn chưa có những kỹ năng đó, để có được chúng bạn phải cố gắng ở mức độ nào?

Thang điểm đánh giá: Điểm 0 nếu bạn không có kỹ năng này, điểm 2 nếu bạn chỉ có một ít kỹ năng, điểm 4 nếu bạn có một số kỹ năng, điểm 6 nếu có đủ kỹ năng cần thiết.

Khả năng thâm nhập thị trường: Hãy tính đến những chi phí để tham gia kinh doanh và những rào cản cạnh tranh bạn có thể gặp phải.

Thang điểm đánh giá: Điểm 0 nếu lĩnh vực kinh doanh bị cạnh tranh mạnh, điểm 2 nếu bạn đã có sự thâm nhập hạn chế, điểm 4 nếu có cả đối thủ cạnh tranh lớn và nhỏ, điểm 6 nếu hầu như không có hạn chế nào đối với sự thâm nhập.

Tính độc đáo của ý tưởng: Không nhất thiết phải mang ý nghĩa không có ai cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ cùng loại, mà nó có ý nghĩa rằng chưa có ai/ít người cung cấp theo cách mà bạn cung cấp hoặc chưa có ai/ít người cung cấp trong khu vực mà bạn định kinh doanh.

Thang điểm đánh giá: Điểm 0 nếu sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có rất nhiều người cung cấp, điểm 2 nếu có một số người khác cùng cung cấp sản phẩm giống bạn, điểm 4 nếu chỉ có một vài nhà cung cấp giống bạn, điểm 6 nếu không có ai cung cấp sản phẩm mà bạn có ý định cung cấp.

Sau khi tính được tổng số điểm của các ý tưởng, loại bỏ những ý tưởng có tổng điểm nhỏ hơn 20, những ý tưởng mà không đạt được điểm 4 ở từng tiêu chí, và ý tưởng không đạt được điểm 6 ở ít nhất một tiêu chí. Sau quá trình loại bỏ này, bạn sẽ còn danh mục các ý tưởng kinh doanh hay nhất để có thể triển khai trong thực tế. Bạn có thể cân nhắc chọn một (vài) trong ý tưởng đó hoặc chọn ý tưởng có mức điểm cao nhất. Nếu sau quá trình này không có ý tưởng nào được chọn thì bạn lại nghiên cứu tìm hiểu và đánh giá lại từ đầu.

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

Kiến thức pháp lý cơ bản nói riêng và kiến thức pháp luật nói chung là nhiều vô tận, ngay cả những luật sư, chuyên gia pháp luật hàng đầu cũng chưa chắc nắm hết được. Tuy nhiên, đối với một CEO/chủ doanh nghiệp thì có 05 vấn đề pháp lý sau đây theo tôi là cơ bản, quan trọng và cần thiết nhất bao gồm:

- Nắm được văn bản/tài liệu pháp lý quan trọng và không thể thiếu trong doanh nghiệp mình;
- Nắm vững các quyền và nghĩa vụ của một doanh nghiệp;
- Biết quản lý dòng tiền ra và dòng tiền vào của doanh nghiệp theo quy định của pháp luật;

- Nắm được kiến thức pháp lý cơ bản về hợp đồng thương mại liên quan đến ngành nghề, lĩnh vực mà doanh nghiệp mình đang kinh doanh;
- Nắm và xác định được quyền hạn của người quản lý doanh nghiệp và lựa chọn mô hình tổ chức doanh nghiệp phù hợp cho doanh nghiệp mình.

1.4. Ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh

Ra quyết định khởi sự doanh nghiệp là quá trình một cá nhân hoặc một nhóm cá nhân khai thác cơ hội thương mại bằng ý tưởng sáng tạo như: Đưa sản phẩm, dịch vụ mới ra thị trường, cải tiến quy trình hoặc phương pháp sản xuất hiện có. Quá trình này thường được thực hiện thông qua một tổ chức mới (thành lập một công ty), nhưng cũng có thể xảy ra trong một doanh nghiệp đã thành lập và đang trải qua sự thay đổi đáng kể về sản phẩm hoặc chiến lược.

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

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

Luận chứng về quy mô và phát triển của cơ hội kinh doanh trên thị trường.

Luận chứng về mô hình kinh doanh nên được khởi sự để hiện thực hóa cơ hội kinh doanh nói trên thành tỷ suất lợi nhuận cao. Mô hình kinh doanh bao gồm các thông tin về tên gọi, hình thức pháp lý, địa điểm trụ sở doanh nghiệp; phương thức sản xuất kinh doanh; các nguồn lực cần huy động (số lượng, cơ cấu) và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp; mô hình doanh thu – chi phí – lợi nhuận và phương thức hoàn trả các khoản nợ vay cũng như giải quyết quan hệ sở hữu các đối tượng hữu quan đối với doanh nghiệp.

Thông tin về kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp và kinh nghiệm thực tiễn của nhóm đồng sáng lập/điều hành doanh nghiệp.

Các tài liệu hỗ trợ, bổ sung thông tin đi kèm với bản kế hoạch.

Kế hoạch kinh doanh không chỉ cần thiết khi khởi sự kinh doanh mà còn cần trong suốt quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Kế hoạch kinh doanh có thể nhằm mục tiêu thay đổi nhận thức và nhận biết thương hiệu trong con mắt của khách hàng, đối tác, cộng đồng. Đối với doanh nghiệp đang hoạt động hướng đến những thay đổi lớn hoặc khi hoạch định một kế hoạch khởi sự thì kế hoạch kinh doanh thường là 3-5 năm.

2.2. Kế hoạch về sản xuất, kinh doanh

Mô tả chính xác doanh nghiệp bán cái gì- làm cho người đọc không những hiểu về bản thân sản phẩm/dịch vụ mà còn hiểu được tại sao lại có nhu cầu về sản phẩm/dịch vụ đó

a. Phân tích mô tả:

Mô tả chính xác sản phẩm là gì, chức năng và tác dụng của nó, sản phẩm của doanh nghiệp khác với các công ty như thế nào

Có nhiều dạng trong cùng một loại sản phẩm không

Chu kỳ sống của sản phẩm kéo dài bao lâu

Điều kiện vận hành thích hợp nhất của sản phẩm

Có cần tới các phụ tùng hay phụ liệu hay không; chúng có được cung cấp không

Cần tới chuyên môn kỹ thuật nào để có thể sử dụng sản phẩm cho hiệu quả (đưa các mô tả kỹ thuật vào phần phụ lục)

b. Phân tích ứng dụng:

Sản phẩm được sử dụng như thế nào? Ai dùng?

Sản phẩm tiếp cận một khu vực thị trường mới hay cạnh tranh trực tiếp với các nhà sản xuất đã có mặt trên thương trường

Sản phẩm này bổ sung hay thay thế các sản phẩm khác

Sản phẩm phải mua liên tục hay chỉ phải mua một lần

Người mua và người sử dụng cuối cùng có phải là một không, quan hệ giữa họ ra sao, quan điểm của họ khác nhau như thế nào

Có yêu cầu lắp đặt hay sửa đổi sản phẩm theo nhu cầu không; nếu có thì thời gian và chi phí là bao nhiêu

Nhu cầu lắp đặt/sửa đổi trên có ảnh hưởng tiêu cực tới doanh số không; nếu có thì có thể giảm những tác động đó không

Việc lắp đặt có ảnh hưởng tới việc bảo hành các thiết bị khác không, có phải sử dụng các dịch vụ đặc biệt nào không

c. Phân tích lợi ích:

Sức hấp dẫn đối với thị trường-đánh giá giá trị thực của sản phẩm hoặc giá trị được nhận thức bởi người tiêu dùng để chứng minh lý do mua hàng của họ – Xem xét một cách đặc biệt tính độc đáo của sản phẩm có liên quan với những gì người mua đang hiện nay đang quan tâm khi chưa có sản phẩm này

Xem xét các khía cạnh: hình thức, hiệu suất, giá cả, tính đa dạng, độ bền, tốc độ, độ chính xác, tính dễ sử dụng, chi phí lắp đặt/sử dụng, khả năng giảm yêu cầu đào tạo, chất lượng nguyên liệu...

2.3. Kế hoạch về nhân sự, tổ chức

Kế hoạch nhân sự là quy trình lập ra kế hoạch chiến lược mà theo đó một công ty (thường do nhóm nhân sự lãnh đạo) đánh giá và xác định nhu cầu nhân sự của tổ chức. Nói cách khác, một kế hoạch nhân sự tốt sẽ giúp bạn hiểu được số lượng và loại nhân viên mà tổ chức của bạn cần để hoàn thành các mục tiêu của mình.

Kế hoạch nhân sự sẽ trả lời cho các câu hỏi:

Những công việc nào cần phải được thực hiện?

Chúng ta cần phải thuê bao nhiêu người?

Những kỹ năng và kinh nghiệm cần thiết để làm công

Những kỹ năng nào thiếu và cần được đào tạo (và xem có kỹ năng trong lĩnh vực nào dư thừa không)?

Kế hoạch nhân sự có thể áp dụng cho toàn bộ công ty hoặc cho các nhóm hoặc bộ phận nhỏ hơn và thậm chí các dự án riêng lẻ. Một ví dụ điển hình đó là nếu mục tiêu kinh doanh của công ty bạn tập trung vào việc mở rộng lực lượng bán hàng trong năm tới, thì một kế hoạch nhân sự có thể giúp chuẩn bị cho bộ phận bán hàng cho sự tăng trưởng đó với những người phù hợp cùng kỹ năng cần thiết được tuyển dụng vào đúng thời điểm.

Ngoài ra, một bảng kế hoạch nhân sự sẽ giúp cho doanh nghiệp:

Giảm chi phí lao động và tối đa hóa năng suất.

Xóa bỏ khoảng cách kỹ năng.

Tăng sự gắn kết của nhân viên.

Tăng tỷ lệ giữ chân nhân viên và giảm doanh thu.

Cải thiện trải nghiệm của khách hàng.

Hợp lý hóa tăng trưởng kinh doanh.

Việc doanh nghiệp có một kế hoạch nhân sự rõ ràng sẽ giúp ngăn chặn các vấn đề có thể làm chậm tốc độ tăng trưởng hoặc cản trở chất lượng sản phẩm và dịch vụ của bạn, điều có thể khiến khách hàng không hài lòng và đánh mất cơ hội kinh doanh. Các kế hoạch nhân sự không chỉ giúp các công ty tuyển dụng, thuê và phát triển nhân viên một cách hiệu quả mà còn giúp hướng dẫn các quyết định về ngân sách và tài chính trong tổ chức.

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

Ngoài những yếu tố trên thì doanh nghiệp cần phải đặc biệt quan tâm đến yếu tố tài chính bởi bất cứ công ty nào cũng cần phải có ngân sách khi lập kế hoạch tài chính. Do đó các công ty nên đưa chi phí vào kế hoạch tài chính và các dự kiến trong tương lai.. Chi phí này bao gồm các chi phí liên quan đến nhân sự, sản xuất, tiếp thị..hoặc bất cứ chi phí nào liên quan đến công việc kinh doanh.

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

Để xác định tính khả thi của ý tưởng khởi nghiệp cần định vị giá trị sản phẩm

Để khởi nghiệp thành công, không có gì quan trọng hơn việc chứng minh cho khách hàng nhìn thấy giá trị trong sản phẩm của bạn và chịu mua nó. Người ta thường chi tiền cho những sản phẩm/dịch vụ giúp họ giải quyết vấn đề của mình. Bạn cần xem xét ý tưởng kinh doanh của bạn, dù là sản phẩm hay dịch vụ

nào thì nó có giúp mang lại giải pháp, tiện ích và sự thoải mái nhất cho người dùng hay không.

Nếu sản phẩm/dịch vụ của bạn chưa có ai làm, hoặc chúng cung cấp những thứ tốt hơn các giải pháp hiện có thì chắc chắn ý tưởng này sẽ có tiềm năng phát triển lâu dài. Hãy dành thời gian nghiên cứu xem trước đây đã có ai thành công hay thất bại với ý tưởng đó chưa. Và lý do của sự thành công hay thất bại đó là gì.

Để tránh mắc sai lầm, hãy xây dựng ý tưởng kinh doanh dựa trên những sở thích và điểm mạnh của bản thân. Điều này sẽ giúp bạn “né” được những sai lầm cơ bản. Đồng thời bạn cũng sẽ biết cách giải quyết rắc rối trong công việc sau này nhờ vào những kinh nghiệm mà bạn đã tích lũy được. Bằng cách đó, ý tưởng của bạn sẽ có lợi thế hơn hẳn so với những dự án “mới toanh”.

Xác định thị trường, nhu cầu sản phẩm

Nghiên cứu thị trường là bước chuẩn bị quan trọng giúp chúng ta phân tích được những yếu tố then chốt, có khả năng biến sản phẩm/dịch vụ trở nên độc nhất khi tung ra hay không. Do đó bạn cần nghiên cứu thị trường của sản phẩm/dịch vụ, nhất là nhu cầu, sự quan tâm, tìm kiếm từ khách hàng tiềm năng bằng nhiều cách.

Bạn có thể xác định thị trường, nhu cầu sản phẩm bằng các công cụ như sử dụng Google; thực hiện khảo sát và thu thập phản hồi, ý kiến (online & offline)...

Dựa vào những dữ liệu thu thập được, bạn có thể tổng hợp lại thành những báo cáo và phân tích. Qua đó, đưa ra những nhận định, phán đoán về tiềm năng của sản phẩm/dịch vụ bạn định kinh doanh.

Phân tích đối thủ cạnh tranh cũng là cách để xác định tính khả thi của ý tưởng khởi nghiệp

Bên cạnh đó, bạn nên ưu tiên hàng đầu cho việc xác định đối thủ cạnh tranh của mình là ai (bao gồm cả đối thủ hiện tại và đối thủ tiềm năng) và hiện họ chiếm bao nhiêu thị phần? Hãy thử đánh giá các chiến lược marketing, thương hiệu trực tuyến, giá cả cũng như chất lượng sản phẩm/dịch vụ mà họ cung cấp.

Cách này có thể giúp bạn thấu hiểu được những mong muốn của khách hàng cũng như khám phá ra những nhu cầu mới chưa được ai khai thác. Từ đó làm hài lòng các khách hàng mục tiêu sau này.

Kiểm tra khả năng phát triển bền vững, mở rộng và thu lợi nhuận của ý tưởng kinh doanh

Tính bền vững: Tính bền vững của một ý tưởng kinh doanh phụ thuộc vào nhiều yếu tố. Nó bao gồm nhu cầu của khách hàng và nguồn cung sẵn có. Nếu sản phẩm/dịch vụ của bạn chưa có ai làm, hoặc bạn cung cấp những thứ tốt hơn các giải pháp hiện có thì chắc chắn ý tưởng này sẽ có tiềm năng phát triển lâu

dài. Nên kiểm tra nguồn cung trước khi biến ý tưởng thành hiện thực. Vì việc này sẽ giúp bạn ngăn chặn bớt những thất bại trong tương lai.

Khả năng mở rộng và thu được lợi nhuận: Một ý tưởng kinh doanh tốt phải có chỗ cho sự mở rộng về sau, ngay cả khi bạn bắt đầu ở quy mô nhỏ. Bên cạnh đó, để thành công trong kinh doanh, bạn phải kiếm được tiền. Sản phẩm và dịch vụ của bạn phải tốn ít chi phí đầu tư và thu được lợi nhuận cao. Bạn càng kiếm được tiền nhanh từ ý tưởng của mình, cơ hội kinh doanh thành công của bạn càng lớn.

Lựa chọn mô hình kinh doanh phù hợp để xác định tính khả thi của ý tưởng khởi nghiệp

Cho dù bạn chọn mô hình phân phối kiểu liên kết, B2B hay cửa hàng thương mại điện tử thì mỗi thứ đều sở hữu những khách hàng mục tiêu, năng lực cốt lõi cũng như giá trị riêng. Việc kiểm tra xem khả năng đáp ứng của công ty đối với các yêu cầu riêng biệt của từng loại mô hình sẽ xác định được tỷ lệ thành công của nó. Từ đó dễ dàng nhận diện được đâu là mô hình phù hợp với dự án kinh doanh của bạn.

2.6. Kế hoạch marketing

Kế hoạch Marketing là tài liệu bằng văn bản, nội dung của nó bao gồm lộ trình hoạt động Marketing của doanh nghiệp. Đây được xem là công cụ đầy đủ và dài hạn để điều hành Marketing cho một doanh nghiệp, nhằm theo dõi việc quảng bá sản phẩm, dịch vụ theo một chiến lược nhất định..

Một bản kế hoạch Marketing hoàn chỉnh sẽ có đầy đủ những hành động, phương tiện cần thực hiện và chi phí cần thiết để làm theo chiến lược đó.

TÓM TẮT NỘI DUNG CHƯƠNG 2

Trong chương 2 giới thiệu các nội dung cơ bản sau:

- Ý tưởng kinh doanh và ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh
- Nội dung chính của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 2

Câu 1. Trình bày ý tưởng kinh doanh và ra quyết định khởi nghiệp kinh doanh?

Câu 2. Trình bày nội dung chính của kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh?

BÀI TẬP THẢO LUẬN

Phân tích tình huống sau:

ByAndHold.com: Lấp đầy khoảng trống trong thị trường đầu tư trên mạng

Sau khi tốt nghiệp cao đẳng, Geoffrey M. Tudisco làm việc cho tập đoàn Shareholder Communication- SCC, một công ty chuyên hợp tác với các công ty khác và với các chương trình DRIP (Dividend ReInvestment Plan- kế hoạch tái đầu tư cổ tức). Các chương trình DRIP giúp cho các cá nhân có thể mua cổ phiếu trực tiếp từ công ty với mức đầu tư thấp chỉ bằng 25 đô la Mỹ. SCC cung cấp một dịch vụ được gọi là “Ngân hàng hối đoái cho kế hoạch mua trực tiếp”, dịch vụ này cho phép nhà đầu tư gọi điện thoại và yêu cầu thông tin đầu tư vào những công ty cung cấp kế hoạch DRIP.

Chẳng bao lâu sau khi Tudisco về SCC, SCC cố gắng tung ra các dịch vụ về Ngân hàng hối đoái trên mạng, thông qua các mối quan hệ với một công ty gọi là Netstocdirect.com. Tuy nhiên, khi Netstock tái thiết kế lại trang web của nó, nó xóa bỏ tất cả những gì có liên quan đến Ngân hàng hối đoái. Tudisco đã lưu ý việc này với sếp của mình là Peter Breen. Và sau đó, Breen đã nhờ ý kiến Tudisco làm việc cho web site của SCC. Chỉ trong vòng 30 ngày, trang web đầu tiên của Tudisco trở thành nơi cung cấp tư liệu có sẵn về các kế hoạch DRIP cho các nhà đầu tư trên mạng Internet. Tuy nhiên, điều kích thích Tudisco chính là triển vọng nâng cấp trang web của mình lên một tầm cao mới. Ông muốn đem đến cho các nhà đầu tư DRIP cơ hội tham gia vào kế hoạch và mua cổ phiếu trực tuyến.

CHƯƠNG 3

TỔ CHỨC THỰC HIỆN KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH

GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Chương 3 là chương giới thiệu về tổ chức các hoạt động kinh doanh, tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh, tạo lập và sử dụng các nguồn lực kinh doanh, tổ chức mạng lưới thông tin trong kinh doanh, kiểm soát quá trình thực hiện kinh doanh để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Tổ chức các hoạt động kinh doanh
- Tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh
- Tạo lập và sử dụng các nguồn lực kinh doanh
- Tổ chức mạng lưới thông tin trong kinh doanh
- Kiểm soát quá trình thực hiện kinh doanh

2. Về kỹ năng:

- Vận dụng được các kiến thức về tổ chức thực hiện kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh vào thực tế công việc;

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của việc lập kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh trong thực tiễn công việc.

- Thái độ học tập nghiêm túc, tích cực trong thảo luận các nội dung giảng viên nêu ra.

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 3

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận 1 (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 3) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 3 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 3

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 3

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: 1 điểm kiểm tra (hình thức: tự luận)

NỘI DUNG

1. Tổ chức các hoạt động kinh doanh

Tổ chức kinh tế là đơn vị thực hiện chức năng sản xuất kinh doanh, dịch vụ nhằm mục đích tạo ra lợi nhuận, duy sự tồn tại chung và thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

Hiện nay pháp luật không có quy định cụ thể về tổ chức kinh doanh. Theo đó tổ chức kinh doanh là tổ chức kinh tế hoạt động kinh doanh.

Các loại hình tổ chức kinh doanh cơ bản như: Doanh nghiệp tư nhân, Công ty trách nhiệm hữu hạn, Công ty cổ phần, Công ty hợp doanh

Công ty cổ phần

Công ty cổ phần là một tổ chức kinh doanh, có tư cách pháp nhân.

Công ty cổ phần là loại hình đặc trưng của công ty đối vốn, vốn của công ty được chia thành nhiều phần bằng nhau gọi là cổ phần, người sở hữu cổ phần gọi là cổ đông, chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty cho đến hết giá trị cổ phần mà họ sở hữu.

Trong suốt quá trình hoạt động của công ty cổ phần ít nhất phải có 3 thành viên tham gia công ty cổ phần. Là loại công ty đặc trưng cho công ty đối vốn cho nên có sự liên kết của nhiều thành viên và vì vậy việc quy định số thành viên tối thiểu phải có đã trở thành thông lệ quốc tế trong mấy trăm năm tồn tại của công ty cổ phần. Ở hầu hết các nước đều có quy định số thành viên tối thiểu của công ty cổ phần.

Phần vốn góp (cổ phần) của các thành viên được thể hiện dưới hình thức cổ phiếu. Các cổ phiếu do công ty phát hành là một loại hàng hoá. Người có cổ phiếu có thể tự do chuyển nhượng theo quy định của pháp luật. Công ty cổ phần chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty bằng tài sản của công ty. Các cổ đông chịu trách nhiệm về nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi số vốn đã góp vào công ty. Trong quá trình hoạt động công ty cổ phần có quyền phát hành chứng khoán (như cổ phiếu, trái phiếu) ra công chúng theo quy định của pháp luật về chứng khoán để huy động vốn. Điều này thể hiện khả năng huy động vốn lớn của công ty cổ phần.

Doanh nghiệp tư nhân

Đây là tổ chức kinh doanh không có tư cách pháp nhân, trong thực tiễn đời sống đây loại tổ chức kinh doanh khá phổ biến ở Việt Nam. Doanh nghiệp tư nhân là doanh nghiệp do một cá nhân làm chủ và tự chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về mọi hoạt động của doanh nghiệp.

Doanh nghiệp tư nhân là một tổ chức kinh doanh do một cá nhân bỏ vốn ra thành lập làm chủ. Cá nhân này vừa là chủ sở hữu, vừa là người sử dụng tài sản, đồng thời cũng là người quản lý hoạt động của doanh nghiệp. Thông thường chủ

doanh nghiệp là giám đốc, trực tiếp tiến hành hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Nhưng cũng có trường hợp vì những lý do cần thiết, chủ doanh nghiệp không trực tiếp điều hành hoạt động kinh doanh mà thuê người khác làm giám đốc. Nhưng dù trực tiếp hay gián tiếp điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, chủ doanh nghiệp tư nhân quản lý và tự chịu trách nhiệm không có sự phân chia rủi ro với ai

Chủ doanh nghiệp tư nhân chịu trách nhiệm vô hạn về các khoản nợ trong kinh doanh của doanh nghiệp. Trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh, nếu làm ăn phát đạt thu được nhiều lợi nhuận, chủ doanh nghiệp được hưởng toàn bộ số lợi đó. Ngược lại, nếu gặp rủi ro hay kinh doanh bị thua lỗ, họ phải chịu trách nhiệm bằng chính tài sản của doanh nghiệp.

Công ty trách nhiệm hữu hạn.

Công ty trách nhiệm hữu hạn là doanh nghiệp có không quá 50 thành viên góp vốn thành lập công ty chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty bằng tài sản của mình.

Công ty trách nhiệm hữu hạn có thể chỉ có một thành viên.

Công ty chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của công ty bằng tài sản của mình (trách nhiệm hữu hạn). Thành viên công ty chịu trách nhiệm về các khoản nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi số vốn đã cam kết góp vào công ty. Đối với công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên thì chủ sở hữu công ty chịu trách nhiệm về các khoản nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi số vốn đã cam kết góp vào công ty. Như vậy, trong công ty trách nhiệm hữu hạn có sự phân tách tài sản: tài sản của công ty và tài sản của thành viên. Nguyên tắc phân tách được áp dụng trong mọi quan hệ tài sản, nợ nần và trách nhiệm của công ty.

Công ty trách nhiệm hữu hạn không được quyền phát hành cổ phiếu ra công chúng để công khai huy động vốn. Việc chuyển nhượng vốn góp của thành viên công ty trách nhiệm hữu hạn trước hết phải ưu tiên cho các thành viên khác của công ty. Chỉ được chuyển nhượng cho người không phải là thành viên công ty nếu các thành viên còn lại của công ty không mua hoặc không mua hết. Đối với công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên thì 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.

Công ty hợp danh.

Công ty hợp danh được pháp luật ghi nhận là tổ chức kinh doanh có hình thức công ty đối nhân, trong đó có ít nhất 2 thành viên (đều là cá nhân và là thương nhân) cùng tiến hành hoạt động thương mại (theo nghĩa rộng) dưới một hăng chung (hay hội danh) và cùng liên đới chịu trách nhiệm vô hạn về mọi khoản nợ của công ty.

Ngoài các thành viên hợp danh, có thể có thành viên góp vốn. Thành viên hợp danh phải là cá nhân, có trình độ chuyên môn và uy tín nghề nghiệp và phải 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.

Do tính an toàn pháp lý đối với công chúng cao, mặt khác các thành viên thường có quan hệ mật thiết về nhân thân, nên việc quản lý công ty hợp danh chịu rất ít sự ràng buộc của pháp luật. Về cơ bản, các thành viên có quyền tự thỏa thuận về việc quản lý, điều hành công ty. Tuy nhiên cần lưu ý là quyền quản lý công ty hợp danh chỉ thuộc về các thành viên hợp danh, thành viên góp vốn không có quyền quản lý công ty

Trong công ty hợp danh, Hội đồng thành viên là cơ quan quyết định cao nhất của công ty bao gồm tất cả các thành viên hợp danh. Hội đồng thành viên có quyền quyết định mọi hoạt động của công ty. Khi họp Hội đồng thành viên, các thành viên hợp danh có quyền ngang nhau trong biểu quyết (mỗi thành viên chỉ có một phiếu biểu quyết) mà không phụ thuộc vào giá trị phần vốn góp của họ trong công ty. Đây là điểm khác biệt cơ bản giữa quyền của các thành viên trong quản lý của công ty hợp danh với quyền của các thành viên trong quản lý công ty đối vốn (công ty trách nhiệm hữu hạn và công ty cổ phần).

Trong quá trình hoạt động của công ty, các thành viên hợp danh phân công nhau đảm nhiệm các chức trách quản lý và kiểm soát công ty, và cử một người (trong số thành viên hợp danh) làm Giám đốc công ty. Giám đốc thực hiện nhiệm vụ điều hành công việc trong công ty, phân công, điều hoà, phối hợp công việc của các thành viên hợp danh và thực hiện các công việc khác theo uỷ quyền của các thành viên hợp danh.

2. Tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh

Cơ cấu tổ chức là gì?

Cơ cấu tổ chức (Organizational structure) là một cấu trúc nhằm xác định cách thức hoạt động của tổ chức, xác định rõ quyền hạn, trách nhiệm giữa các bộ phận chức năng và giữa các cấp trong bộ máy quản lý. Trong hoạt động kinh doanh, tùy thuộc vào đặc điểm và yêu cầu hoạt động, doanh nghiệp có thể được cơ cấu theo các mô hình tổ chức khác nhau.

Các yếu tố ảnh hưởng đến mô hình cơ cấu tổ chức doanh nghiệp

Khi cơ cấu mô hình tổ chức, doanh nghiệp cần phải xem xét các yếu tố ảnh hưởng quan trọng. Đó là:

Mục tiêu chiến lược

Môi trường kinh doanh

Quy mô và chu kỳ sống, phát triển của tổ chức

Đặc điểm và tính chất của các hoạt động

Mối quan hệ giữa các bộ phận trong một doanh nghiệp

Mỗi một yếu tố trên đều có quan hệ mật thiết đến hoạt động của doanh nghiệp. Khi các yếu tố trên thay đổi, các mô hình tổ chức cũng phải thay đổi theo. Nếu không, doanh nghiệp có thể sẽ khó phát triển, thậm chí không thể phát triển lên quy mô lớn hơn. Trên cơ sở định hướng, chiến lược phát triển, quy mô và tính chất hoạt động. Doanh nghiệp có thể lựa chọn một trong số các loại mô hình tổ chức dưới đây để khởi nghiệp.

Mô hình đơn giản

Đây là cơ cấu tổ chức của loại hình doanh nghiệp nhỏ và vừa, thường tương ứng với các hộ kinh doanh, công ty TNHH một thành viên mới thành lập. Trong đó, người chủ cũng đồng thời là người quản lý trực tiếp doanh nghiệp. Mô hình này thường được áp dụng trong doanh nghiệp kinh doanh giới hạn trong một hay chỉ vài loại sản phẩm (mức độ đa dạng hóa thấp) hoặc quy mô sản xuất không lớn. Chính vì vậy, đây là kiểu mô hình hay được những nhà kinh doanh lựa chọn để khởi sự doanh nghiệp. Sơ đồ dưới đây mô tả về cơ cấu tổ chức này:

Mô hình tổ chức giản đơn

Mô hình cơ cấu tổ chức đơn giản này có một ưu điểm rất lớn là tính linh hoạt trong hoạt động và có khả năng phản ứng rất nhanh theo những biến động trên thị trường. Việc sử dụng các nguồn lực trong doanh nghiệp, nhất là nguồn nhân lực có tính tập trung, khá “cơ động” do vậy hiệu quả làm việc thường khá cao.

Tuy nhiên, do sự đơn giản hóa về mặt tổ chức và cấu trúc, doanh nghiệp thường không được quản lý một cách hệ thống, có bài bản. Hầu như các doanh nghiệp có mô hình tổ chức loại này không có hoặc có nhưng không đầy đủ một hệ thống quy định và chính sách chặt chẽ. Sự phân định trách nhiệm và quyền hạn cũng không thật sự rõ ràng. Điều này dễ xảy ra tình trạng không rõ ràng về nhiệm vụ, trách nhiệm, chồng chéo hay trùng lặp trong hoạt động và cả trong quản lý, điều hành.

Mô hình cơ cấu tổ chức theo chức năng

Tổ chức theo chức năng là một kiểu cơ cấu tổ chức trong đó bộ máy doanh nghiệp có nhiều bộ phận có chức năng khác nhau. Các bộ phận được chuyên môn hóa sâu theo chức năng (vd: tài chính, marketing, nhân sự, sản xuất,..). Theo mô hình này, các hoạt động của doanh nghiệp bài bản và chuyên môn hóa hơn. Các bộ phận chức năng có độ chuyên sâu về một lĩnh vực. Nhân sự làm việc trong các bộ phận chức năng là những người có kiến thức chuyên môn, làm việc có tính chuyên nghiệp và độc lập. Các tiêu chuẩn chuyên môn, phương pháp, quy trình quản lý được xây dựng và áp dụng nhất quán từ trên xuống dưới. Sơ đồ dưới đây mô tả về mô hình cơ cấu tổ chức theo chức năng:

Mô hình tổ chức theo chức năng

Trong mô hình này, giám đốc điều hành có trách nhiệm điều phối hoạt động các bộ phận chức năng. Mô hình này có những ưu điểm đảm bảo tính tập trung, thống nhất cao về các chức năng chuyên môn. Tính chuyên nghiệp cao. Do vậy vừa phát huy tốt chuyên môn, có điều kiện phát triển năng lực và kỹ năng chuyên sâu trong quản lý và kiểm soát. Giúp các nhà quản lý kiểm soát tốt các mặt chuyên môn theo chức năng của toàn doanh nghiệp.

Tuy nhiên, cơ cấu tổ chức theo mô hình này cũng có những hạn chế nhất định. Do các bộ phận hoạt động theo chức năng riêng. Việc điều phối các hoạt động chung giữa các chức năng khá phức tạp, dễ nảy sinh xung đột hoặc khó phối hợp trong thực hiện các nhiệm vụ, công việc chung. Điều này đòi hỏi người điều hành phải có sự am hiểu, nắm vững các lĩnh vực chuyên môn chức năng khác nhau. Giám đốc điều hành cũng phải có các kỹ năng quản lý tốt, nhất là kỹ năng về phối hợp và xử lý thông tin, đàm phán và hợp tác để giảm thiểu mâu thuẫn trong làm việc.

Tổ chức theo các bộ phận độc lập tương đối

Trong mô hình này, một doanh nghiệp doanh nghiệp có quy mô lớn được tổ chức thành các đơn vị nhỏ. Các đơn vị này được hình thành trên cơ sở các sản phẩm, lĩnh vực kinh doanh hoặc địa bàn hoạt động khác nhau. Mỗi đơn vị đều có tính độc lập cao, chủ động về mục tiêu. Có các tiêu chuẩn, phương pháp hoạt động và quản trị riêng. Mỗi bộ phận độc lập đó cũng có thể được cơ cấu theo mô hình hoạt động riêng phù hợp với đặc thù lĩnh vực sản phẩm hay địa bàn của mình.

Mô hình này khá thích hợp cho doanh nghiệp hoạt động đa lĩnh vực. Sơ đồ mô tả về mô hình này như sau: Mô hình cơ cấu tổ chức theo đơn vị

Ưu điểm của mô hình này là tạo được sự chủ động cho các nhà quản lý trong từng đơn vị bộ phận. Có thể tập trung nguồn lực cho các hoạt động kinh doanh riêng của đơn vị mình và đáp ứng nhu cầu khách hàng theo từng loại sản phẩm hay trên từng địa bàn. Hoạt động chung của doanh nghiệp đa dạng và linh hoạt hơn. Mỗi đơn vị bộ phận và cả doanh nghiệp có khả năng phản ứng nhanh hơn trước những biến đổi đa dạng và phức tạp trên thị trường. Mô hình này cũng tạo điều kiện phát triển khả năng kinh doanh tổng hợp của các nhà quản lý và tạo tiền đề phát triển thành các doanh nghiệp lớn, có mức độ đa dạng hóa cao.

Nhược điểm là: Khó đảm bảo sự kết hợp và phối hợp hợp lý giữa các đơn vị độc lập đó trong doanh nghiệp. Kiểm soát hoạt động sẽ phức tạp hơn và dễ bị phân tán, khó thống nhất. Sở dĩ như vậy là vì khi được tổ chức theo các đơn vị bộ phận nhỏ lại có sự độc lập thì các đơn vị này có xu hướng chỉ tập trung chủ yếu vào các mục tiêu, lợi ích và hoạt động của bộ phận, đơn vị của mình là chính. Nếu không kiểm soát và điều phối tốt có thể dẫn đến nguy cơ không kiểm soát được, thậm chí mất kiểm soát làm ảnh hưởng đến mục tiêu và hiệu quả chung của cả hệ thống doanh nghiệp.

Mô hình cơ cấu tổ chức ma trận

Tổ chức theo ma trận là sự kết hợp các ưu điểm nổi bật của mô hình theo chức năng và mô hình theo đơn vị bộ phận. Mô hình này được thiết kế nhằm đáp ứng được những yêu cầu khác nhau trong hoạt động của doanh nghiệp. Thích hợp với những doanh nghiệp triển khai hoạt động theo các dự án kinh doanh khác nhau. Sơ đồ của mô hình này như sau:

Mô hình tổ chức ma trận

Ưu điểm của mô hình này là tạo được sự linh hoạt rất lớn do tạo ra khả năng kết hợp và điều hành có hiệu quả cao. Từ đó tăng khả năng truyền đạt, khả năng phản ứng nhanh với những thay đổi của môi trường kinh doanh. Cơ cấu theo mô hình này cũng giúp doanh nghiệp tận dụng tối đa các khả năng về chuyên môn cũng như các cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động quản lý và kinh doanh có hiệu quả. Quản lý theo mô hình này cũng làm tăng tính chủ động và sáng tạo trong hoạt động quản lý của doanh nghiệp.

Những nhược điểm có thể thấy khi cơ cấu theo mô hình này là: Kiểu tổ chức khá phức tạp đòi hỏi mỗi thành viên trong doanh nghiệp phải có những khả năng và kỹ năng nhất định. Các công việc quản lý, các đầu mối quản lý cũng tăng lên, nhiều quan hệ quản lý có thể bị chồng chéo, hoặc rất riêng rẽ độc lập nên công tác điều hành không đơn giản.

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

Nguồn lực doanh nghiệp

Ngày nay, doanh nghiệp sở hữu nhiều nguồn lực, nhưng cần phải chú trọng phát triển 5 nguồn lực cực kỳ quan trọng để thúc đẩy hoạt động của doanh nghiệp phát triển bền vững. Hãy cùng tìm hiểu 5 nguồn lực là gì nhé.

Nguồn nhân lực

Nguồn lực đầu tiên quan trọng cần được đầu tư nhất chính là con người. Doanh nghiệp đầu tư vào nguồn nhân lực cho từng bộ phận, mỗi nhân viên đảm nhận chức năng nhiệm vụ của mình. Mỗi nhân viên khi làm tốt công việc của mình thì chắc chắn sẽ biết cách sử dụng các nguồn lực khác.

Trang thiết bị phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh

Trang thiết bị càng hiện đại thì hiệu quả công việc sẽ càng cao, nhờ đó sẽ hỗ trợ tốt nhất cho cũng giảm thiểu sức lao động của con người.

Thị trường tiềm năng

Một doanh nghiệp phải xác định thị trường tiềm năng cho sản phẩm hoặc dịch vụ của mình. Càng xác định chính xác, phương pháp xử lý khách hàng của bạn sẽ càng hiệu quả và đơn hàng của bạn sẽ được chốt càng nhanh.

Kỹ năng quản trị doanh nghiệp và tầm nhìn chiến lược

Lãnh đạo doanh nghiệp rất cần có kỹ năng lãnh đạo và tầm nhìn chiến lược. Hai đặc điểm này sẽ giúp doanh nghiệp có hướng đi đúng đắn và mang lại hiệu quả cao trên thị trường cạnh tranh đầy khốc liệt.

Vốn

Một nguồn lực không thể thiếu đối với bất kỳ doanh nghiệp nào là tiền. Để vận hành và phát triển các sản phẩm, dịch vụ, chúng tôi không những phải có nguồn vốn dồi dào mà còn phải biết cách sử dụng nguồn vốn một cách hiệu quả nhất để mang lại lợi nhuận tối đa cho doanh nghiệp.

Tầm quan trọng của nguồn lực doanh nghiệp

Mỗi doanh nghiệp chính là tế bào của nền kinh tế quốc gia. Vì thế nguồn lực của doanh nghiệp cũng chính là lực lượng quyết định rất lớn vào vấn đề phát triển hay không của một quốc gia. Do đó, để hoạt động hiệu quả, nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường, doanh nghiệp cần phải đặc biệt quan tâm đến yếu tố nguồn lực doanh nghiệp.

Trong giai đoạn kinh tế thị trường hiện nay, nhà nước thực hiện chính sách thông thoáng, khuyến khích doanh nghiệp và người dân kinh doanh, nhằm phát triển không chỉ kinh tế cá thể mà cả nền kinh tế quốc dân, không chỉ để hội nhập mà còn để thu hút đầu tư nước ngoài. Vì vậy, để tăng khả năng cạnh tranh, một doanh nghiệp, tổ chức cần phải có những nguồn lực sẵn có để làm bàn đạp cho doanh nghiệp phát triển.

Không chỉ dừng lại ở việc phát triển hoạt động kinh doanh mà phải đi sâu, chú trọng nội lực. Đặc biệt, nguồn nhân lực luôn là yếu tố quan trọng quyết định cho sự phát triển và quản lý của một doanh nghiệp. Muốn doanh nghiệp đảm bảo tăng trưởng bền vững thì cần phải làm chủ các nguồn nội lực sẵn có và kết hợp với các nguồn lực bên ngoài để thúc đẩy sự phát triển chung của hoạt động doanh nghiệp và của nền kinh tế.

Phương pháp phân bổ nguồn lực hiệu quả

Hiểu được tầm quan trọng của **nguồn lực là gì**, doanh nghiệp cần có cách phân bổ nguồn lực hiệu quả.

Trong đó sẽ có một số chú ý:

- Chiến lược phát triển của mỗi doanh nghiệp là khác nhau và việc phân bổ nguồn nhân lực cũng phải dựa trên chiến lược này.
- Việc phân bổ nguồn lực cũng cần dựa trên các hoạt động sản xuất liên quan đến hoạt động kinh doanh của công ty. Ngoài ra, kế hoạch ngắn hạn có thể có tác động tích cực đến kết quả dài hạn. Vì vậy, trước khi phân bổ cần tập trung lập phương án hoàn chỉnh.
- Cần tiến hành đánh giá toàn diện nguồn nhân lực của doanh nghiệp để phân bổ nguồn lực một cách chính xác và hợp lý.

– Đảm bảo nguồn nhân lực có thể hoạt động tốt trong mọi hoạt động hàng ngày của doanh nghiệp sau quá trình phân công.

– Luân chuyển nguồn nhân lực theo hoạt động sản xuất kinh doanh của từng doanh nghiệp, hiểu rõ giá trị mà mỗi người lao động mang lại cho doanh nghiệp. Điều này đảm bảo rằng tất cả nhân viên có thể phát huy hết khả năng của mình.

Nguồn lực phát triển kinh tế

Tìm hiểu về nguồn lực là gì, bạn có thể thấy thuật ngữ nguồn lực phát triển kinh tế. Nguồn lực này bao gồm 5 yếu tố sau:

Nguồn lực trong nước (nội lực)

Nguồn lực trong nước (nội lực) là những nhân lực sinh sống, tồn tại bên trong đất nước đó như dân cư và nguồn lao động, tài nguyên thiên nhiên, cơ sở vật chất, những đường lối chính sách phát triển kinh tế – xã hội...

Nguồn lực bên ngoài (ngoại lực)

Nguồn lực bên ngoài sẽ bao gồm tất cả các nguồn lực thu được từ bên ngoài có tác động nhất định đến sự phát triển kinh tế – xã hội của đất nước. Chẳng hạn, nền kinh tế, vốn nước ngoài, thị trường hàng hóa nhập khẩu... đều là những nguồn lực bên ngoài có tác động nhất định đến sự phát triển kinh tế – xã hội của một quốc gia nào đó.

Nguồn lực con người (nhân lực)

Nguồn lực con người chính là lực lượng lao động tham gia trực tiếp vào việc tạo ra sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ cho nền kinh tế. Nhân lực đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc phát triển kinh tế của một quốc gia. Đất nước hay doanh nghiệp nào hội tụ càng nhiều nhân lực chất lượng cao thì các phát triển bền vững trên thị trường cạnh tranh đầy khốc liệt.

Nguồn lực xã hội

Nguồn lực xã hội là những nhân tố bên ngoài tác động trực tiếp đến quá trình hoạt động và phát triển của doanh nghiệp. Một số nguồn lực xã hội như pháp luật, chính sách thuế, thủ tục, chính sách tiền tệ, xuất nhập khẩu...

Ngoài ra, chính sách tiền tệ là chính sách của chính phủ sử dụng các công cụ tín dụng và ngoại hối để ổn định tiền tệ. Nền kinh tế tăng trưởng hay suy giảm phần lớn phụ thuộc vào chính sách tiền tệ của chính phủ, vốn được coi là công cụ hữu hiệu để điều tiết nền kinh tế và tài chính của một quốc gia.

Nguồn lực cá nhân

Nguồn lực cá nhân là nguồn lực của mỗi người riêng biệt trong xã hội. Mỗi người sẽ có những thế mạnh, mối quan hệ, hoàn cảnh gia đình, khả năng tài chính khác nhau và khi tham gia thị trường lao động cần chứng tỏ khả năng của mình theo nguồn lực của bản thân. Trên thực tế, những người có nguồn lực cá

nhân tốt có thể dễ dàng tìm thấy một môi trường làm việc tốt và nhận được mức lương mà họ mong muốn.

4. Tổ chức mạng lưới thông tin trong kinh doanh

Mạng lưới kinh doanh là quá trình thiết lập mối quan hệ cùng có lợi với những người kinh doanh khác và khách hàng tiềm năng và / hoặc khách hàng . Mục đích chính của mạng lưới kinh doanh là nói cho người khác biết về doanh nghiệp của bạn và hy vọng biến họ thành khách hàng.

Lợi ích của mạng lưới kinh doanh

Liên hệ và giới thiệu mới - Lợi ích rõ ràng nhất của việc kết nối mạng là gặp gỡ các khách hàng tiềm năng và / hoặc tạo các giới thiệu mà bạn có thể theo dõi để hy vọng thêm vào cơ sở khách hàng của bạn. Mạng cũng có thể giúp bạn xác định các cơ hội cho quan hệ đối tác , liên doanh hoặc các lĩnh vực mở rộng mới cho doanh nghiệp của bạn.

Khả năng hiển thị - Bạn cần gặp gỡ và giao tiếp với khách hàng tiềm năng và đối tác kinh doanh thường xuyên để duy trì mối quan hệ kinh doanh của bạn. Tham gia các buổi ăn trưa kinh doanh và các sự kiện mạng khác làm tăng hồ sơ cá nhân của bạn và có thể giúp bạn luôn ở phía trước và trung tâm trong tâm trí của những người phù hợp.

Luôn cập nhật - Trong một môi trường kinh doanh luôn thay đổi, điều quan trọng là phải theo kịp các điều kiện thị trường mục tiêu cũng như các xu hướng chung trong ngành của bạn. Biết thị trường là chìa khóa để phát triển một kế hoạch tiếp thị thành công . Tham dự các cuộc hội thảo và kết nối mạng với các đồng nghiệp và đối tác kinh doanh của bạn thường xuyên sẽ giúp bạn luôn cập nhật.

Giải quyết vấn đề - Ngoài khả năng tăng doanh nghiệp của bạn, bạn thường có thể tìm ra giải pháp cho các vấn đề hoặc nhu cầu kinh doanh của riêng bạn bằng cách kết nối mạng. Ví dụ, nếu doanh nghiệp của bạn cần các dịch vụ của một nhân viên kế toán, kế toán , hoặc luật sư, bạn có thể tìm được ứng cử viên lý tưởng thông qua mạng, hoặc nếu doanh nghiệp của bạn cần tài trợ vốn chủ sở hữu để khởi động, bạn có thể tìm được nhà đầu tư thiên thần hoặc nhà đầu tư mạo hiểm thông qua các kênh mạng .

Chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm - Mạng là lý tưởng để mở rộng kiến thức của bạn bằng cách tận dụng lợi thế của quan điểm và kinh nghiệm trước đây của người khác. Ví dụ: nếu bạn đang nghĩ đến việc tham gia kinh doanh xuất nhập khẩu , bạn có thể nhận được một số lời khuyên có giá trị từ một người khác đã thực hiện công việc kinh doanh tương tự trên phạm vi quốc tế. Lợi dụng những kinh nghiệm của người khác trước khi bạn đầu tư thời gian và tiền bạc vào một liên doanh cụ thể có thể là vô giá.

Niềm tin và tinh thần - Hầu hết mọi người kinh doanh đều lạc quan và tích cực. Thường xuyên liên kết với những người như vậy có thể là một sự thúc đẩy tinh thần tuyệt vời, đặc biệt là trong giai đoạn đầu khó khăn của một doanh nghiệp mới. Nếu bạn không tự nhiên đi, thường xuyên gặp gỡ những người mới cũng có thể làm tăng sự tự tin của bạn và trên cơ sở cá nhân bạn có thể hình thành tình bạn mới với những người cùng chí hướng

5. Kiểm soát quá trình thực hiện kinh doanh

- Kiểm soát là quá trình thiết lập các tiêu chuẩn đo lường kết quả thực hiện, so sánh kết quả với các tiêu chuẩn, phát hiện sai lệch và nguyên nhân, tiến hành các điều chỉnh nhằm làm cho kết quả cuối cùng phù hợp với mục tiêu đã được xác định.

- Kiểm soát là quá trình xác định thành quả đạt được trên thực tế và so sánh với những tiêu chuẩn nhằm phát hiện sự sai lệch và nguyên nhân sự sai lệch, trên cơ sở đó đưa ra biện pháp điều chỉnh sự sai lệch để đảm bảo tổ chức đạt được mục tiêu.

TÓM TẮT NỘI DUNG CHƯƠNG 3

Trong chương 3 trình bày các nội dung cơ bản sau:

- Tổ chức các hoạt động kinh doanh
- Tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh
- Tạo lập và sử dụng các nguồn lực kinh doanh
- Tổ chức mạng lưới thông tin trong kinh doanh
- Kiểm soát quá trình thực hiện kinh doanh

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 3

- Câu 1. Trình bày tổ chức các hoạt động kinh doanh ?
- Câu 2. Trình bày tổ chức bộ máy điều hành kinh doanh?
- Câu 3. Trình bày tạo lập và sử dụng các nguồn lực kinh doanh?
- Câu 4. Trình bày tổ chức mạng lưới thông tin trong kinh doanh?
- Câu 5. Trình bày kiểm soát quá trình thực hiện kinh doanh?

BÀI TẬP THẢO LUẬN

Sinh viên khởi nghiệp

Một nhóm 3 bạn: Hùng, Dũng, Kiên cùng tốt nghiệp Khoa Điện tử - Tin học, trường ĐH Bách Khoa Hà Nội với tấm bằng giỏi và Trung- tốt nghiệp loại khá Đại học Kinh tế Quốc dân, khoa Quản trị kinh doanh.

Tự tin vào khả năng của mình với sự ủng hộ của gia đình về mặt tài chính, ba bạn có ý định lập công ty để kinh doanh trong lĩnh vực Tin học.

Câu hỏi:

1. Anh (chị) có ủng hộ ý tưởng đó không? Tại sao? Nếu có họ nên lựa chọn loại hình doanh nghiệp nào? Tại sao?