

**BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ
CỤC PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP**

Chuyên đề
QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH TRONG KHỞI SỰ DOANH NGHIỆP
(Tài liệu dành cho đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực
cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa)

Biên soạn: Thạc sĩ Lương Thu Hà

HÀ NỘI - 2012

TaiLieu.vn

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG BIỂU

LỜI TÁC GIẢ.....Error! Bookmark not defined.

Chương 1: CON ĐƯỜNG KHỞI NGHIỆP VÀ CÁC VẤN ĐỀ TÀI CHÍNH

LIÊN QUAN.....2

1. XÂY DỰNG MỘT DOANH NGHIỆP MỚI..... 2

1.1. Ý tưởng kinh doanh và kế hoạch kinh doanh 2

1.1.1. Ý tưởng kinh doanh 2

1.1.2. Kế hoạch kinh doanh 4

1.2. Kế hoạch tài chính (Trong kế hoạch kinh doanh) 8

1.2.1. Dự báo lỗ lãi hàng tháng..... 8

1.2.2. Bảng cân đối kế toán dự báo..... 9

1.2.3. Dự báo dòng tiền mặt theo tháng..... 9

1.2.4. Phân tích tỷ lệ tài chính 10

1.2.5. Sự ảnh hưởng của các rủi ro chính lên các chỉ số tài chính..... 10

2. MUA LẠI DOANH NGHIỆP 11

2.1. Tại sao nên mua một doanh nghiệp đang hoạt động 11

2.2. Vấn đề định giá doanh nghiệp trong mua bán doanh nghiệp 12

3. KHỞI NGHIỆP BẰNG CÁCH NHẬN NHƯỢNG QUYỀN THƯƠNG MẠI 12

3.1. Hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại..... 12

3.1.1. Hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại trên thế giới và Việt Nam.. 13

3.1.2. Một số yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh nhượng quyền thương mại..... 13

3.1.3. Ưu nhược điểm của nhượng quyền thương mại 14

3.2. Khởi nghiệp bằng cách nhận nhượng quyền thương mại 16

3.2.1. Trước khi nhận nhượng quyền 16

3.2.2. Ưu nhược điểm của nhận nhượng quyền kinh doanh..... 17

3.2.3. Các bước nhận nhượng quyền kinh doanh 19

3.3. Những vấn đề tài chính quan trọng khi nhận nhượng quyền 21

3.4. Một số lầm tưởng về nhượng quyền thương mại 23

Chương 2: CẤP VỐN CHO HOẠT ĐỘNG VÀ PHÁT TRIỂN DOANH

NGHIỆP..... 28

1. CẤP VỐN KHỞI NGHIỆP 28

1.1. Tầm quan trọng của việc huy động vốn cho khởi nghiệp 28

1.2. Các hình thức cấp vốn cho khởi nghiệp 29

2.	NGUỒN TÀI CHÍNH CÁ NHÂN	30
2.1.	Tiền của các thành viên sáng lập	30
2.2.	Huy động từ gia đình, bạn bè, người thân	30
2.3.	Huy động bằng cách tự xoay sở.....	31
3.	VAY NỢ TỪ CÁC TỔ CHỨC TÍN DỤNG	31
3.2.	Xác định nguồn vốn vay phù hợp	32
3.2.1.	Vay vốn từ ngân hàng thương mại	33
3.2.2.	Các khoản vay được bảo lãnh.....	35
3.3.	Chuẩn bị hồ sơ vay vốn	37
4.	VỐN TỪ QUỸ ĐẦU TƯ MẠO HIỂM	38
4.1.	Hoạt động của các quỹ đầu tư mạo hiểm	38
4.2.	Một số vấn đề cần lưu ý khi tiếp cận vốn từ các quỹ đầu tư mạo hiểm	39
4.3.	Đầu tư mạo hiểm từ doanh nghiệp.....	41
5.	MỘT SỐ HÌNH THỨC HUY ĐỘNG VỐN SÁNG TẠO KHÁC	41
5.1.	Thuê tài chính	41
5.2.	Các hình thức tài trợ khác	42
5.2.1.	Tín dụng từ người bán	42
5.2.2.	Bán hàng trả trước	42
5.2.3.	Đối tác chiến lược trong khởi nghiệp	43
5.2.4.	Tín dụng vi mô.....	44
6.	CÁC HÌNH THỨC CẤP VỐN PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP	45
6.1.	Phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng	45
6.2.	Liên minh chiến lược trong phát triển doanh nghiệp	46
Chương 3: GIỚI THIỆU CÁC VẤN ĐỀ CHUNG VỀ QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH TRONG DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP		50
1.	GIỚI THIỆU VỀ QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH.....	50
1.1.	Mục tiêu của quản trị tài chính	51
1.2.	Quy trình quản trị tài chính	52
2.	BÁO CÁO TÀI CHÍNH	53
2.1.	Tầm quan trọng của báo cáo tài chính	53
2.2.	Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh	53
2.3.	Bảng cân đối kế toán	55
2.4.	Báo cáo lưu chuyển tiền tệ	56
2.5.	Phân tích các chỉ số tài chính.....	57
3.	BÁO CÁO TÀI CHÍNH DỰ TOÁN	58
3.1.	Tầm quan trọng của báo cáo tài chính dự toán	58

3.2.	Dự báo doanh thu – chi phí.....	59
3.3.	Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh dự toán	63
3.4.	Bảng cân đối kế toán dự toán	64
3.5.	Báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán	65
3.6.	Phân tích các chỉ số tài chính dự toán	66
Chương 4: DOANH THU, CHI PHÍ VÀ LỢI NHUẬN CỦA DOANH NGHIỆP .		69
1.	CHI PHÍ CỦA DOANH NGHIỆP	69
1.1.	Chi phí sản xuất và chi phí tiêu thụ sản phẩm	69
1.1.1.	Chi phí sản xuất	69
1.1.2.	Chi phí tiêu thụ	71
1.1.3.	Giá thành sản phẩm	72
1.2.	Chi phí hoạt động tài chính và chi phí hoạt động bất thường của doanh nghiệp.....	74
2.	DOANH THU TIÊU THỤ SẢN PHẨM.....	74
2.1.	Vấn đề tiêu thụ sản phẩm và doanh thu tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp.....	74
2.2.	Doanh thu của doanh nghiệp.....	75
3.	LỢI NHUẬN CỦA DOANH NGHIỆP.....	76
3.1.	Khái niệm lợi nhuận của doanh nghiệp.....	76
3.1.1.	Lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp	76
3.1.2.	Lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp	77
3.2.	Phân phối lợi nhuận trong doanh nghiệp.....	78
4.	MỘT SỐ LOẠI THUẾ, PHÍ ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP.....	79
4.1.	Thuế giá trị gia tăng	79
4.1.1.	Đối tượng chịu thuế giá trị gia tăng.....	79
4.1.2.	Thuế suất thuế giá trị gia tăng	79
4.1.3.	Phương pháp tính thuế giá trị gia tăng.....	80
4.1.4.	Miễn giảm thuế giá trị gia tăng.....	81
4.2.	Thuế tiêu thụ đặc biệt.....	81
4.3.	Thuế thu nhập doanh nghiệp.....	82
4.3.1.	Đối tượng nộp thuế thu nhập doanh nghiệp	82
4.3.2.	Thu nhập chịu thuế	83
4.3.3.	Phương pháp tính thuế.....	83
4.3.4.	Các trường hợp ưu đãi, miễn giảm thuế	84
4.4.	Thuế xuất – nhập khẩu	84
4.4.1.	Đối tượng chịu thuế và đối tượng nộp thuế.....	85
4.4.2.	Phương pháp tính thuế xuất – nhập khẩu	85

4.4.3.	Miễn giảm thuế xuất – nhập khẩu	86
4.5.	Một số loại thuế và phí khác	86
4.5.1.	Thuế môn bài	86
4.5.2.	Lệ phí trước bạ.....	88
4.5.3.	Bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp	89
Chương 5: RA CÁC QUYẾT ĐỊNH TÀI CHÍNH TRONG DOANH NGHIỆP ..		92
1.	CÁC CHỈ SỐ TÀI CHÍNH TRỢ GIÚP VIỆC RA QUYẾT ĐỊNH.....	92
1.1.	Khả năng thanh toán	92
1.2.	Khả năng cân đối vốn và khả năng trả nợ	93
1.2.1.	Các tỷ số về khả năng cân đối vốn	93
1.2.2.	Hệ số nguy cơ phá sản (Z-Score)	93
1.3.	Khả năng hoạt động	94
1.4.	Khả năng sinh lời trên vốn đầu tư	95
1.4.1.	Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA - Return On Assets)	95
1.4.2.	Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE – Return On Equity)	96
1.4.3.	Tỷ suất sinh lời trên vốn hoạt động và trên vốn dài hạn	96
2.	DỰ ÁN ĐẦU TƯ VÀ THẨM ĐỊNH DỰ ÁN ĐẦU TƯ.....	96
2.1.	Hoạt động đầu tư và dự án đầu tư	96
2.1.1.	Quan niệm về đầu tư và dự án đầu tư	96
2.1.2.	Giá trị thời gian của tiền	97
2.2.	Các chỉ tiêu phân tích tài chính sự án đầu tư	98
2.2.1.	Chỉ tiêu Giá trị hiện tại ròng (NPV)	98
2.2.2.	Chỉ tiêu Tỷ lệ hoàn vốn nội bộ (IRR).....	99
2.2.3.	Chỉ tiêu thời gian hoàn vốn	100
3.	NHỮNG VẤN ĐỀ LIÊN QUAN ĐẾN XÁC ĐỊNH GIÁ TRỊ DOANH NGHIỆP.....	101
3.1.	Xác định giá trị doanh nghiệp	101
3.2.	Quy trình xác định giá trị doanh nghiệp	102
3.3.	Các phương pháp xác định giá trị doanh nghiệp	102
3.3.1.	Phương pháp giá trị tài sản	102
3.3.2.	Phương pháp hệ số giá/thu nhập (P/E)	104
3.3.3.	Phương pháp định giá theo giá trị sổ sách.....	104
3.3.4.	Xác định giá trị doanh nghiệp theo phương pháp dòng tiền chiết khấu (DCF).....	104
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO		107

DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ

Bảng 1.1:	Chi phí làm đại lý nhượng quyền của một số công ty.....	22
Bảng 2.1:	Thông tin cơ bản về các Quỹ đầu tư mạo hiểm đang hoạt động tại Việt Nam.....	40
Bảng 3.1:	Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty giai đoạn N – N+4.....	54
Bảng 3.2:	Phân tích các chỉ số tài chính của Công ty giai đoạn N – N+4.....	58
Bảng 3.3:	Căn cứ được sử dụng để chuẩn bị báo cáo tài chính dự toán của công ty.....	62
Bảng 3.4:	Báo cáo kết quả kinh doanh dự toán của Công ty ... giai đoạn N – N+4.....	64
Bảng 3.5:	Bảng cân đối kế toán dự toán của Công ty giai đoạn N – N+4.....	65
Bảng 3.6:	Báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán của Công ty ... giai đoạn N – N+4.....	66
Bảng 3.7:	Phân tích các chỉ số tài chính trong báo cáo tài chính quá khứ và dự toán của Công ty ... giai đoạn N – N+4.....	67
Bảng 4.1:	Danh mục hàng hóa và thuế suất thuế tiêu thụ đặc biệt.....	81
Bảng 4.2:	Các bậc thuế môn bài đối với doanh nghiệp và mức thuế đóng hàng năm.....	84
Bảng 4.3:	Các bậc thuế môn bài đối với hộ kinh doanh cá thể và mức thuế đóng hàng năm	87
Bảng 5.1:	Luồng tiền và thời gian hoàn vốn của dự án	100

TaiLieu.vn

Chương 1: CON ĐƯỜNG KHỞI NGHIỆP VÀ CÁC VẤN ĐỀ

TÀI CHÍNH LIÊN QUAN

Mục tiêu của chương:

Học xong chương này, học viên có thể:

- *Nắm được những nội dung cơ bản về ba con đường cơ bản để khởi sự kinh doanh bao gồm: thành lập một doanh nghiệp mới, mua lại một doanh nghiệp đang hoạt động và nhận nhượng quyền thương mại với các vấn đề tài chính khác nhau;*
- *Nắm được những nội dung cơ bản về ý tưởng kinh doanh, kế hoạch kinh doanh và xem xét phần kế hoạch tài chính trong kế hoạch kinh doanh để kêu gọi góp vốn hay thuyết phục đầu tư;*
- *Nắm được những nội dung cơ bản về những ưu điểm và hạn chế của con đường khởi nghiệp bằng cách mua lại một doanh nghiệp đang hoạt động, vấn đề định giá trong mua bán doanh nghiệp.;*
- *Nắm được những ưu điểm và hạn chế của con đường khởi nghiệp bằng cách nhận nhượng quyền thương mại.*

1. XÂY DỰNG MỘT DOANH NGHIỆP MỚI

1.1. Ý tưởng kinh doanh và kế hoạch kinh doanh

1.1.1. Ý tưởng kinh doanh

Ý tưởng kinh doanh và ý tưởng kinh doanh tốt là một sự khởi đầu cần thiết để đảm bảo sự thành công cho hoạt động kinh doanh của một doanh nghiệp mới khởi nghiệp. Mỗi doanh nhân khi bắt đầu khởi nghiệp có thể có hàng trăm ý tưởng kinh doanh nhưng cũng có thể họ chỉ chỉ nung nấu một ý tưởng và quyết tâm theo đuổi ý tưởng đó đến cùng. Vậy thế nào là một ý tưởng kinh doanh tốt? Hay nói một cách khác, ý tưởng kinh doanh tốt phải dựa trên những nền tảng nào?

Thứ nhất, ý tưởng kinh doanh cần phải hình thành trên cơ sở **nghiên cứu thị trường một cách kỹ lưỡng**, hiểu biết về những sản phẩm/dịch vụ hiện có. Đây chính là khâu đầu tiên trong quá trình đưa một sản phẩm/dịch vụ mới ra thị trường.

Nghiên cứu thị trường là quá trình thu thập, lưu giữ và phân tích thông tin về khách hàng, đối thủ cạnh tranh và thị trường một cách có hệ thống. Đây là bước vô cùng quan trọng, nếu được làm tốt nó sẽ cung cấp những thông tin cần thiết giúp nhà kinh doanh đưa ra các chiến lược phù hợp và mang lại hiệu quả cao; ngược lại, nếu làm không tốt, nó sẽ cung cấp những thông tin sai lệch, không phản ánh đúng tình hình thực tế thị trường, từ đó có thể dẫn đến các quyết định sai lầm trong kinh doanh.

Đối với một doanh nghiệp đang trong quá trình khởi sự, việc nghiên cứu thị

trường giúp doanh nghiệp có sự hiểu biết cần thiết về một thị trường cụ thể với cả 5 yếu tố cấu thành như: sản phẩm – dịch vụ, cung, cầu, giá cả, phương thức cung ứng và thanh toán. Trong đó, sự hiểu biết về sản phẩm – dịch vụ và giá cả là điều kiện giúp doanh nghiệp tìm được những khoảng trống trên thị trường để cung cấp sản phẩm – dịch vụ của mình với sự khác biệt hóa cần thiết. Sự hiểu biết về tương quan cung cầu giúp doanh nghiệp quyết định quy mô doanh nghiệp và năng lực sản xuất. Và cuối cùng, sự khác biệt trong phương thức cung ứng và thanh toán sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Thứ hai, phải có **sự đam mê đối với sản phẩm/dịch vụ, lĩnh vực kinh doanh**, công việc mà mình theo đuổi. Công việc kinh doanh vốn đã có nhiều khó khăn và thách thức, việc khởi sự kinh doanh còn vất vả và rủi ro hơn nhiều. Do đó nếu không có niềm đam mê thật sự thì doanh nhân khó có thể vượt qua những khó khăn trong giai đoạn khởi nghiệp đầu tiên. Niềm đam mê và yêu thích đồng thời cũng khiến cho người khởi nghiệp suy nghĩ về cách để cải thiện và làm lớn mạnh doanh nghiệp của mình cũng như có khả năng thuyết phục tất cả mọi người, ở bất cứ nơi đâu. Niềm đam mê đó cũng là chất keo gắn kết những người cùng chung chí hướng, cùng đóng góp cho sự tồn tại và thành công của doanh nghiệp.

Thứ ba, **hiểu rõ các đối tượng có liên quan trong cùng ngành kinh doanh**, hay còn gọi là các đối tượng hữu quan, trong đó chú trọng việc hiểu biết đối thủ cạnh tranh, khách hàng và nhà cung cấp.

Về đối thủ cạnh tranh: cần tập trung nghiên cứu các đối thủ cạnh tranh trong cùng một nhóm chiến lược, là những đối thủ cạnh tranh trong cùng khu vực địa lý, cùng nhắm đến một thị trường mục tiêu, cùng cơ cấu sản phẩm, cùng giá bán, cùng cách thức tiếp cận thị trường và phân phối sản phẩm.... để hiểu cách thức họ hoạt động và cách họ phản ứng khi đối mặt với nguy cơ gia nhập mới.

Đối với nhà cung cấp: họ là những người cung cấp yếu tố đầu vào cho doanh nghiệp. Nếu sự khác biệt trong sản phẩm – dịch vụ của doanh nghiệp lại phụ thuộc vào một hoặc một số nhà cung cấp thì cần phân tích và cân nhắc thật kỹ lưỡng khả năng doanh nghiệp có thể tiếp cận hoặc kiểm soát hoạt động của nhà cung cấp đó. Chẳng hạn, một trong các yếu tố đầu vào là sản phẩm sản xuất thủ công thì phải lường trước được vấn đề chất lượng khó ổn định và sản lượng bị giới hạn. Hay đối với ý tưởng bán các thực phẩm tươi sống trên mạng và giao hàng tận nhà, tuy điều quan trọng nhất là chất lượng sản phẩm và sự tiện lợi cho khách hàng nhưng điều đó cũng lại phụ thuộc rất lớn vào dịch vụ vận chuyển.

Đối với khách hàng: cần xác định các nhóm khách hàng tiềm năng của doanh

nghiệp. Qua đó xác định được các nhân tố có liên quan như khả năng tài chính, độ tuổi, yêu cầu đối với sản phẩm, mức giá sẵn sàng chi trả... Trong đó điều quan trọng nhất là xác định được khả năng chi trả của khách hàng. Đây là cơ sở cho các tính toán về doanh thu và lợi nhuận, sẽ được trình bày trong Chương 2.

Thứ tư, doanh nhân trước khi khởi nghiệp cần phải có **kiến thức nhất định về tài chính**. Kiến thức này giúp cho họ đánh giá được tính khả thi về mặt tài chính của dự án, có khả năng tính toán và huy động được số vốn cần thiết cho hoạt động của doanh nghiệp trong thời gian đầu. Rất nhiều doanh nhân bước vào thế giới kinh doanh với những ý tưởng tuyệt vời nhưng lại rất kém hiểu biết về nguồn vốn được sử dụng để đưa việc kinh doanh tiến triển. Hầu hết những doanh nhân này sẽ thử nghiệm sản phẩm hoặc dịch vụ và hiểu những gì làm nên sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ nhưng họ không thật sự hiểu lượng và nguồn vốn đầu tư cần thiết cũng như việc quản lý những khía cạnh khác của một công ty.

Thứ năm, ý tưởng kinh doanh nên được xem xét và lựa chọn trên cơ sở **năng lực cá nhân của doanh nhân sáng lập**. Ngoài khả năng huy động các nguồn lực tài chính như đã trình bày ở trên, doanh nhân sáng lập còn cần có khả năng về chuyên môn và quản lý để đảm bảo cho hoạt động kinh doanh vận hành một cách suôn sẻ, ít nhất là trong giai đoạn đầu. Thực tế, những sản phẩm mới thường đòi hỏi sự khác biệt và ưu việt hơn những sản phẩm cùng loại trên thị trường do đó những yêu cầu về chuyên môn, kỹ thuật thường cũng đòi hỏi cao hơn. Doanh nhân không nhất thiết phải là người am hiểu rất sâu về kỹ thuật nhưng nếu có được sự am hiểu này sẽ rất tốt để chủ động trong kinh doanh và tiết kiệm chi phí. Thường thì doanh nhân khi mới khởi nghiệp sẽ lựa chọn lĩnh vực kinh doanh mà mình có hiểu biết tương đối sâu sắc hoặc đã có kinh nghiệm kinh doanh trong thực tế. Về khả năng quản lý: đây có lẽ là khả năng không thể thiếu đối với bất kỳ doanh nhân nào. Sự thành bại khi mới khởi sự hay những thành công lớn hơn trong tương lai đều có mối quan hệ chặt chẽ với khả năng quản lý của chính doanh nhân đó. Đối với một doanh nghiệp mới khởi sự, năng lực quản lý tốt thể hiện qua khả năng thiết lập một bộ máy tổ chức tinh giản, hiệu quả; khả năng tìm kiếm và giữ chân những nhân sự chủ chốt; khả năng định hướng và tạo động lực cho nhân viên...

1.1.2. Kế hoạch kinh doanh

Xây dựng bản kế hoạch kinh doanh là một khâu rất quan trọng trong quá trình khởi nghiệp, đồng thời bản kế hoạch kinh doanh cũng là một công cụ quan trọng giúp doanh nhân giám sát quy trình và theo dõi sự tăng trưởng trong kinh doanh. Cụ thể một bản kế hoạch kinh doanh tốt sẽ giúp doanh nhân:

- Thu hút các nhà đầu tư;
- Xác định tính khả thi của ý tưởng kinh doanh;
- Hình dung tốt về thị trường và sản phẩm;
- Hình dung về cách thức tổ chức bộ máy và điều hành các lĩnh vực kinh doanh;
- Xác định nhu cầu tài chính và cách thức quản lý an toàn các nguồn vốn;
- Thu hút nguồn nhân lực tâm huyết và có chất lượng;
- Giám sát hoạt động kinh doanh và chủ động trước các tình huống bất ngờ.

Có rất nhiều cách viết bản kế hoạch kinh doanh, cũng như tùy từng mục đích mà các nội dung khác nhau sẽ được nhấn mạnh. Tuy nhiên một bản kế hoạch kinh doanh sẽ cần có các nội dung sau đây.

1.1.2.1. Phần tóm tắt dự án

Phần tóm tắt dự án (Executive Summary) là một trong những phần quan trọng nhất của một bản kế hoạch kinh doanh. Thông thường, phần tóm tắt dự án không dài quá hai trang chứa đựng những điểm chốt lại, chủ yếu nhất của tất cả các phần còn lại của dự án. Đây sẽ là nội dung được đọc và phân tích đầu tiên với người thẩm định, đồng thời cũng là chủ đầu tư trong tương lai. Vì vậy nếu phần tóm tắt dự án được trình bày rõ ràng và thuyết phục thì sẽ gây ấn tượng trong hàng loạt các dự án khác cũng được nhà đầu tư xem xét và sẽ lôi cuốn người đọc các phần tiếp theo.

Do tầm quan trọng và tính tổng quát, phần này nên được viết cuối cùng nhằm giúp người viết dễ nắm bắt và trình bày những điểm trọng yếu của một vấn đề mình đã am hiểu sâu sắc.

Phần tóm tắt cần có ba nội dung:

Mục tiêu (Objective)

Nêu ra những mục tiêu tài chính và phi tài chính mà dự án nhắm đến như doanh thu, lợi nhuận, tỷ suất lợi nhuận, hiệu quả sử dụng vốn, hiệu quả sản xuất...

Sứ mệnh (Mission)

Hình ảnh mà công ty muốn tạo ra đối với khách hàng, những giá trị mà sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp sẽ mang lại cho khách hàng những cam kết mà doanh nghiệp sẽ thực hiện.

Nhân tố quyết định thành công (Keys to Success)

Những khác biệt mà doanh nghiệp sẽ đem lại so với các đối thủ cạnh tranh, những yếu tố đảm bảo mục tiêu đưa ra sẽ đạt được.

1.1.2.2. Trình bày ý tưởng kinh doanh

Trình bày tóm lược những điểm chính về ý tưởng kinh doanh:

- Nguồn gốc hình thành ý tưởng;
- Cơ sở thực hiện ý tưởng;
- Sự độc đáo, mới lạ của ý tưởng so với các sản phẩm dịch vụ hiện có trên thị trường;
- Sơ lược về tính khả thi của ý tưởng kinh doanh;
- ...

1.1.2.3. Phân tích nhu cầu thị trường

Phần này đòi hỏi phải phân tích được các nội dung sau:

- Quy mô thị trường hiện tại và xu hướng phát triển thị trường trong tương lai;
- Các phân khúc thị trường;
- Các đối thủ cạnh tranh hiện tại;
- Các nhà cung cấp và phân phối;
- Xác định thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu;
- ...

1.1.2.4. Mô tả sản phẩm / dịch vụ

- Mô tả sản phẩm: (đặc tính, lợi ích, thành phần ...);
- So sánh với các sản phẩm dịch vụ hiện có trên thị trường;
- Mô tả dịch vụ khách hàng kèm theo
- Chỉ ra tính khác biệt, nổi trội (khả năng cạnh tranh) của sản phẩm, dịch vụ mới, hoặc của dịch vụ khách hàng;
- ...

1.1.2.5. Hoạt động marketing

Cần nêu rõ chiến lược sẽ sử dụng để khách hàng biết đến và sử dụng sản phẩm của doanh nghiệp. Phần này sẽ giúp nhà đầu tư tin tưởng vào một kế hoạch khả thi và giúp doanh nghiệp định hướng rõ ràng trong việc bán các sản phẩm dịch vụ của mình.

Phương thức bán hàng: các kênh phân phối dự kiến và cách tiếp cận các kênh phân phối này. Dự định bán hàng trực tiếp hay thông qua các đại lý, nhà phân phối, môi giới ...

Quảng cáo: Phương tiện quảng cáo dự định sử dụng (báo, tạp chí, đài phát thanh, truyền hình, internet, tờ rơi, quảng cáo ngoài trời, triển lãm) chi phí dự kiến; hiệu quả

dự kiến; tài liệu bán hàng

Khuyến mại: các chương trình khuyến mại (thời gian, chi phí, hình thức cụ thể...)

1.1.2.6. Công nghệ và tổ chức sản xuất

- Xác định các trang thiết bị, máy móc cần thiết để tổ chức sản xuất và dự tính chi phí;
- Việc tổ chức sản xuất, kinh doanh nên bắt đầu xây dựng từ quy mô vừa phải và trang thiết bị tối thiểu.
- Xác định thời gian sử dụng thiết bị để tính toán khấu hao hợp lý.

1.1.2.7. Tổ chức bộ máy

- Xác định hình thức pháp lý cho doanh nghiệp;
- Xác định cơ cấu tổ chức sản xuất và cơ cấu tổ chức quản trị;
- Cơ cấu và yêu cầu đối với các thành viên nắm các vị trí quan trọng trong doanh nghiệp, có phương án cụ thể càng tốt;
- Xác định kế hoạch tuyển dụng và sử dụng nhân sự;
- Xây dựng chính sách nhân sự cho doanh nghiệp, trách nhiệm, quyền, lợi ích của cán bộ công nhân viên...

1.1.2.8. Tài chính

- Đưa ra những giả định quan trọng làm cơ sở cho các nội dung phân tích tài chính sau này: số lượng khách hàng, doanh thu...
- Phân tích dòng tiền ra, vào (1 – 3 năm);
- Bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả kinh doanh;
- Phân tích điểm hòa vốn, lãi – lỗ dự kiến;
- Dự kiến một số yếu tố thay đổi có thể làm thay đổi các chỉ số tài chính (biến động giá nguyên vật liệu, số lượng khách hàng thực tế, chi phí phát sinh ...).

1.1.2.9. Rủi ro

Lường trước một số rủi ro có thể xảy ra và đề xuất phương án hạn chế thiệt hại.

1.1.2.10. Phụ lục

Đưa vào đây tất cả những nội dung mà bạn cho là cần thiết nhưng không thể trình bày trong phần đề án. Ví dụ:

- Thông tin kinh tế xã hội quan trọng, có liên quan đến dự án;

- Mẫu phiếu điều tra, tóm tắt kết quả điều tra thị trường;
- Thông tin về đối thủ cạnh tranh;
- Phương án công nghệ cụ thể (về mặt kỹ thuật ...);
- ...

1.2. Kế hoạch tài chính (Trong kế hoạch kinh doanh)

Kế hoạch tài chính là một phần rất quan trọng của một bản kế hoạch kinh doanh. Nội dung này sẽ giúp nhà thẩm định hoặc nhà đầu tư tương lai khẳng định lại tính khả thi của dự án.

Những doanh nghiệp mới khởi nghiệp thường sẽ xây dựng sẽ đưa ra báo cáo tài chính dự toán, nhưng những doanh nghiệp đang tồn tại có hoạt động quản trị tốt cũng duy trì những báo cáo này như là một phần trong việc lên kế hoạch tài chính và hỗ trợ cho việc chuẩn bị ngân sách. Việc chuẩn bị các báo cáo tài chính này cũng giúp cho doanh nghiệp xem xét lại chiến lược và có thể điều chỉnh nếu cần thiết.

Phần tài chính trong bản kế hoạch kinh doanh bao gồm các nội dung sau:

1.2.1. Dự báo lỗ lãi hàng tháng

Phần dự báo lãi – lỗ hàng tháng được tính toán căn cứ vào những giả định quan trọng về số lượng khách hàng hay số lượng hàng hóa bán ra theo từng tháng. Các khoản thu nhập hay chi phí được ghi cho tháng là các hoạt động thực sự phát sinh trong tháng, do đó có thể có sự sai lệch về thời điểm ghi sổ và thời điểm mà doanh nghiệp thật sự thanh toán hay thu tiền về.

Nhìn chung, đối với doanh thu, giao dịch được ghi nhận trong tháng mà doanh nghiệp gửi hóa đơn tới khách hàng, coi như hàng hóa đã được bán. Đối với chi phí, giao dịch được ghi nhận trong tháng mà doanh nghiệp nhận được hóa đơn từ người bán. Trong đó, chi phí kinh doanh là khoản tiền mà doanh nghiệp phải bỏ ra để mua các loại hàng hóa, dịch vụ cần thiết cho quá trình sản xuất, kinh doanh. Tuy nhiên, chi phí và hạch toán chi phí kinh doanh trong một doanh nghiệp hoạt động ổn định và trong một doanh nghiệp khởi sự có nhiều điểm giống và khác nhau.

Dự báo doanh thu: Dự báo doanh thu là kế hoạch cho doanh thu trong một thời kỳ nhất định (thường là một năm), mặc dù hầu hết các doanh nghiệp dự báo doanh thu từ 2 đến 5 năm trong tương lai. Dự báo đầu tiên được phát triển ra và là cơ sở cho hầu hết các dự báo khác. Một dự báo doanh thu của một doanh nghiệp đang hoạt động thì dựa trên (1) doanh thu trong quá khứ, (2) khả năng sản xuất hiện tại và cầu đối với sản phẩm/dịch vụ, và (3) bất kỳ nhân tố hoặc yếu tố nào ảnh hưởng tới năng lực sản xuất và cầu sản phẩm trong tương lai.

Dự báo chi phí: Trong một doanh nghiệp đã hoạt động trong một thời gian, chi phí kinh doanh thường khá ổn định về loại chi phí và về lượng. Trong một doanh nghiệp khởi sự, có nhiều khoản chi phí không thường xuyên, nhiều khoản phát sinh có thể gây khó khăn cho bất cứ doanh nhân nào không chuẩn bị tốt về tài chính. Liệt kê và tính toán trước các loại chi phí còn giúp doanh nhân trả lời được câu hỏi: cần bao nhiêu vốn để khởi nghiệp?

Các loại chi phí có thể được chia làm 2 nhóm chính: chi phí để thành lập doanh nghiệp và chi phí hoạt động thường xuyên.

Chi phí thành lập doanh nghiệp bao gồm tất cả các khoản chi phí cần thiết phải bỏ ra từ khi có ý tưởng kinh doanh cho đến khi doanh nghiệp hình thành và bắt đầu đi vào hoạt động. Các khoản chi phí này thường chỉ phát sinh một lần hoặc không thường xuyên. Ngoài những chi phí thông thường sẽ được trình bày trong phần Chương 4 – “Doanh thu, chi phí và lợi nhuận của doanh nghiệp”, dưới đây, thì trong giai đoạn đầu có thể còn có một số loại chi phí như sau: Chi phí nghiên cứu và phát triển nguyên mẫu sản phẩm; chi phí chuẩn bị bản kế hoạch kinh doanh; chi phí tư vấn: pháp lý, kỹ thuật, tài chính, marketing...; chi phí dịch vụ pháp lý; chi phí thiết kế Website...

Chi phí hoạt động thường xuyên là những chi phí phát sinh thường xuyên trong hoạt động sản xuất, kinh doanh. Những chi phí này được tính theo kỳ sản xuất (thường là theo tháng). Phần này sẽ được trình bày cụ thể trong Chương 4 – “Doanh thu, chi phí và lợi nhuận của doanh nghiệp” dưới đây.

1.2.2. Bảng cân đối kế toán dự báo

Nội dung tiếp theo trong phần kế hoạch tài chính chính là Bảng cân đối kế toán dự báo. Tài liệu này giúp cho doanh nhân và doanh nghiệp mới khởi sự biết được các hoạt động của mình sẽ ảnh hưởng như thế nào tới khả năng trả nợ ngắn hạn và tình hình tài chính của doanh nghiệp sẽ tiến triển như thế nào theo thời gian. Bảng này cũng trình bày ngắn gọn về số tiền các khoản phải thu, hàng tồn kho và trang thiết bị của công ty. Bảng cân đối kế toán dự báo cũng được dùng để dự toán tổng quan tình hình tài chính của công ty. Ví dụ, một công ty rất hào hứng đưa ra Bảng cân đối kế toán dự báo, dự báo rằng sẽ tăng trưởng nhanh và có lợi nhuận. Tuy nhiên, điều này lại làm cho tỷ số nợ của công ty lên tới 75% (khá cao), và điều này có thể khiến các nhà đầu tư đi đến kết luận là có quá nhiều rủi ro khi tiếp tục đầu tư vào doanh nghiệp.

1.2.3. Dự báo dòng tiền mặt theo tháng

Dự báo dòng tiền mặt theo tháng thông qua việc dự báo và lập **Báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán**. Báo cáo này trình bày về dự toán dòng tiền ra vào của công ty trong một thời kỳ cụ thể. Chức năng quan trọng nhất của báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự

toán là dự toán được việc công ty có dòng tiền đáp ứng với nhu cầu hay không. Giống như báo cáo lưu chuyển tiền tệ trong quá khứ, báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán được chia làm 3 nhóm chỉ tiêu: hoạt động sản xuất kinh doanh, hoạt động đầu tư và hoạt động tài chính. Luồng tiền từ hoạt động sản xuất kinh doanh được quan tâm nhất vì nó cho biết các khoản phải thu, khoản phải trả, hàng tồn kho của công ty có ảnh hưởng đến dòng tiền trong đầu tư và tài chính như thế nào. Nếu như một mục nào đó tăng lên với tỷ lệ lớn hơn nhiều tỷ lệ của doanh thu hàng năm, thì đó là một điều đáng báo động đỏ. Ví dụ, khoản phải thu tăng lên, là khoản tiền công ty cho khách hàng nợ, sẽ làm giảm số lượng tiền cho các hoạt động đầu tư và tài chính. Nếu như khoản phải thu vượt quá khả năng kiểm soát sẽ gây nguy hiểm cho khả năng cung tiền để phát triển cũng như khả năng trả nợ của công ty.

1.2.4. Phân tích tỷ lệ tài chính

Các tỷ số tài chính thông thường được dùng để đánh giá báo cáo tài chính trong quá khứ của một công ty, cũng có thể được dùng để đánh giá các báo cáo tài chính dự toán. Khi đã làm được điều này thì công ty có thể so sánh được hoạt động tài chính dự toán so với hoạt động trong quá khứ, các hoạt động theo dự toán có ảnh hưởng như thế nào tới dòng tiền cũng như tình hình tài chính chung của doanh nghiệp.

Tóm lại, doanh nghiệp hiểu được tình hình tài chính của mình tại mọi thời điểm là rất quan trọng; và dự toán tài chính của các doanh nghiệp mới khởi nghiệp dựa những số liệu đáng tin cậy. Mỗi quan tâm hàng đầu không phải là việc doanh nghiệp thành công trong các lĩnh vực như thế nào mà phải thành công trong tài chính của mình để tồn tại lâu dài và bền vững.

1.2.5. Sự ảnh hưởng của các rủi ro chính lên các chỉ số tài chính

Trong bản kế hoạch kinh doanh cũng cần đề cập đến một số những nhân tố chính có thể ảnh hưởng đến tính khả thi và hiệu quả của kế hoạch kinh doanh đó. Các nhân tố ảnh hưởng có thể đến từ môi trường kinh doanh và môi trường nội bộ doanh nghiệp. Có một số nhân tố thường gặp như sau:

Rủi ro về sức mua của thị trường: Sức mua của thị trường là nhân tố quyết định khả năng tiêu thụ hàng hóa của doanh nghiệp và do đó, nó cũng quyết định dòng tiền vào doanh nghiệp. Tuy nhiên, sức mua của thị trường lại phụ thuộc rất nhiều yếu tố. Khi lạm phát, giá cả hàng hóa trên thị trường tăng cao, thu nhập của người lao động và các tầng lớp dân cư không tăng hoặc tăng chậm hơn chỉ số lạm phát và tất yếu dẫn đến sức mua giảm. Quan trọng hơn nữa, cơ cấu tiêu dùng cũng thay đổi. Phần lớn khả năng thanh toán tập trung cho những nhu cầu thiết yếu. Vì vậy, sẽ có không ít mặt hàng lượng tiêu thụ sẽ giảm đi đáng kể. Khi đó, rủi ro về sức mua của thị trường đã xảy ra. Nó thể hiện qua số

lượng hàng hóa tiêu thụ được giảm, giá bán không bù đắp được chi phí sản xuất, kinh doanh.

Rủi ro lãi suất tiền vay: Để phục vụ kinh doanh và đầu tư, các doanh nghiệp đều phải sử dụng vốn vay, trong đó các doanh nghiệp mới khởi nghiệp cũng tương tự. Do đó, lãi suất tiền vay - chi phí sử dụng vốn - trở thành bộ phận cấu thành quan trọng trong chi phí sản xuất kinh doanh và đầu tư của doanh nghiệp. Khi lập kế hoạch kinh doanh và dự án đầu tư, lãi suất tiền vay đã được dự tính. Song, có rất nhiều nhân tố nằm ngoài tầm kiểm soát của doanh nghiệp tác động đến lãi suất tiền vay. Thông thường khi lạm phát xảy ra, lãi suất tiền vay tăng đột biến. Do đó, những tính toán, dự kiến trong kế hoạch kinh doanh, đầu tư bị đảo lộn. Đây là một rủi ro lớn có thể xảy ra và ảnh hưởng lớn tới hoạt động kinh doanh. Lượng tiền vay càng lớn, tác động tiêu cực của rủi ro này càng nghiêm trọng và có thể dẫn đến tình trạng phá sản doanh nghiệp nếu nó tồn tại trong một thời kỳ dài.

Rủi ro về tỷ giá hối đoái: Là rủi ro xảy ra khi các giao dịch kinh tế được thực hiện bằng ngoại tệ và tỷ giá hối đoái biến động theo hướng làm cho đồng nội tệ bị mất giá. Với những doanh nghiệp sử dụng nhiều ngoại tệ, khi tỷ giá hối đoái tăng, số lỗ về tỷ giá có thể làm giảm đáng kể, thậm chí là triệt tiêu toàn bộ lợi nhuận thu được trong kinh doanh. Đây là rủi ro bất khả kháng của các doanh nghiệp, đặc biệt là đối với những doanh nghiệp mới khởi nghiệp đã tính toán rất chi tiết về rủi ro và lợi nhuận.

Ngoài ra cũng còn nhiều rủi ro trong nội bộ doanh nghiệp cần phải được lường trước để đảm bảo sự an toàn và hiệu quả của kế hoạch kinh doanh.

2. MUA LẠI DOANH NGHIỆP

2.1. Tại sao nên mua một doanh nghiệp đang hoạt động

Khi khởi sự một hoạt động kinh doanh, không nhất thiết phải thành lập một doanh nghiệp hoàn toàn mới. Các doanh nhân có thể lựa chọn mua lại một doanh nghiệp đang hoạt động trong lĩnh vực, ngành nghề mình quan tâm. So với việc thành lập một doanh nghiệp hoàn toàn mới, sự lựa chọn này đem lại một số lợi ích như:

Doanh nghiệp được mua lại đã **sẵn có những yếu tố cơ bản** nhất để vận hành. Các yếu tố này bao gồm các yếu tố bắt buộc theo luật định (đăng ký kinh doanh, tài khoản, con dấu, mã số thuế...), cơ cấu tổ chức sản xuất, cơ cấu tổ chức quản trị... Những yếu tố sẵn có này sẽ giảm bớt một khối lượng công việc chuẩn bị ban đầu đáng kể cho người chủ mới.

Được **thừa hưởng một số khách hàng sẵn có** của doanh nghiệp, do đó sẽ có ngay một doanh thu nhất định trong thời gian đầu. Ngoài các tài sản hữu hình, người chủ mới cũng được thừa hưởng lại các tài sản vô hình như mối quan hệ với các đối

tượng hữu quan khác như nhà phân phối, nhà cung cấp, cộng đồng địa phương...

Doanh nghiệp đang hoạt động có một **đội ngũ nhà quản trị** am hiểu lĩnh vực kinh doanh, thị trường tiêu thụ sản phẩm, các yếu tố nội bộ doanh nghiệp và một đội ngũ công nhân có tay nghề nhất định, điều này giúp người chủ mới có thể tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh ngay. Tuy nhiên, lực lượng này cũng có thể bị xáo trộn khi thay đổi chủ sở hữu doanh nghiệp.

Được **thừa hưởng kênh phân phối** của doanh nghiệp thay vì phải mất thời gian, công sức và một khoản tiền nhất định để thiết lập một kênh phân phối hoàn toàn mới.

Có thể **tiếp cận nguồn vốn vay dễ dàng hơn**.

Như vậy có thể thấy việc mua lại một doanh nghiệp đang hoạt động có nhiều thuận lợi hơn so với việc thành lập mới. Tuy vậy, việc khởi sự kinh doanh bằng cách mua lại doanh nghiệp đang hoạt động cũng không hề đơn giản. Trong đó việc khó khăn nhất chính là định giá và tái cấu trúc doanh nghiệp sau chuyển nhượng.

2.2. Vấn đề định giá doanh nghiệp trong mua bán doanh nghiệp

Định giá là vấn đề then chốt trong một thương vụ mua bán doanh nghiệp nhưng lại có biểu hiện bên ngoài rất ngắn gọn, bình dị. Trong cuốn “M&A căn bản – Các bước quan trọng trong quá trình mua bán doanh nghiệp và đầu tư”, Michael E.S.Frankel cho rằng: “Cũng giống như việc bóp cò súng hoặc mở nút chai, giá cả chỉ là chuyện nhỏ nhưng lại là vấn đề then chốt quyết định liệu các thương vụ có “thuận buồm xuôi gió” hay không. Trong một bản hợp đồng mua lại dày 100 trang, có thể chỉ có một dòng văn bản dành cho việc định giá, nhưng công việc phân tích đi sâu cho dòng này thì quả thật là khổng lồ...Điều này... dễ gây cho người ta có cảm giác sai lệch rằng: định giá vừa dễ dàng vừa (cho kết quả) chính xác.”

Có ba phương pháp thường được sử dụng để xác định giá trị doanh nghiệp như sau:

- Phương pháp giá trị tài sản thuần
- Phương pháp hệ số giá/thu nhập (P/E)
- Phương pháp định giá theo giá trị sổ sách (P/B)
- Phương pháp dòng tiền chiết khấu (DCF)

Nội dung của những phương pháp này sẽ được trình bày cụ thể trong Chương 5 – “Ra quyết định tài chính và các công cụ trợ giúp”.

3. KHỞI NGHIỆP BẰNG CÁCH NHẬN NHƯỢNG QUYỀN THƯƠNG MẠI

3.1. Hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại

3.1.1. Hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại trên thế giới và Việt Nam

Hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại đã xuất hiện và phát triển từ lâu ở những nước có nền kinh tế phát triển. Theo thông lệ quốc tế, nhượng quyền thương mại được coi là một hoạt động thương mại, trong đó, bên nhượng quyền (franchisor) sẽ chuyển mô hình kinh doanh, nhãn hiệu hàng hóa, dịch vụ, bí quyết kinh doanh, biểu tượng kinh doanh, quảng cáo cho bên nhận quyền (franchisee). Bên nhận quyền sau khi ký hợp đồng nhượng quyền (uniform franchise offering circular - UFOC) được phép khai thác trên một không gian địa lý nhất định và phải trả phí nhượng quyền (franchise fee) và tỷ lệ phần trăm doanh thu định kỳ (loyalty fee) cho bên nhượng quyền, trong một khoảng thời gian nhất định.

Nhượng quyền thương mại cũng đã du nhập vào Việt Nam và được dự đoán sẽ phát triển bùng nổ trong một vài năm tới. Hiện nay có rất nhiều thương hiệu nổi tiếng đã vào Việt Nam theo con đường này như KFC, Mc Donald's, Qualitea, Starbuck Cafe, Lotteria, Jollibee, The Body Shop... Các thương hiệu Việt đi tiên phong phát triển mô hình này cũng có thể kể đến như Cà phê Trung Nguyên, Phở 24, Bánh Kinh đô, thời trang Foci, chuỗi cửa hàng tiện lợi G7 Mart...

3.1.2. Một số yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh nhượng quyền thương mại

Việc phát triển một thương hiệu nhượng quyền hay kinh doanh nhượng quyền thương mại tương đối phức tạp và chịu sự tác động của nhiều nhân tố:

Về phía người nhượng quyền, khi công ty quyết định tiến hành nhượng quyền để mở rộng kinh doanh, công ty phải đảm bảo rằng các sản phẩm, dịch vụ của nó phải đáp ứng một số tiêu chí nhất định, nếu không hệ thống nhượng quyền sẽ không có hiệu quả. Cụ thể, sự thành công của việc kinh doanh phụ thuộc vào:

Nhân tố đầu tiên có ảnh hưởng đến thành công của kinh doanh nhượng quyền thương mại chính là **bản sắc thương hiệu**. Đây chính là giá trị cốt lõi, là phần hồn của thương hiệu giúp tạo dấu ấn trong tâm trí khách hàng, giúp tạo sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh. Chính bản sắc thương hiệu tạo ra lợi thế cạnh tranh tuyệt đối cho người nhận nhượng quyền bắt đầu khởi sự hoạt động kinh doanh.

Tính độc đáo của sản phẩm, dịch vụ: Sản phẩm dịch vụ của công ty phải mang tính độc đáo, có thể đem lại giá trị cho khách hàng. Yếu tố độc đáo của sản phẩm hoặc dịch vụ là yếu tố điển hình cần thiết cho khả năng mở rộng kinh doanh

Doanh nghiệp có lợi nhuận ổn định: công ty nên có lợi nhuận ổn định và lợi nhuận tương lai của công ty là dễ dự báo. Trước khi nhượng quyền công ty nên mở một số cửa hàng để thử nghiệm trước và đảm bảo tính khả thi của ý tưởng kinh doanh. Luôn phải nhớ rằng, người ta chỉ sẵn sàng trả phí cho mô hình, cách thức kinh doanh