

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH BẮC NINH
TRƯỜNG CAO ĐẲNG Y TẾ



GIÁO TRÌNH
KHỞI TẠO DOANH NGHIỆP

NGÀNH/NGHỀ: DƯỢC
TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG

(Ban hành kèm theo Quyết định số: 256/QĐ-CDYT ngày 21 tháng 9 năm 2021 của Hiệu trưởng trường Cao đẳng Y tế Bắc Ninh)

Bắc Ninh, năm 2021

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

TaiLieu.vn

LỜI GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh nền kinh tế đang phát triển mạnh mẽ, người nắm bắt nhanh cơ hội và công nghệ sẽ thành công rất dễ dàng. Nhu cầu về việc làm ngày một gia tăng, bạn đang có ý tưởng khởi tạo doanh nghiệp cho mình để tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho người khác.

Khởi tạo doanh nghiệp là một thuật ngữ dễ hiểu mọi người. Nhưng để mở doanh nghiệp và hoạt động sinh ra lợi nhuận cao nhất mà tốn ít chi phí nhất bạn nên hiểu sâu sắc hơn về khởi tạo doanh nghiệp.

Khởi tạo doanh nghiệp là những công việc bước đầu tạo lập công ty. Thành công hay thất bại quyết định bởi bước đầu có gặp nhiều thuận lợi hay không. Có rất nhiều cách khởi tạo doanh nghiệp khác nhau nhưng đều hướng đến mục đích tiết kiệm thời gian, đỡ tốn chi phí ban đầu nhất.

Nội dung giáo trình gồm 3 chương, cuối mỗi chương có câu hỏi ôn tập và phần bài tập ngắn để người học thực hành và áp dụng những kiến thức đã học.

- Chương 1: CƠ SỞ CỦA KHỞI TẠO DOANH NGHIỆP
- Chương 2: LẬP KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH
- Chương 3: TỔ CHỨC THỰC HIỆN KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH

Giáo trình khởi tạo doanh nghiệp là sản phẩm quá trình làm việc nghiêm túc và kết hợp sự kế thừa, tiếp thu, tham khảo nhiều tài liệu khác nhau, cùng với kinh nghiệm giảng dạy nhiều năm, cũng như những kinh nghiệm thực tế của thân. Tôi xin cảm ơn những tác giả đi trước, đặc biệt là các tác giả có ghi tên trong danh mục tài liệu tham khảo. Trong quá trình biên soạn giáo trình không tránh khỏi những thiếu sót, rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của các độc giả, các bạn sinh viên để bài giảng này ngày càng hoàn thiện hơn trong những lần tái bản sau.

Tham gia biên soạn
Nguyễn Văn Khoa

MỤC LỤC

	Trang
LỜI GIỚI THIỆU	1
MỤC LỤC	2
CHƯƠNG TRÌNH MÔN HỌC	4
Chương 1: CƠ SỞ CỦA KHỞI TẠO DOANH NGHIỆP	
1. Khái niệm kinh doanh, doanh nghiệp và khởi tạo doanh nghiệp	5
1.1 Khái niệm kinh doanh	5
1.2 Khái niệm doanh nghiệp	6
1.3 Khái niệm khởi nghiệp	8
2. Các đặc trưng tố chất và kỹ năng của người kinh doanh	9
2.1 Đặc trưng và tố chất của người kinh doanh	9
2.2 Kỹ năng cần thiết của người kinh doanh	10
2.3 Văn hóa và đạo đức trong kinh doanh	11
3. Điều kiện cần thiết để thành lập doanh nghiệp	12
3.1 Điều kiện về chủ thể thành lập doanh nghiệp	13
3.2 Điều kiện về tên của doanh nghiệp	13
3.3 Điều kiện về ngành nghề kinh doanh	14
3.4 Điều kiện về vốn pháp định công ty	15
3.5 Điều kiện về trụ sở công ty	15
3.6 Điều kiện về hồ sơ và lệ phí	15
4. Ảnh hưởng của môi trường kinh doanh đến sự phát triển của doanh nghiệp	16
4.1 Môi trường bên trong doanh nghiệp	16
4.2 Môi trường kinh doanh bên ngoài doanh nghiệp	16
4.3 Mối liên hệ giữa doanh nghiệp và môi trường kinh doanh	19
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 1	20
Chương 2: LẬP KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH	
1. Ý tưởng kinh doanh	21
1.1 Khái niệm	21
1.2 Thế nào là một ý tưởng kinh doanh tốt	21
1.3 Trường hợp tạo ra lợi thế cạnh tranh	21
2. Nghiên cứu và xác định nhu cầu thị trường về sản phẩm	22
2.1 Nghiên cứu và xác định nhu cầu thị trường về sản phẩm	22
2.2 Các phương pháp nghiên cứu thị trường.	24
3. Các thủ tục pháp lý thành lập doanh nghiệp	24
3.1 Các bước cần chuẩn bị khi thành lập doanh nghiệp	24
3.2 Những lưu ý quan trọng khi thành lập công ty	25
3.3 Những lưu ý về thuế khi thành lập công ty	27
3.4 Làm biển công ty	29

4. Kế hoạch khởi nghiệp kinh doanh	30
4.1 Nội dung của bản kế hoạch kinh doanh	30
4.2 Kế hoạch về sản xuất kinh doanh	32
4.3 Kế hoạch về nhân sự	32
4.4 Kế hoạch về tài chính	32
4.5 Kế hoạch Marketing	32
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 2	35
Chương 3: TỔ CHỨC THỰC HIỆN KẾ HOẠCH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH	
1. Tổ chức các hoạt động kinh doanh	36
1.1 Tìm kiếm nhà cung cấp thích hợp	36
1.2 Tạo lập mối quan hệ với khách hàng	36
1.3 Quy trình bán hàng	37
1.4 Quản lý dòng tiền	39
1.5 Phát triển thị trường	41
2. Hướng dẫn viết kế hoạch kinh doanh	44
MẪU KẾ HOẠCH KINH DOANH	47
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 3	58
TÀI LIỆU THAM KHẢO	59

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC: KHỞI TẠO DOANH NGHIỆP

Tên môn học: Khởi tạo doanh nghiệp

Mã môn học: MH32

Thời gian thực hiện môn học: 48 giờ; (Lý thuyết: 15 giờ; Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập: 32 giờ; Kiểm tra 1 giờ)

I. Vị trí, tính chất của môn học:

- Vị trí: Khởi tạo doanh nghiệp là học phần tự chọn thuộc khối kiến thức chuyên môn trong chương trình đào tạo ngành trung cấp. Được bố trí sau các môn học chuyên ngành.

- Tính chất: Khởi tạo doanh nghiệp là một trong những nội dung quan trọng của chương trình đào tạo nhằm thực hiện mục tiêu khởi nghiệp cho người lao động.

II. Mục tiêu môn học: Sau khi học xong học phần Khởi tạo doanh nghiệp, người học có khả năng:

- Về kiến thức

+ Trình bày được các kiến thức cơ bản về cơ sở khởi tạo doanh nghiệp và khởi nghiệp kinh doanh.

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

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

- Về kỹ năng

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

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

+ Có ý tưởng và mong muốn khởi nghiệp kinh doanh.

Chương 1: CƠ SỞ CỦA KHỞI TẠO DOANH NGHIỆP

Mục tiêu

- Trình bày được các kiến thức cơ bản về cơ sở khởi tạo doanh nghiệp và khởi nghiệp kinh doanh.
- Phân tích được các điểm mạnh, điểm yếu của bản thân đối với việc khởi nghiệp kinh doanh.
- Phân tích các ảnh hưởng của môi trường kinh doanh tác động đến doanh nghiệp.

Nội dung chương

1. MỘT SỐ KHÁI NIỆM KINH DOANH, DOANH NGHIỆP VÀ KHỞI NGHIỆP

1.1 Khái niệm kinh doanh

1.1.1 Khái niệm

Kinh doanh là hoạt động kinh tế của cá nhân hoặc tổ chức nhằm mục đích thu lợi nhuận. Kinh doanh bao gồm nhiều lĩnh vực như tài chính, thông tin, tin tức, giải trí, sản xuất công nghiệp, bán lẻ, phân phối, vận tải,...

1.1.2 Đặc điểm của kinh doanh

- **Trao đổi hàng hóa và dịch vụ:** Tất cả các hoạt động kinh doanh đều liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp đến việc trao đổi hàng hóa hoặc dịch vụ đổi lấy tiền hoặc giá trị của tiền.

- **Giao dịch trong nhiều giao dịch:** Trong kinh doanh, việc trao đổi hàng hóa và dịch vụ là một hoạt động diễn ra thường xuyên. Một sản phẩm/dịch vụ trước khi đến tay người tiêu dùng có thể trải qua nhiều giao dịch khác nhau.

- **Lợi nhuận là mục tiêu chính:** Việc kinh doanh được thực hiện với mục đích tìm kiếm lợi nhuận. Lợi nhuận chính là phần thưởng cho các dịch vụ của một doanh nhân.

- **Kỹ năng kinh doanh để thành công:** Bất cứ ai muốn trở thành một doanh nhân giỏi đều cần phải có những phẩm chất và kỹ năng kinh doanh tốt để có thể điều hành doanh nghiệp.

- **Rủi ro và sự không chắc chắn:** Kinh doanh phải chịu rủi ro và sự không chắc chắn. Một số rủi ro, chẳng hạn như mất mát do hỏa hoạn và trộm cắp có thể được bảo vệ bằng bảo hiểm. Cũng có những điều không chắc chắn, chẳng hạn như mất mát do thay đổi nhu cầu hoặc thị trường mất giá...

- **Người mua và người bán:** Mỗi giao dịch kinh doanh đều có tối thiểu một bên mua và một bên bán.

- **Kết nối với sản xuất:** Hoạt động kinh doanh có thể được kết nối với sản xuất hàng hóa hoặc dịch vụ. Trong trường hợp này, nó được gọi là hoạt động công nghiệp. Các ngành công nghiệp có thể là chính hoặc phụ.

- **Tiếp thị và phân phối hàng hóa:** Hoạt động kinh doanh có thể liên quan đến tiếp thị hoặc phân phối hàng hóa trong trường hợp đó được gọi là hoạt động thương mại.

- **Đáp ứng mong muốn của con người:** Doanh nhân là người đáp ứng mong muốn thỏa mãn mong muốn của con người thông qua việc tiến hành kinh doanh. Bằng cách sản

xuất và cung cấp các mặt hàng khác nhau, các doanh nhân cố gắng thúc đẩy sự hài lòng của người tiêu dùng.

- **Nghĩa vụ xã hội:** Doanh nhân hiện đại có ý thức về trách nhiệm xã hội của họ. Kinh doanh ngày nay là định hướng dịch vụ hơn là định hướng lợi nhuận.

1.1.3 Phân loại ngành kinh doanh

- **Kinh doanh tài chính:** Bao gồm các chủ thể nhà nước, doanh nghiệp, tổ chức xã hội, hộ gia đình, cá nhân... đóng góp quỹ tiền tệ vào Ngân sách nhà nước, Bảo hiểm, Tín dụng thông qua hình thức phân phối tổng sản phẩm xã hội sử dụng theo mục đích nhất định từ việc đầu tư và quản lý nguồn vốn nhằm thu lợi nhuận.

- **Thông tin, tin tức, giải trí:** Phương thức truyền thông đưa những thông tin, hình ảnh tới quần chúng bao gồm các quyền sở hữu trí tuệ, nhà sản xuất, xưởng phim...

- **Kinh doanh bất động sản:** Là sản giao dịch của các nhà kinh doanh với các dự án lớn nhỏ mục đích thu lợi từ việc cho thuê, bán nhà đất và các mục hạ tầng.

- **Sản xuất công nghiệp:** Công nghiệp là một ngành kinh tế hoạt động với quy mô lớn sản xuất hàng hóa vật chất chế biến, chế tạo công nghệ thúc đẩy mạnh mẽ áp dụng khoa học kỹ thuật sản xuất trên dây chuyền đa dạng mặt hàng gồm các phần mềm, máy móc, động cơ.... sau đó bán ra đem lại doanh thu.

- **Nông lâm ngư nghiệp:** Đây là hệ thống liên kết vòng tròn mô hình nông nghiệp - lâm nghiệp - ngư nghiệp cùng phát triển hỗ trợ tương tác trong các nông trường, trang trại, nông trại, ruộng lương... mô hình này thu lợi từ việc cung cấp lương thực, thực phẩm, cây trồng tới người tiêu thụ.

- **Vận tải:** Có nhiệm vụ lưu thông, sản xuất thực hiện vận chuyển người và hàng hóa từ nơi này đến nơi khác như vận tải đường bộ, vận tải hàng không, vận tải đường thủy và thu lợi nhuận từ phí vận chuyển.

- **Bán lẻ & phân phối:** Dịch vụ này là một trung gian cung cấp hàng hóa từ nơi sản xuất tới người tiêu dùng. Hiện nay dịch vụ rất chi là phổ biến, có vô vàn công ty, doanh nghiệp, tư nhân thành lập nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng tốt nhất, đáp ứng mọi yêu cầu từ khách hàng.

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

1.2 Khái niệm doanh nghiệp

1.2.1 Khái niệm

Trên phương diện lý thuyết có khá nhiều cách hiểu về doanh nghiệp vì suy cho cùng tiếp cận doanh nghiệp ở góc độ nào thì sẽ có khái niệm doanh nghiệp ở góc độ đó. Điều ấy cũng là đương nhiên vì doanh nghiệp, như bao khái niệm khác, được nghiên cứu và xem xét dưới nhiều khía cạnh khác nhau. Theo M.Francois Perroux, “doanh nghiệp là một đơn vị tổ chức sản xuất mà tại đó người ta kết hợp các yếu tố sản xuất (có sự quan

tâm giá cả của các yếu tố) khác nhau do các nhân viên của công ty thực hiện nhằm bán ra trên thị trường những sản phẩm hàng hóa hay dịch vụ để nhận được khoản tiền chênh lệch giữa giá bán sản phẩm với giá thành của sản phẩm ấy.”.

Còn theo quan điểm phát triển, “doanh nghiệp là một cộng đồng người sản xuất ra những của cải. Nó sinh ra, phát triển, có những thất bại, có những thành công, có lúc vượt qua những thời kỳ nguy kịch và ngược lại có lúc phải ngừng sản xuất, đôi khi tiêu vong do gặp phải những khó khăn không vượt qua được.”

Thực chất thì doanh nghiệp là khái niệm chung nhất để chỉ các loại hình doanh nghiệp, trong đó công ty là một loại hình doanh nghiệp và nó rất phổ biến. Trên thế giới, so với các loại hình doanh nghiệp khác, thì công ty xuất hiện muộn hơn, vào khoảng giữa thế kỷ 19. Trước đó, các hoạt động kinh doanh thực hiện dưới hình thức hợp danh hoặc doanh nghiệp tư nhân. Cũng kể từ thế kỷ 19 và đặc biệt trong nửa đầu thế kỷ 20, công ty là loại hình kinh doanh phát triển mạnh mẽ nhất. Nhiều nước trên thế giới hiện nay, thay vì thiết lập luật doanh nghiệp, đã thiên về quy định tổ chức và hoạt động của các loại hình công ty.

Theo quan điểm của các nước tư bản, công ty là một tổ chức kinh tế được thành lập theo vốn, thành viên góp vốn chỉ chịu trách nhiệm về trái vụ của công ty trong phạm vi số vốn mà thành viên đó góp vào công ty. Công ty được thành lập dựa trên một thỏa thuận về quản lý điều hành, thường gọi là điều lệ, có thể phát hành các loại chứng khoán để huy động vốn và được thừa nhận là pháp nhân ở hầu hết các nước.

Như vậy, dù định nghĩa ở góc độ mở rộng là doanh nghiệp hoặc xem xét ở góc độ hẹp là công ty, thì hình thức thể hiện phổ biến nhất của doanh nghiệp là một tổ chức kinh tế và mục đích chủ yếu nhất của nó là kinh doanh. *Doanh nghiệp là một tổ chức kinh tế, có tài sản và tên riêng, có trụ sở giao dịch ổn định, được cấp giấy đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật để thực hiện các hoạt động kinh doanh trên thị trường (Theo mục 7 điều 1 chương 1 luật doanh nghiệp 2014).*

1.2.2 Đặc điểm doanh nghiệp

Xem xét các khái niệm về doanh nghiệp để rút ra các điểm chung nhất thì có thể thấy rằng một doanh nghiệp có các đặc trưng cơ bản sau đây:

1.2.2.1 Có hoạt động kinh doanh hoặc cung ứng dịch vụ thường xuyên

Phần lớn doanh nghiệp được thành lập nhằm mục đích kinh doanh, mua bán hàng hóa tạo lợi nhuận hoặc cung ứng dịch vụ hoặc cả hai để phục vụ lợi ích người tiêu dùng. Tuy nhiên, cũng có một số doanh nghiệp đặc thù, thành lập và hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận. Các doanh nghiệp này đa phần là doanh nghiệp công ích hoặc doanh nghiệp xã hội, do Nhà nước thành lập và chủ sở hữu, thực hiện các hoạt động vì lợi ích của cộng đồng và xã hội, chẳng hạn các doanh nghiệp về điện, nước, vệ sinh công cộng...v...v...

Trong đời sống kinh tế xã hội, bất kỳ thực thể nào cũng có thể làm nảy sinh các hoạt động sản xuất kinh doanh hay cung ứng dịch vụ. Ví dụ: một hộ nông dân, khi thu

hoạch mùa vụ, có thể bán thóc gạo của mình để kiếm thêm thu nhập sau khi đã đủ gạo để ăn, họ thực hiện hoạt động này một lần trong năm hoặc vài năm một lần một cách rất tự phát. Các hoạt động lẻ tẻ và mang tính cá biệt như vậy không phải đặc trưng của doanh nghiệp, vốn có hoạt động sản xuất kinh doanh, cung ứng dịch vụ rất thường xuyên, chuyên nghiệp và liên tục. Một doanh nghiệp phải có đầy đủ hoạt động kinh doanh mà hoạt động đó phải được thực hiện trong một quá trình lâu dài. Theo các quy định hiện hành của Việt Nam, *“kinh doanh là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư, từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi.”* Như vậy, chỉ khi một tổ chức kinh tế thực hiện hoạt động kinh doanh, cung ứng dịch vụ cho người tiêu dùng một cách chuyên nghiệp, liên tục, thường xuyên, lâu dài thì tổ chức đó mới có thể được coi là một doanh nghiệp.

1.2.2.2 Doanh nghiệp có tính tổ chức

Đa phần các doanh nghiệp đều là những thực thể có tính tổ chức. Tính tổ chức được thể hiện ở chỗ doanh nghiệp được thành lập luôn có cơ cấu nhân sự, có bộ máy tổ chức điều hành, có trụ sở giao dịch hoặc đăng ký và có tài sản riêng để quản lý. Chính vì vậy, pháp luật nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam, quy định về tư cách “pháp nhân” của hầu hết các loại hình doanh nghiệp, trừ doanh nghiệp tư nhân vốn gắn liền với một cá nhân kinh doanh.

1.2.2.3 Doanh nghiệp có tính hợp pháp

Tại rất nhiều quốc gia, doanh nghiệp muốn được thừa nhận là một pháp nhân, tham gia hoạt động kinh doanh và chịu trách nhiệm bằng tài sản của mình thì đều phải đăng ký một cách hợp pháp. Pháp luật nhiều nơi quy định về trình tự, thủ tục đăng ký hoặc công nhận một tổ chức là doanh nghiệp. Việc đăng ký thực hiện thông qua thủ tục “hai chiều”, tức là chủ sở hữu khi muốn thành lập doanh nghiệp phải nộp hồ sơ xin cấp phép, và cơ quan quản lý nhà nước, khi chấp thuận bộ hồ sơ ấy thì ban hành giấy phép thành lập doanh nghiệp. Một khi doanh nghiệp được “cấp phép”, nó đương nhiên được thừa nhận ra đời, được pháp luật bảo hộ và phải chịu sự ràng buộc bởi các quy định pháp lý có liên quan. Có thể nói, giấy phép hay chấp thuận của cơ quan nhà nước về việc thành lập doanh nghiệp chính là giấy khai sinh của doanh nghiệp vậy.

Tính hợp pháp không chỉ thể hiện ở việc doanh nghiệp xin phép đăng ký và được cấp phép thành lập và hoạt động, để nhà nước ghi nhận sự hình thành hay tồn tại của doanh nghiệp, mà còn thể hiện ở việc, khi tham gia vào các quan hệ xã hội, doanh nghiệp cũng là một thực thể độc lập và phải chịu trách nhiệm cho các hoạt động của mình, bằng tài sản riêng của mình. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải chịu trách nhiệm về nghĩa vụ tài chính trong việc thanh toán những khoản công nợ khi phá sản hay giải thể.

1.3 Khái niệm khởi nghiệp

Khởi nghiệp – Startup là bạn có ý định tự mình có một công việc kinh doanh riêng, bạn muốn tự mình làm và quản lý tự kiếm thu nhập cho mình. Bạn cung cấp và phát triển một sản phẩm hay dịch vụ nào đó, mua bán lại một sản phẩm hay cửa hàng đang hoạt động hoặc hoạt động sinh lợi nào đó.

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

Khởi nghiệp có thể là bạn tự mở cho mình một cửa hàng như bún bò, phở, xôi sáng, quán cafe, tiệm Internet, cửa hàng mỹ phẩm, cửa hàng tiêu dùng hay mở trang trại trồng cây, chăn nuôi, xưởng sản xuất một mặt hàng nào đó hay đơn giản bạn chỉ thương mại tức mà mua đi bán lại ...

Khởi nghiệp là bạn vừa là nhân viên vừa là ông chủ hoặc cao hơn bạn tự thành lập doanh nghiệp riêng cho mình rồi tuyển nhân viên vào cùng làm. Vì vậy khởi nghiệp cũng chính là bạn bắt đầu làm chủ. Và khởi nghiệp cũng chính là một công việc kinh doanh của bạn vì nó liên quan đến việc tạo ra sản phẩm và bán ra thị trường để bạn có thu nhập. Chính vì vậy người ta thường gọi là khởi nghiệp kinh doanh.

Theo luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (2017) thì doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo là doanh nghiệp được thành lập để thực hiện ý tưởng trên cơ sở khai thác trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới có khả năng tăng trưởng nhanh. Từ khái niệm trên có thể cho rằng “Staruo (Khởi nghiệp sáng tạo) là quá trình khởi nghiệp dựa trên ý tưởng sáng tạo, tạo ra sản phẩm mới, hoặc sản phẩm cũ nhưng có điểm khác nổi trội, ưu tú hơn so với những sản phẩm, dịch vụ đã từng có trên thị trường và được phát triển nhanh chóng vượt bậc”.

Tóm lại, trong khi “khởi nghiệp” là khái niệm chỉ việc bắt đầu tạo dựng một công việc, sự nghiệp riêng thì “startup” là một trong những loại hình, cách thức mà người ta có thể lựa chọn để “khởi nghiệp”.

2. CÁC ĐẶC TRƯNG, TỔ CHẤT VÀ KỸ NĂNG CẦN THIẾT CỦA NGƯỜI KINH DOANH

2.1 Đặc trưng và tố chất của người kinh doanh

Một doanh nhân thành đạt có thể xuất hiện ở bất kỳ độ tuổi, mức độ thu nhập, giới tính và chủng tộc nào. Họ khác nhau về học vấn và kinh nghiệm. Nhưng một kết quả nghiên cứu cho thấy, hầu hết các doanh nhân thành đạt đều có những phẩm chất cá nhân nhất định, đó là tính sáng tạo, tính chăm chỉ, lòng quyết tâm, tính linh hoạt, khả năng lãnh đạo, lòng say mê, tính tự tin và thông minh.

- **Tính sáng tạo** là tia lửa tạo ra sự phát triển đối với các sản phẩm và dịch vụ mới hoặc đưa tới các cách thức kinh doanh. Đây chính là động lực của sự cải tiến và đổi mới. Nó khiến người ta không ngừng học tập, suy nghĩ sáng tạo ngoài những gì đã được tạo ra.

- **Tính chăm chỉ** là điều khiến nhà doanh nghiệp làm việc cần mẫn, 12 giờ/ngày hoặc nhiều hơn, thậm chí làm việc cả 7 ngày trong tuần, từ khi bắt đầu đến khi hết sức lực của một ngày làm việc. Việc lập kế hoạch các ý tưởng phải tập trung cao độ nhằm đạt được kết quả. Sự chăm chỉ khiến người ta đạt được điều này.

- **Lòng quyết tâm** là khao khát mạnh mẽ muốn đạt được thành công. Nó bao gồm sự kiên trì, khả năng đứng vững và vượt qua lúc sóng gió. Nó khiến các doanh nghiệp có

thể gọi cuộc điện thoại thứ mười sáu khi đã gọi chín cuộc điện thoại trước đó mà không có kết quả gì. Đối với một doanh nhân đích thực, tiền không phải là động lực. Sự thành công mới là động lực, còn tiền chỉ là phần thưởng mà thôi.

- **Tính linh hoạt** là khả năng chuyển biến nhanh, thích ứng với sự thay đổi nhu cầu của thị trường. Nó là khả năng giữ cho những ước mơ không bị trở nên viễn vông trong khi luôn ghi nhớ những thực tiễn trên thị trường.

- **Khả năng lãnh đạo** là khả năng tạo ra những quy tắc và thiết lập những mục tiêu. Nó cũng chính là khả năng đảm bảo rằng những quy tắc được tuân thủ và các mục tiêu sẽ đạt được.

- **Lòng say mê** là điều khiến cho nhà doanh nghiệp khởi đầu và giữ họ ở đó. Lòng say mê tạo cho các doanh nhân khả năng thuyết phục người khác tin vào những gì họ diễn đạt. Nó không thể thay thế cho việc lập kế hoạch, nhưng nó giúp họ tập trung và khiến người khác chú ý đến kế hoạch mà doanh nhân đó đề ra.

- **Tính tự tin** có được từ kế hoạch chu đáo, điều đó giúp loại trừ được những rủi ro không lường trước được. Tính tự tin có được từ sự tinh thông chuyên môn. Tự tin giúp nhà doanh nghiệp có được khả năng lắng nghe mà không bị giao động một cách dễ dàng hay cảm thấy sợ hãi.

- **Thông minh** thường được hiểu gồm cả tư duy logic kết hợp với hiểu biết hoặc kinh nghiệm trong một lĩnh vực hoặc nỗ lực kinh doanh có liên quan. Tư duy logic đem lại cho người ta một bản năng tốt, còn hiểu biết và kinh nghiệm đem lại sự tinh thông nghề nghiệp. Nhiều người có trí thông minh nhưng chính họ cũng không nhận ra. Một người thành công trong quản lý ngân sách gia đình thường có kỹ năng tài chính và kỹ năng tổ chức công việc. Kinh nghiệm trong cuộc sống, trong lao động và trong giáo dục là các yếu tố cấu thành nên sự thông minh.

Bất kỳ một doanh nhân nào cũng đều có các phẩm chất nêu trên theo mỗi mức độ khác nhau. Nhưng điều gì xảy ra nếu một người thiếu một hoặc nhiều các phẩm chất này? Nhiều kỹ năng có thể có được do học hành. Hoặc giả, doanh nhân có thể thuê những người có các phẩm chất mà chính họ đang thiếu. Chiến lược có ý nghĩa quan trọng nhất chính là việc nhận thức được những điểm mạnh và phát huy chúng.

2.2 Kỹ năng cần thiết của người kinh doanh

Nếu không biết đọc suy nghĩ, nhu cầu của người khác và dễ bị sao nhãng bởi các thiết bị công nghệ, bạn sẽ khó thành công.

Hầu như ai cũng muốn giàu có và thành công nhưng không nhiều người có các tố chất, kỹ năng để đạt được mơ ước này. Sự sung túc không bỗng nhiên đến, hãy giúp bản thân tăng cơ hội làm chủ tài chính bằng cách trau dồi các kỹ năng dưới đây:

Kỷ luật: Thành công không phải cuộc chạy đua nước rút mà là cuộc chạy đường dài, nó sẽ thuộc về ai bền bỉ đến cùng, bất kể gặp cản trở nào. Nếu không có kỷ luật, bạn sẽ khó ép mình phải hành động mỗi ngày để rút ngắn dần khoảng cách từ thực tại tới mục tiêu.

- hay công thức, mà là biết đọc được suy nghĩ, nhu cầu của người khác, từ đó sử dụng những thông tin đó để làm cây cầu nối. Trí thông minh cảm xúc là công cụ quan

trọng trong công việc lẫn cuộc sống.

- **Động lực tự thân:** Hành trình đến thành công phải đi qua nhiều thất vọng. Nếu bạn là người luôn cần sự đốc thúc, động lực từ bên ngoài, thì hành trình này không dành cho bạn. Trên con đường nhiều khi rất cô đơn đó, bạn cần biết cách lấy động lực từ bên trong để vượt qua những trở ngại.

- **Duy trì sự tập trung:** Công nghệ có thể khiến bạn dễ sao nhãng mục tiêu, khi xung quanh có bao thứ lôi kéo. Bạn sẽ chẳng thể đạt tới đích thành công nếu cứ cho phép mình vui trong phút chốc với những thứ vô bổ.

- **Bền bỉ với cuộc chơi dài:** Chúng ta thường làm những việc có ảnh hưởng ngay tới tương lai gần - chẳng hạn như cố học vì tuần sau thi. Nhưng để có được thành công, bạn phải làm việc hôm nay cho tương lai xa hơn. 10 năm nghe có vẻ quá xa nhưng thời gian trôi nhanh hơn chúng ta tưởng. Hãy hành động ngay để thành công đến sau này.

- **Cách bán hàng:** Bán hàng chính là cách thuyết phục sao cho hợp lý, chứ không chỉ là việc trao đổi một món đồ. Bạn không thể tránh điều này nếu muốn tìm kiếm thành công. Bán hàng là chứng minh bất cứ thứ gì bạn đưa ra đều xứng đáng đổi lấy tiền. Mọi người sẽ trao tiền của mình cho những thứ họ thấy giá trị hơn chính đồng tiền họ chi.

- **Đọc sách:** Người thành công đọc rất nhiều. Việc này giúp họ tổng hợp thông tin, kiến thức về một lĩnh vực họ quan tâm chỉ trong vài ngày hay vài tuần.

2.3 Văn hóa và đạo đức trong kinh doanh.

Cùng với nhiệm vụ xây dựng và giữ gìn các giá trị đạo đức xã hội, việc xây dựng và vận dụng các giá trị văn hóa đạo đức trong kinh doanh đang trở thành một vấn đề quan trọng và cấp bách trong bối cảnh kinh tế thị trường ở nước ta hiện nay.

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.

Xây dựng văn hóa đạo đức kinh doanh, xét đến cùng là chú trọng đạo đức và trách nhiệm xã hội của doanh nhân. Doanh nhân nước ta là những đại diện tiêu biểu của lực lượng sản xuất mới, do đó phải hội tụ những phẩm chất đặc trưng cơ bản của giai cấp lao

động Việt Nam: sống có lý tưởng; giỏi chuyên môn, làm chủ khoa học công nghệ; có ý thức tổ chức kỷ luật, lao động có năng suất, chất lượng và hiệu quả cao; có chí tiến thủ, chủ động, bản lĩnh, dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm; năng động, có khả năng thích ứng nhanh; sử dụng thời gian hợp lý, hiệu quả, có ích; tôn trọng pháp luật, sống theo pháp luật; có trách nhiệm với cộng đồng, với xã hội và đất nước; có lòng nhân ái, bao dung.

Đồng thời doanh nhân Việt Nam phải đáp ứng được các tiêu chí của con người mới Việt Nam: có tinh thần yêu nước, tự cường dân tộc, có ý chí vươn lên đưa đất nước thoát khỏi đói nghèo, lạc hậu; có ý thức tập thể, đoàn kết phấn đấu vì lợi ích chung; có lối sống lành mạnh, nếp sống văn minh, cần kiệm, trung thực, nhân nghĩa, tôn trọng kỷ cương phép nước, quy ước của cộng đồng, có ý thức bảo vệ và cải thiện môi trường sinh thái; lao động chăm chỉ với lương tâm nghề nghiệp, có kỹ thuật, sáng tạo, năng suất cao vì lợi ích của bản thân, gia đình, tập thể và xã hội...

Việc xây dựng, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân có đầy đủ các phẩm chất đặc trưng trên đây là tiền đề định hướng các giá trị mới, phù hợp với các giá trị văn hóa dân tộc và văn minh nhân loại, tiến tới xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh, vững vàng, sánh vai cùng với doanh nhân thế giới.

Thực tế hiện nay ở nước ta, về mặt lý luận, các vấn đề đạo đức kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp và văn hóa doanh nhân chưa được chú trọng đầu tư xây dựng thích đáng; về mặt thực tiễn, vấn đề thương đức thương tài chưa được nhiều doanh nghiệp, doanh nhân chú trọng đề cao. Như vậy một trong những yêu cầu của việc xây dựng văn hóa đạo đức kinh doanh ở nước ta hiện nay là chuyển hóa lý tưởng đạo đức kinh doanh thành thực tiễn đạo đức kinh doanh. Mục tiêu của chúng ta là xây dựng văn hóa đạo đức kinh doanh mang bản sắc dân tộc Việt Nam, đồng thời định hướng cho các doanh nghiệp vận dụng văn hóa đạo đức vào trong hoạt động sản xuất kinh doanh tạo nên bản sắc văn hóa của doanh nhân, doanh nghiệp Việt Nam.

Từ góc độ văn hóa, có thể nói xây dựng văn hóa đạo đức, trong đó có văn hóa đạo đức kinh doanh, là một nhiệm vụ quan trọng, thường xuyên, vừa cấp bách, vừa cơ bản, lâu dài, nhằm đạt đến mục tiêu cao nhất: vận dụng các nhân tố văn hóa, trong đó có văn hóa đạo đức vào trong quá trình sản xuất kinh doanh, làm cho văn hóa thực sự trở thành một nguồn lực quan trọng trong sự phát triển của các doanh nghiệp nói riêng, của nền kinh tế Việt Nam nói chung. Và đó cũng chính là định hướng xuyên suốt trong đường lối phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của nước ta: phát triển phải dựa trên nền tảng văn hóa, phải gắn với văn hóa và phải vì mục tiêu văn hóa.

3. ĐIỀU KIỆN CẦN THIẾT ĐỂ THÀNH LẬP DOANH NGHIỆP

Để được phép thành lập doanh nghiệp, tiến hành các hoạt động sản xuất, kinh doanh, các cá nhân, tổ chức phải đáp ứng một số điều kiện theo quy định của pháp luật. Phụ thuộc vào yêu cầu và mục đích của hoạt động quản lý nhà nước ở mỗi thời điểm, các điều kiện thành lập doanh nghiệp được kiểm soát theo chế độ tiền kiểm hoặc hậu kiểm.

Tiền kiểm là kiểm tra các điều kiện cần thiết trước khi cấp Giấy chứng nhận đăng

ký doanh nghiệp. Theo đó, cơ quan quản lý hữu quan sẽ kiểm tra các điều kiện thành lập doanh nghiệp trước khi quyết định cấp hoặc từ chối cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp.

Hậu kiểm là kiểm tra các điều kiện doanh nghiệp cần tuân thủ sau khi doanh nghiệp đã đăng ký thành lập và đi vào hoạt động.

3.1 Điều kiện về chủ thể thành lập doanh nghiệp

Điều kiện về chủ thể đầu tư vốn thành lập doanh nghiệp là điều kiện thuộc diện hậu kiểm. Chủ thể thành lập doanh nghiệp phải là tổ chức, cá nhân có quyền thành lập doanh nghiệp, không thuộc đối tượng bị cấm thành lập doanh nghiệp.

Về cơ bản, các tổ chức, cá nhân không được thành lập doanh nghiệp theo Luật doanh nghiệp 2014 bao gồm:

- Tổ chức không có tư cách pháp nhân
- Cơ quan nhà nước và đơn vị lực lượng vũ trang
- Cán bộ, công chức hoặc viên chức nhà nước và cán bộ đơn vị lực lượng vũ trang.
- Người bị hạn chế năng lực hành vi dân sự hoặc bị mất năng lực hành vi dân sự.
- Người đang chấp hành hình phạt tù hoặc bị toà án cấm hoạt động kinh doanh.
- Người bị cấm tham gia thành lập hoặc quản lý doanh nghiệp theo quy định của pháp luật về phá sản và pháp luật về phòng chống tham nhũng.

Trường hợp công ty được thành lập bởi tổ chức, cá nhân bị cấm thành lập doanh nghiệp sẽ bị đình chỉ hoạt động, thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp khi bị phát hiện trong quá trình hậu kiểm.

3.2 Điều kiện về tên của doanh nghiệp

Khi đăng ký thành lập doanh nghiệp, chủ doanh nghiệp, thành viên hoặc cổ đông sáng lập cần nêu tên doanh nghiệp trong đơn đề nghị gửi cơ quan đăng ký kinh doanh.

Tên của doanh nghiệp bao gồm 2 bộ phận, tiền tố thể hiện loại hình doanh nghiệp (Ví dụ “Công ty TNHH” hoặc “Công ty trách nhiệm hữu hạn”; “Công ty cổ phần” hoặc “Công ty CP”) và hậu tố là tên riêng của doanh nghiệp.

Tên riêng của doanh nghiệp không nhất thiết phải có mối quan hệ với tên chủ doanh nghiệp, thành viên hoặc cổ đông sáng lập. Tên riêng của doanh nghiệp chỉ được sử dụng ngành nghề kinh doanh (ví dụ: “Dịch vụ chở hàng A”) hoặc hình thức đầu tư (ví dụ “Đầu tư bất động sản B”) nếu doanh nghiệp có đăng ký ngành nghề kinh doanh hoặc thực hiện đầu tư theo hình thức đó.

**** Ba hạn chế về tên doanh nghiệp***

Luật doanh nghiệp 2014 quy định 3 hạn chế cơ bản áp dụng đối với tên doanh nghiệp và cơ quan đăng ký kinh doanh có thể từ chối không đăng ký tên doanh nghiệp khi vi phạm các hạn chế này.

Thứ nhất, không được trùng hoặc gây nhầm lẫn với tên của doanh nghiệp khác trên phạm vi toàn quốc. Yêu cầu này không chỉ áp dụng với tên tiếng Việt mà còn áp dụng với cả tên tiếng nước ngoài của doanh nghiệp. Tuy nhiên, yêu cầu này chỉ áp dụng đối với tên của doanh nghiệp được thành lập ở Việt Nam. Do vậy, doanh nghiệp Việt

Nam về lý thuyết có thể đặt trùng tên hoặc gây nhầm lẫn với doanh nghiệp nước ngoài, trừ trường hợp doanh nghiệp nước ngoài thành lập công ty con tại Việt Nam.

Tên trùng là tên tiếng Việt của doanh nghiệp đề nghị đăng ký được viết hoàn toàn giống với tên tiếng Việt của doanh nghiệp đã đăng ký. Tên của doanh nghiệp đề nghị đăng ký được coi là gây nhầm lẫn với tên của doanh nghiệp đã đăng ký khi:

- Tên tiếng Việt của doanh nghiệp đề nghị đăng ký được đọc giống như tên doanh nghiệp đã đăng ký.
- Tên viết tắt của doanh nghiệp đề nghị đăng ký trùng với tên viết tắt của doanh nghiệp đã đăng ký.
- Tên bằng tiếng nước ngoài của doanh nghiệp đề nghị đăng ký trùng với tên bằng tiếng nước ngoài của doanh nghiệp đã đăng ký.
- Tên riêng của doanh nghiệp đề nghị đăng ký chỉ khác với tên riêng của doanh nghiệp cùng loại đã đăng ký bởi một số tự nhiên, số thứ tự hoặc các chữ cái trong bảng chữ cái tiếng Việt và các chữ cái F, J, Z, W ngay sau tên riêng của doanh nghiệp đó.
- Tên riêng của doanh nghiệp đề nghị đăng ký chỉ khác với tên riêng của doanh nghiệp cùng loại đã đăng ký bởi ký hiệu “&”, “.”, “+”, “-”, “_”
- Tên riêng của doanh nghiệp đề nghị đăng ký chỉ khác với tên riêng của doanh nghiệp cùng loại đã đăng ký bởi từ “tân” ngay trước hoặc “mới” ngay sau hoặc trước tên riêng của doanh nghiệp đã đăng ký.
- Tên riêng của doanh nghiệp đề nghị đăng ký chỉ khác với tên riêng của doanh nghiệp cùng loại đã đăng ký bởi từ “miền Bắc”, “miền Nam”, “miền Trung”, “miền Tây”, “miền Đông” hoặc từ có ý nghĩa tương tự.

Thứ hai, không được sử dụng tên cơ quan nhà nước, đơn vị vũ trang nhân dân hoặc tổ chức chính trị – xã hội, trừ trường hợp có sự đồng ý của cơ quan, đơn vị hoặc tổ chức đó.

Thứ ba, tên doanh nghiệp không được sử dụng từ ngữ hoặc ký hiệu vi phạm truyền thống lịch sử, văn hoá, đạo đức và thuần phong mỹ tục của dân tộc. Không có hướng dẫn cụ thể hơn về thế nào là “vi phạm truyền thống lịch sử, văn hoá, đạo đức và thuần phong mỹ tục của dân tộc”. Do đó, cơ quan đăng ký kinh doanh có quyền quyết định tương đối rộng trong việc đồng ý hay từ chối tên riêng của doanh nghiệp.

Doanh nghiệp có thể có tên bằng tiếng nước ngoài và phải đáp ứng hai điều kiện. Thứ nhất, tên doanh nghiệp bằng tiếng nước ngoài là tên được dịch từ tên tiếng Việt. Thứ hai, tiếng nước ngoài phải là tiếng theo hệ chữ latin. Tên nước ngoài không thể sử dụng tiếng không theo hệ chữ latin như tiếng Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan...

Tên viết tắt của doanh nghiệp được viết từ tên tiếng Việt hoặc tên viết bằng tiếng nước ngoài.

3.3 Điều kiện về ngành nghề kinh doanh

Ngành nghề kinh doanh là yếu tố được rà soát khi thực hiện thủ tục thành lập doanh nghiệp. Doanh nghiệp chỉ được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp khi ngành nghề kinh doanh không thuộc danh mục các ngành nghề bị cấm đầu tư, kinh

doanh. Hiện nay, pháp luật Việt Nam cấm kinh doanh đối với các hàng hoá, dịch vụ sau đây:

- Các chất ma túy (chi tiết được quy định tại Phụ lục I của Luật đầu tư 2014);
- Các loại hoá chất, khoáng vật (chi tiết được quy định tại Phụ lục I của Luật đầu tư 2014);
- Mẫu vật các loại thực vật, động vật hoang dã theo quy định tại Phụ lục 1 của Công ước về buôn bán quốc tế các loại thực vật, động vật hoang dã nguy cấp; mẫu vật các loại động vật, thực vật hoang dã nguy cấp, quý hiếm Nhóm I có nguồn gốc từ tự nhiên theo quy định tại Phụ lục 3 của Luật đầu tư 2014;
- Kinh doanh mại dâm;
- Mua bán người, mô, bộ phận cơ thể người;
- Hoạt động kinh doanh liên quan đến sinh sản vô tính trên người;
- Kinh doanh pháo nổ.

3.4 Điều kiện về vốn pháp định công ty

Vốn pháp định là mức vốn tối thiểu do pháp luật quy định đối với một số ngành nghề kinh doanh, được quy định trong pháp luật chuyên ngành như pháp luật về kinh doanh bảo hiểm, chứng khoán, bất động sản, pháp luật về các tổ chức tín dụng...

Đối với những ngành nghề cần có đủ vốn pháp định như trên, nhà đầu tư phải đảm bảo mức vốn này từ khi thành lập và phải duy trì trong suốt quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Mức vốn pháp định được xác định cụ thể theo quy định của pháp luật đối với các ngành nghề nêu trên.

3.5 Điều kiện về trụ sở công ty

Doanh nghiệp cần có trụ sở chính là địa điểm liên lạc của doanh nghiệp trên lãnh thổ Việt Nam, có địa chỉ xác định được bao gồm số nhà, ngách, hẻm, ngõ, phố, đường hoặc thôn, xóm, ấp, xã, phường, thị trấn, huyện, quận, thị xã, thành phố thuộc tỉnh, tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương. Ngoài ra còn cần thêm số điện thoại, số fax và thư điện tử (nếu có).

Một điểm cần lưu ý là Luật nhà ở hiện hành có quy định cấm hành vi sử dụng căn hộ chung cư vào mục đích không phải để ở. Do đó, trụ sở của doanh nghiệp không được phép đặt tại các căn hộ chung cư.

3.6 Điều kiện về hồ sơ và lệ phí

Để được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân thành lập doanh nghiệp cần chuẩn bị hồ sơ đăng ký doanh nghiệp hợp lệ và nộp đủ lệ phí đăng ký doanh nghiệp.

Hồ sơ hợp lệ là bộ hồ sơ có đủ các giấy tờ theo quy định và các giấy tờ được khai đúng và đủ. Tùy thuộc vào loại hình doanh nghiệp được thành lập, nhà đầu tư cần chuẩn bị bộ hồ sơ với các loại giấy tờ khác nhau.

Ngoài ra, nộp lệ phí đủ cũng là điều kiện bắt buộc để được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp.

4. ẢNH HƯỞNG CỦA MÔI TRƯỜNG KINH DOANH ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN

DOANH NGHIỆP.

4.1 Môi trường bên trong doanh nghiệp

4.1.1 Các yếu tố vật chất

- **Tiền vốn:** Vốn là tiền đề vật chất cần thiết cho mọi hoạt động sản xuất kinh doanh. Những vấn đề quan trọng là nhà quản trị phải biết sử dụng có hiệu quả đồng vốn đầu tư của mình, nó được phản ánh trên các chỉ tiêu sau: Tốc độ hoàn trả vốn hiệu quả sử dụng vốn và lợi nhuận hàng năm thu được.

- **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. Đồng thời doanh nghiệp phải quan tâm tới các chỉ tiêu rất cơ bản như: Số lượng lao động, trình độ nghề nghiệp, năng suất lao động, thu nhập bình quân, năng lực của cán bộ quản lý...

4.1.2 Các 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. Ngược lại, những doanh nghiệp có nền văn hoá thấp kém sẽ phổ biến sự bàng quang, thờ ơ và bất lực trước đội ngũ lao động của doanh nghiệp. Biện pháp quan trọng tạo nên nền văn hoá doanh nghiệp mạnh là phải tăng cường các mối liên hệ giao tiếp trao đổi thông tin giữa các thành viên của các tổ chức với nhau thông qua con đường chính thức và đặc biệt là con đường không chính thức. Vì con đường không chính thức cho phép vượt qua được những cách biệt về cấp bậc, về tuổi tác...cho phép hạn chế tác hại của căn bệnh trì trệ quan liêu.

- **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.

4.2 Môi trường kinh doanh bên ngoài doanh nghiệp

4.2.1 Môi trường vĩ mô

Môi trường kinh tế chính trị: 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. Chúng ta có thể xem xét một số khía cạnh ảnh hưởng của môi trường chính trị đến hoạt động của doanh nghiệp. Chẳng hạn, mỗi quan tâm hàng đầu của nhà nước được thể hiện trong sự thay đổi của luật kinh doanh là bảo vệ các doanh nghiệp, nhưng đồng thời nó lại kích thích tính chất cạnh tranh và giữ thái độ trung gian khi phải đối phó với những xung đột trong cạnh tranh. Điều này bắt buộc mỗi doanh nghiệp muốn tồn tại phát triển phải biết bám chặt hành lang pháp luật để hành động.

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. Khi chính phủ thay thế nhau có thể dẫn đến những thay đổi đáng kể về chính sách kinh tế, như chính phủ có thể quốc hữu hóa, tịch thu tài sản, ngăn cấm di chuyển ngoại tệ hoặc can thiệp vào chính sách tài chính tiền tệ.

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. Thực tế đã chứng minh rằng doanh nghiệp nào nắm vững kỹ thuật - công nghệ và sớm ứng dụng nó vào sản xuất kinh doanh thì doanh nghiệp đó tồn tại và 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. Doanh nghiệp nào kinh doanh trong các ngành, các lĩnh vực có sự đổi mới công nghệ cao thì sẽ dễ rơi vào tình trạng lạc hậu về công nghệ.

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. Công nghệ phát triển càng nhanh thì chu kỳ sống của sản phẩm càng ngắn.

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. Ngoài việc đóng thuế môi trường ra đã có nhiều nhà kinh doanh chủ động tìm cách thay thế nguyên liệu, vật liệu sử dụng năng lượng sạch hoặc nghiên cứu chế tạo, áp dụng các kỹ thuật xử lý chất thải. 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 hòa 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. Đối với sản phẩm có tính quốc tế thì chỉ có thể thâm nhập từng bước nếu không chúng sẽ bị từ chối và như thế nhà sản xuất rất khó có cơ hội thành công. 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.

4.2.2 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. Điều này cho thấy tính chất quyết định của khách hàng làm cho thị trường chuyển từ thị trường người bán sang thị trường người mua, khách hàng trở thành thượng đế.

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. Phải luôn đặt câu hỏi khách hàng muốn gì? Khi ta thỏa mãn được ước muốn của khách hàng, có nghĩa là ta đã thành công một phần trong cạnh tranh. Mặt khác cũng nên quan tâm tới việc dự đoán tương lai và định hướng tới khách hàng. Mỗi sản phẩm đều tuân theo một quy luật nhất định, đó là sự phát sinh, phát triển và suy thoái. Người tiêu dùng là người đi sau sự phát sinh nhưng lại đi trước sự suy thoái. Do vậy, nhà quản trị là người phải biết được khi nào sản phẩm của mình sẽ hết sự hấp dẫn để chuẩn bị ngày sản phẩm thay thế.

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. Mỗi sự sai lệch trong quan hệ với người cung cấp là ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của bản