

VIETNAMESE



# CÁCH BẮT ĐẦU MỘT VIỆC KINH DOANH

Hướng dẫn dành cho doanh nhân Georgia



Small Business  
Development Center  
UNIVERSITY OF GEORGIA

[www.georgiasbdc.org/AANHPI](http://www.georgiasbdc.org/AANHPI)

Chương 1: Khởi sự doanh nghiệp.....	1
Trước khi bắt đầu một Doanh nghiệp	
Tự đánh giá	
Kỳ vọng của một Nhà khởi nghiệp	
Kinh doanh	
Chương 2: Tính khả thi Thị trường.....	9
Các loại hình Nghiên cứu	
Thị trường Mục tiêu	
Phân tích Đối thủ cạnh tranh và Ngành	
Định vị Sản phẩm	
Dự báo Bán hàng	
Chiến lược Tiếp thị	
Tiếp thị Truyền thông	
Tiếp thị Hỗn hợp	
Chương 3: Tính khả thi Tài chính .....	27
Dự toán Chi phí Khởi sự Doanh nghiệp	
Phát triển Dự báo Tài chính	
Đánh giá Báo cáo Tài chính	
Chương 4: Lên Kế hoạch Kinh doanh .....	47
Các yếu tố của một Kế hoạch Kinh doanh	
Chương 5: Nhận được Khoản vay cho Doanh nghiệp mới của bạn.....	61
Uy tín/ Lịch sử tín dụng	
Năng lực/ Dòng tiền	
Vốn/ Vốn chủ sở hữu	
Tài sản đảm bảo	
Các điều kiện	
Các hình thức và mục đích vay vốn	
Cục Quản lý Doanh nghiệp Nhỏ Hoa Kỳ	
Danh sách hồ sơ cần cung cấp	
Hỗ trợ	
Chương 6: Các vấn đề pháp lý và quản lý rủi ro.....	73
Lựa chọn hình thức Pháp lý cho Doanh nghiệp	
Các vấn đề Tuân thủ	
Quản lý Rủi ro và Bảo hiểm	
Chương 7: Hệ thống Lưu trữ Hạch toán .....	93
Tại sao cần có Hệ thống Lưu trữ Hạch toán?	
Lựa chọn một Phương pháp Kế toán	
Các vấn đề Lưu trữ Hạch toán	
Xem xét Bổ sung	
Chương 8: Sự thành công của Doanh nghiệp mới.....	115
Tiếp thị và Quan hệ Công chúng	
Các hệ thống Máy tính và Internet	
Dịch vụ Khách hàng	
Quản lý Dòng tiền	
Quản lý Nhân sự	
Hoạch định Chiến lược	
Kết luận	
Chương 9: Tài nguyên.....	121
Phụ lục.....	125

---

# CHƯƠNG 1: KHỞI SỰ DOANH NGHIỆP

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## CHƯƠNG 1: KHỞI SỰ DOANH NGHIỆP

---

### Trước khi Bắt đầu một Doanh nghiệp

**V**iệc quyết định xem có nên bắt đầu một doanh nghiệp mới hay không có thể là một trong những quyết định khó khăn nhất mà một người phải đối mặt trong cuộc đời. Hệ quả của quyết định này rất rộng, tác động sâu sắc và đòi hỏi sự cam kết không thể lường trước được. Mọi người đến với ngã rẽ này từ nhiều xuất phát điểm khác nhau. Một số người dường như "sinh ra để làm doanh nhân". Đó là những người từ khi còn trẻ đã điều hành quầy nước chanh, phân phát báo, trông trẻ hoặc cắt cỏ cho người hàng xóm. Khát khao trở thành chủ doanh nghiệp riêng hoặc kiểm soát số phận của riêng mình dường như nằm trong máu của họ, và không ai ngạc nhiên khi họ bỏ học bởi vì bỗng nhiên nghề tay trái trở nên rất thuận lợi.

Những người khác đến với ngã rẽ này không phải hoàn toàn do sự lựa chọn của chính họ. Họ không thể chịu đựng được công việc hiện tại hơn nữa, hoặc công ty có thể thu hẹp quy mô, điều chỉnh quy mô hoặc đơn giản là phá sản. Còn có một loại doanh nhân mới được gọi là kinh doanh cá thể. Kinh doanh cá thể có thể bao gồm người nghỉ hưu sớm hoặc những người khác có mục tiêu khát khao làm từ thiện hoặc mục tiêu cá nhân khác nhau và coi việc khởi sự doanh nghiệp là một chiến lược để đạt được nhiều mục tiêu. Vì vậy, đã đến lúc phải quyết định. Phải đưa ra một quyết định, đó là: trở lại vòng luẩn quẩn hoặc tự mình đứng dậy. Đây là một lựa chọn khó khăn, nhưng nhiều người vẫn phải đối mặt với nó hàng ngày.

Phần đầu của cuốn sách này sẽ trình bày một loạt vấn đề giúp cho quá trình đưa ra quyết định quan trọng này. Những người hoàn thành đánh giá sơ khởi này sẽ tự tin hơn về quyết định cuối cùng của mình. Khởi sự doanh nghiệp không phải dành cho tất cả mọi người. Thành công không chỉ phụ thuộc vào khát vọng và nguồn lực cá nhân, mà còn phụ thuộc vào các yếu tố bên ngoài nằm ngoài tầm kiểm soát của một người. Do đó, phân tích kỹ lưỡng về các yếu tố nội tại sẽ giúp giảm thiểu các rủi ro vốn có từ quyết định này. Các yếu tố nội tại này (điểm mạnh và điểm yếu cá nhân) sau đó có thể được so sánh với kỳ vọng điển hình của một doanh nhân để đưa ra quyết định "Tiếp tục" hoặc "Dừng lại". Nếu quyết định "Tiếp tục" được đưa ra, bước tiếp theo là xem xét khả năng thực hiện kinh doanh đề xuất. Quyết định về khả năng thực hiện kinh doanh được đưa ra dựa trên việc xem xét liệu rằng doanh nghiệp có thể đáp ứng được mục tiêu ngắn hạn và dài hạn của doanh nhân hay không.

### Tự đánh giá

**M**ột đánh giá trung thực về khả năng và thái độ sẽ giúp xác định xem khởi sự doanh nghiệp có phải là một sự lựa chọn nghề nghiệp phù hợp hay không. Đôi khi cũng là lợi bất cập hại, và điều quan trọng là phải đưa ra quyết định này trước khi rút tiền từ quỹ tiết kiệm hưu trí, giảm tiền trong quỹ học đại học của con cái hoặc chi tiêu đến mức giới hạn của một vài thẻ tín dụng. Dưới đây là một loạt câu hỏi từ các nguồn tin cậy khác nhau cần được xem xét một cách nghiêm túc. Không có câu trả lời đúng hay sai và không có điểm số. Yêu cầu duy nhất là sự trung thực đến từ sự cân nhắc cân đối giữa suy nghĩ logic và cảm nhận cá nhân. Đề nghị ghi lại các câu trả lời để so sánh sự phản ánh cá nhân này với kỳ vọng của một doanh nhân.

### CÁC CÂU HỎI CẦN TRẢ LỜI TRƯỚC KHI BẮT ĐẦU KINH DOANH

- Bạn có can đảm không? Bạn có xu hướng chấp nhận những rủi ro được tính toán trước không?
- Bạn có tự tạo động lực cho bản thân không? Bạn có tự tin vào bản thân không?
- Bạn có “mặt dày” không? Bạn có thể chấp nhận lời khuyên từ người khác không?
- Bạn thích sự cạnh tranh không?
- Bạn quản lý tiền bạc như thế nào?
- Bạn có khả năng lập kế hoạch không? Bạn có thực hiện kế hoạch của mình không? Bạn có làm điều đó đúng thời gian không?
- Bạn đưa ra quyết định như thế nào? Bạn thích đảm nhiệm vai trò lãnh đạo không?
- Bạn có kinh nghiệm ngành nghề liên quan hoặc kỹ năng có thể chuyển đổi không?
- Bạn đánh giá kỹ năng cá nhân của mình như thế nào trong các lĩnh vực sau đây: Thuyết trình bằng miệng? Giao tiếp bằng văn bản? Kỹ năng máy tính? Xử lý ngôn từ và phần mềm liên quan khác? Kỹ năng tổ chức?
- Bạn đánh giá kỹ năng kinh doanh của mình như thế nào trong các lĩnh vực sau đây: Bán hàng và tiếp thị? Lập kế hoạch tài chính? Kế toán? Hành chính? Nhân sự? Quản lý chung?
- Bạn muốn đạt được điều gì thông qua việc sở hữu một doanh nghiệp?
- Mục tiêu cá nhân của bạn là gì? Mục tiêu tài chính? Mục tiêu dịch vụ?
- Bạn thích nghi với những điều kiện thay đổi như thế nào?
- Bạn có cảm thấy phiền khi làm việc nhiều giờ trong sáu hoặc bảy ngày một tuần và có thể vào ngày lễ không?
- Bạn có sự hỗ trợ cảm xúc và tài chính khả thi từ gia đình trong việc này không? Bạn có cảm thấy phiền khi giảm mức sống cơ bản của mình trong vài tháng hoặc thậm chí nhiều năm không? Bạn đã sẵn sàng mất khoản tiết kiệm của mình chưa?
- Bạn có sức bền về mặt thể chất để quản lý và điều hành một doanh nghiệp mới không?
- Bạn có đủ kiên nhẫn để chịu đựng áp lực từ việc sở hữu và điều hành một doanh nghiệp mới không? Bạn có thể kiên định không? Bạn có ý chí và kỷ luật bản thân không?
- Bạn làm việc tốt khi một mình không?
- Bạn làm việc và quản lý người khác như thế nào?
- Bạn có khả năng tạo ra cách làm mới và sáng tạo không?

### Tự đánh giá

#### CÁC CÂU HỎI CẦN TRẢ LỜI TRƯỚC KHI BẮT ĐẦU DOANH NGHIỆP (Tiếp tục)

- Bạn có khả năng sử dụng những thất bại và trở ngại theo tinh thần xây dựng và biến chúng thành những bài học hữu ích cho tương lai hay không?

BizMove.com một nguồn tài liệu miễn phí toàn diện về các Công cụ quản lý Doanh nghiệp.

Một nghiên cứu đáng kể đã được tiến hành nhằm xác định đặc điểm của một doanh nhân. Một số đặc điểm đã được xem xét là lịch sử gia đình về doanh nghiệp, trình độ học vấn, xu hướng chấp nhận rủi ro và sự lạc quan. Mặc dù có một số xu hướng chính, nhưng dường như không có một công thức cụ thể nào để thành công. Và thực tế là nhiều chuyên gia kinh doanh đồng ý rằng đôi khi chỉ cần một chút may mắn là đủ để khởi đầu thành công. Danh sách dưới đây trình bày một số điểm cần xem xét. Điều quan trọng là hãy nhớ rằng việc sở hữu tất cả những đặc điểm này không đảm bảo một dự án kinh doanh thành công, và việc thiếu một hoặc hai đặc điểm này không đồng nghĩa với việc chắc chắn sẽ thất bại. Vẫn có cách để khắc phục nhược điểm của mình và sẽ được thảo luận ở phần sau

Khi so sánh đánh giá nội tại với kỳ vọng của một doanh nhân, một số mô hình bắt đầu hình thành. Quyết định có thể không hoàn toàn rõ ràng ngay từ ban đầu. Các yếu tố khác không được nêu ra ở đây cũng có thể ảnh hưởng đến quyết định "Tiếp tục/Dừng lại" cũng nên được xem xét. Hơn nữa, bạn nên xem xét tình huống từ cả hai phía: bạn có những kỹ năng, đặc điểm và tài sản để sở hữu và điều hành một doanh nghiệp không? Và ý tưởng kinh doanh có tận dụng được khả năng và hoài bão của bạn không? Giống như các mảnh ghép của một bức tranh, những đặc điểm của chủ sở hữu tiềm năng và yếu tố thành công quan trọng của doanh nghiệp nên khớp với nhau. Hãy cân nhắc tất cả những điều này khi đưa ra quyết định cuối cùng của bạn.

Trong cuốn sách của mình, *"The E-Myth Revisited: Tại sao các doanh nghiệp nhỏ hoạt động kém hiệu quả và làm thế nào để khắc phục"*, tác giả Michael Gerber mô tả chủ sở hữu cuối cùng của doanh nghiệp dưới ba "nhân cách" riêng biệt: doanh nhân, người quản lý và kỹ thuật viên. Doanh nhân là người có tầm nhìn, người quản lý là nhà thiết kế hệ thống và kỹ thuật viên là người thực hiện. Gerber cho rằng hầu hết chủ sở hữu doanh nghiệp mới đều là những kỹ thuật viên bất đắc dĩ, yêu thích công việc và giỏi trong công việc của mình, nhưng không muốn làm việc đó cho người khác. Thật không may, khi không đảm nhận những vai trò khác, người kỹ thuật viên trở nên bất đắc dĩ hơn vì sở hữu một doanh nghiệp không chỉ đơn giản là làm việc trong doanh nghiệp - nó còn có nghĩa là điều hành doanh nghiệp đó nữa. Người quản lý cần phải tạo ra sự trật tự và doanh nhân thì cần phải duy trì tính đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp. Nếu bạn vẫn chưa chắc chắn liệu sở hữu doanh nghiệp có phải là quyết định đúng đắn hay không, việc đọc nhanh cuốn sách này có thể hữu ích.

Nếu có xuất hiện một số khoảng cách chênh lệch giữa các đặc điểm cá nhân và kỳ vọng, thì một chủ sở hữu doanh nghiệp tiềm năng nên thực hiện các biện pháp để thu hẹp khoảng cách. Một giải pháp khả thi khác là sử dụng kỹ năng của người khác. Kết hợp với một đối tác hoặc thuê một người để đảm nhận một số trách nhiệm. Việc thuê ngoài một số dịch vụ như thanh toán lương, bảo trì máy tính, thu tiền và quảng cáo có thể là các lựa chọn khả thi. Tất nhiên, vào một thời điểm nào đó, hầu hết mọi doanh nghiệp đều phải tìm kiếm sự tư vấn từ một kế toán và một luật sư (mặc dù một số doanh nhân mắc sai lầm khi sử dụng các chuyên gia này quá thường xuyên trong giai đoạn khởi nghiệp, từ đó làm tăng các chi phí ban đầu của doanh nghiệp). Một giải pháp khác là tận dụng các lớp đào tạo về kinh doanh và các tài liệu đào tạo đa dạng trên sách in và trang web. UGA SBDC cung cấp hàng trăm lớp đào tạo về kinh doanh bao gồm nguyên tắc kế toán, tiếp thị với ngân sách eo hẹp và cách tuyển dụng, sa thải nhân viên,... Những lớp học này có học phí rất phải chăng và có thể giúp doanh nhân chuẩn bị tốt hơn cho những thách thức sắp tới của việc sở hữu doanh nghiệp mới.

## CHƯƠNG 1: KHỞI SỰ DOANH NGHIỆP

---

### Kinh doanh

Khi đã xác định rằng bạn có những gì cần thiết để sở hữu và điều hành một doanh nghiệp mới, bạn phải xem xét chính doanh nghiệp của mình. Bạn đang tìm kiếm những mục tiêu cụ thể nào? Dự án kinh doanh này có thể giúp bạn đạt được những mục tiêu đó không? Nói cách khác, tại sao bạn cân nhắc ý tưởng kinh doanh này và bạn hy vọng nhận được gì từ nó? Sự nổi tiếng? Sự giàu có? Hạnh phúc? Hay tất cả những điều trên?

Bằng cách đặt ra một số mục tiêu ngắn hạn và dài hạn cho doanh nghiệp, bạn có thể bắt đầu một phân tích sơ bộ về ý tưởng kinh doanh. Những mục tiêu này nên cụ thể và có thể đo lường được trong một khoảng thời gian cụ thể. Các chuyên gia thường đề xuất rằng mục tiêu ngắn hạn có ích về mặt tâm lý, vì doanh thu thường chậm hơn nỗ lực và lợi nhuận chậm hơn doanh thu. Một số ví dụ về mục tiêu ngắn hạn như là có được các giấy phép cần thiết, mua sắm thiết bị hoặc hàng tồn kho và đăng ký tên miền.

Mục tiêu kinh doanh dài hạn có thể bao gồm mức doanh thu hoặc lợi nhuận, được công nhận là một người dẫn đầu trong ngành và việc bán doanh nghiệp sau này. Mục tiêu cá nhân dài hạn có thể bao gồm lịch trình linh hoạt, phát triển chuyên môn và đảm bảo đủ cho gia đình. Những mục tiêu này tạo nên từng phần mô tả trong cấu trúc và hoạt động của doanh nghiệp, từ đó giúp xây dựng nên một bản kế hoạch kinh doanh.

Với những mục tiêu này trong tâm trí, bạn có thể tiến hành một nghiên cứu khả thi về ý tưởng kinh doanh. Một nghiên cứu khả thi có hai thành phần chính: khả năng tiếp thị và khả năng tài chính. Khả năng tiếp thị là xác định xem có đủ nhu cầu cho sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn hay không. Đó có phải là một ý tưởng tốt không? Vào thời điểm này? Ở địa điểm này? Với mức giá này? Khả năng tài chính là xác định xem ý tưởng kinh doanh này có tiềm năng lợi nhuận hay không. Doanh thu dự kiến có đủ để trang trải cho chi phí dự kiến của bạn hay không? Và nếu có, thì có khi nào? Mức lợi nhuận này có đủ cho bạn sống hay không?

Trong một số trường hợp, có thể xuất hiện thành phần thứ ba của nghiên cứu khả thi: khả năng sản xuất. Đối với sản phẩm và dịch vụ mới, đây là một bước quan trọng. Có thể sản xuất "ứng dụng đặc biệt" với một số tính năng mới và độc đáo mà người tiêu dùng mong muốn hay không? Các hệ thống vận chuyển đã được chuẩn bị để cung cấp hệ thống đặt hàng trực tuyến? Bằng sáng chế hoặc nhãn hiệu đã được áp dụng hay chưa?

Hai chương tiếp theo của cuốn sách này sẽ minh họa cách xác định khả năng tiếp thị và khả năng tài chính. Sau khi xác định khả năng thực hiện ý tưởng kinh doanh, bạn có thể chuẩn bị một kế hoạch kinh doanh bằng cách sử dụng những mục tiêu được thảo luận ở trên và thông tin thu thập được trong quá trình đánh giá tính khả thi. Kế hoạch kinh doanh thường được gọi là bản thiết kế hướng dẫn các hoạt động của một doanh nghiệp. Nó cũng là yêu cầu của hầu hết các nguồn tài trợ bổ sung.



Tiếp theo các chương về xác định tính khả thi và phát triển kế hoạch kinh doanh là các chương thảo luận về kế toán, các vấn đề pháp lý và bảo hiểm, và các yếu tố quản lý dài hạn. Trong khi cuốn sách này chỉ ra các nguyên tắc cơ bản của khởi sự doanh nghiệp, có nhiều tài liệu bổ sung khác trên sách in và trực tuyến được liệt kê trong phụ lục. Việc tư vấn và hỗ trợ chuyên sâu có sẵn thông qua UGA SBDC. Truy cập trang web của chúng tôi tại [www.sbdc.uga.edu](http://www.sbdc.uga.edu) để xem ngày và địa điểm của các cơ hội đào tạo hoặc liên hệ với một trong những tư vấn viên kinh doanh của chúng tôi để nhận được hướng dẫn cụ thể.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

**CHƯƠNG 2:  
TÍNH KHẢ  
THI THI  
TRƯỜNG**

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## CHƯƠNG 2: TÍNH KHẢ THI THỊ TRƯỜNG

**T**rong ba bài kiểm tra tính khả thi của doanh nghiệp mới (tiếp thị, tài chính và kỹ thuật), tính khả thi tiếp thị có thể xem là bài kiểm tra quan trọng nhất. Nếu không có nhu cầu thị trường, thì việc đánh giá khả năng tài chính hay kỹ thuật sẽ không có ý nghĩa. Nếu một thị trường có quy mô đáng kể, thì tính khả thi tài chính và khả thi kỹ thuật cần được xem xét cẩn thận, để xác định liệu thị trường này có thể tạo ra lợi nhuận hay không. Có ba câu hỏi chính mà câu trả lời sẽ xác định được tính khả thi tiếp thị:

- Thị trường mục tiêu là ai và cơ sở khách hàng tiềm năng lớn đến mức nào?
- Đối thủ cạnh tranh là ai và sản phẩm/dịch vụ của bạn so sánh với họ như thế nào?
- Bạn mong đợi có thể chiếm được bao nhiêu thị phần?

Bằng cách nghiên cứu thị trường mục tiêu, phân tích đối thủ cạnh tranh và định vị sản phẩm phù hợp, bạn sẽ phát triển chiến lược tiếp thị đúng hướng. Tất cả thông tin này sẽ giúp bạn ước tính doanh số tiềm năng của hoạt động kinh doanh mới. Các dữ liệu doanh số tiềm năng sẽ được sử dụng để phát triển báo cáo tài chính dự kiến.

### Các loại hình Nghiên cứu

#### NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG THỨ CẤP

Nghiên cứu thị trường thứ cấp có thể giúp ích khi phân tích một vấn đề hoặc chủ đề phạm vi rộng. Một trong những nguồn dữ liệu thứ cấp phổ biến nhất là Cục Thống kê Dân số Hoa Kỳ (U.S. Census Bureau). Nhiều nghiên cứu và ấn bản về nghiên cứu thị trường thứ cấp có sẵn trên Internet; tuy nhiên, một số danh mục và chỉ số chỉ có bản in và có thể tìm thấy tại hầu hết các thư viện công cộng. Trong chương này, có hai bảng hướng dẫn liệt kê các nguồn thông tin thứ cấp cho hồ sơ ngành và cho các công ty cụ thể (đối thủ cạnh tranh).

#### NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG SƠ CẤP

Nghiên cứu thị trường sơ cấp được thực hiện khi nhắm đến một mục tiêu cụ thể. Dữ liệu được thu thập bởi một người được thuê hoặc chính bạn. Việc thu thập dữ liệu sơ cấp có thể ở dạng chính thức như khảo sát qua email, phỏng vấn qua điện thoại, các nhóm tập trung, hoặc không chính thức như quan sát trực tiếp thói quen mua sắm và mô hình chi tiêu. Một số ví dụ về các hoạt động nghiên cứu sơ cấp như:

- nhìn vào quảng cáo của đối thủ cạnh tranh để xem cửa hàng đang tính phí sản phẩm vào đâu
- quan sát biển số xe ô tô trong bãi đậu xe của đối thủ cạnh tranh (để xác định khách hàng đến từ quận nào)
- phỏng vấn chủ doanh nghiệp điều hành các cửa hàng tương tự
- mua sắm bí mật (bước vào một cơ sở bán lẻ với tư cách là khách hàng để tìm hiểu về doanh nghiệp càng nhiều càng tốt)

**TRƯỜNG*****Các bảng khảo sát***

Nếu cần thực hiện một bài khảo sát thì bạn phải quyết định mình cần biết những thông tin gì, khảo sát đối tượng nào, bao nhiêu người, và cách tốt nhất để tiếp cận những người tham gia mục tiêu của bạn. Một bảng khảo sát nên bao gồm sở thích và nhu cầu đối với sản phẩm hoặc dịch vụ, thông tin nhân khẩu học và lối sống của khách hàng tiềm năng, cách tốt nhất để tiếp cận thị trường mục tiêu khi quảng cáo, địa điểm khách hàng mua sắm hoặc họ mua hàng ở đâu, và giá chấp nhận được cho sản phẩm hoặc dịch vụ đề xuất của bạn. Các phương pháp có thể thực hiện khảo sát gồm có gửi thư trực tiếp; phỏng vấn qua điện thoại; phỏng vấn cá nhân tại các trung tâm mua sắm, hội chợ thương mại và các sự kiện cộng đồng; phỏng vấn với các nhóm như câu lạc bộ và tổ chức địa phương; và một cuộc khảo sát không chính thức trên Facebook, Twitter hoặc phương tiện truyền thông xã hội khác. Xem kết quả của các cuộc khảo sát một cách khách quan để xác định kế hoạch hành động. Hỗ trợ thiết kế bảng khảo sát, quản trị và báo cáo có sẵn tại UGA SBDC. (Lưu ý: Phí áp dụng cho tất cả các chi phí tự trả). Mẫu khảo sát tính khả thi có trong Phụ lục.

***Các nhóm Tập trung***

Các nhóm tập trung có thể hữu ích trong trường hợp cần thông tin định tính. Phương pháp này đặc biệt hữu ích trong việc phát triển sản phẩm hoặc dịch vụ mới. Ví dụ: đầu vào của khách hàng tiềm năng có thể hỗ trợ quá trình thiết kế (tầm quan trọng của các thuộc tính khác nhau), xác định lợi ích mà khách hàng cảm nhận được và xác định mức giá chấp nhận được cho các tính năng sản phẩm khác nhau (lợi ích của khách hàng). Các nhóm tập trung thường bao gồm tám đến mười hai người cùng với một người điều hành đã qua đào tạo. Điều quan trọng là tiến hành từ hai nhóm tập trung trở lên để tránh suy nghĩ theo nhóm, điều này có thể xảy ra nếu một hoặc hai người áp đảo cuộc thảo luận đến mức những người còn lại chỉ làm theo sự dẫn dắt của họ. Có rất nhiều cơ sở nhóm tập trung ở Atlanta và ở hầu hết các khu vực đô thị khác ở Georgia. Các cơ sở này sẽ tuyển người tham gia và thường cung cấp một người điều hành, người này sẽ viết một báo cáo tóm tắt những phát hiện của cuộc thảo luận. Các dịch vụ kiểm duyệt và viết báo cáo cũng có sẵn tại Phòng Nghiên cứu Ứng dụng của UGA SBDC. (Lưu ý: Phí áp dụng cho tất cả các chi phí tự trả).

**T**hông thường, các chủ doanh nghiệp tiềm năng rất say mê với ý tưởng kinh doanh mới của họ đến nỗi khi được hỏi khách hàng tiềm năng của họ là ai, họ nói "mọi người"! Khi bạn tin là mình có một sản phẩm hoặc dịch vụ tuyệt vời, bạn rất dễ rơi vào cái bẫy giả định rằng mọi người đều muốn trở thành khách hàng của mình. Thái độ này có thể dẫn đến việc thực hiện tiếp thị chớp nhoáng tốn kém mà không hiệu quả: cố gắng tiếp cận và bán hàng cho tất cả mọi người bằng cách sử dụng các chiến thuật tiếp thị chung chung, phổ biến và không tích hợp. Ví dụ, một thợ xỏ khuyên trên cơ thể sẽ không thể thành công nếu anh ta cho rằng tất cả mọi người đều muốn xỏ khuyên, và chỉ quảng cáo trên tờ báo địa phương mà độ tuổi giả thường là trung niên đến người lớn tuổi.

**Các loại  
hình  
Nghiên cứu**

**Thị trường  
Mục tiêu**

## CHƯƠNG 2: TÍNH KHẢ THI THỊ TRƯỜNG

### Thị trường Mục tiêu

Không ai có thể giả định rằng một doanh nghiệp sẽ thành công mà không xác định được ai là thị trường mục tiêu, và liệu thị trường này có đủ lớn để tạo ra doanh số cần thiết để duy trì doanh nghiệp hay không. Nếu chỉ đơn giản nhận định rằng đó là một thị trường lớn, háo hức đợi mua hàng cho doanh nghiệp và sau đó cố gắng tiếp thị sản phẩm hoặc dịch vụ đến tất cả mọi người là đang lãng phí thời gian và tiền bạc.

Để xác định được liệu có tồn tại một thị trường đủ lớn cho doanh nghiệp mới của bạn, và tận dụng tối đa những nỗ lực tiếp thị của bạn thì đòi hỏi cần phân đoạn thị trường người mua tiềm năng. Có một số phương pháp phân đoạn mà bạn có thể lựa chọn, và sự lựa chọn có thể thay đổi tùy thuộc vào sản phẩm hoặc dịch vụ được bán, người mua là người tiêu dùng cá nhân hay các doanh nghiệp khác ("bán hàng giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp", viết tắt là "B2B"). Phương pháp phân đoạn phổ biến nhất là dựa trên hành vi mua hàng của khách hàng hoặc việc sử dụng sản phẩm. Một số nghiên cứu thị trường ban đầu sẽ giúp doanh nghiệp xác định những yếu tố phân đoạn có tác động lớn nhất đối với hành vi mua hàng và/hoặc việc sử dụng sản phẩm, và cuối cùng là những phân đoạn nào mang lại lợi nhuận cao nhất cho một doanh nghiệp cụ thể.

Thị trường người tiêu dùng		Thị trường các doanh nghiệp	
Phân đoạn theo yếu tố	Ví dụ	Phân đoạn theo yếu tố	Ví dụ
Địa lý	- Vùng - Đô thị / Nông thôn - Khí hậu	Địa lý	- Vùng - Đô thị / Nông thôn - Khí hậu
Nhân khẩu học	- Tuổi - Giới tính - Vòng đời Gia đình - Thu nhập - Nghề nghiệp	Nhân khẩu học	- Tuổi - Giới tính - Vòng đời Gia đình - Thu nhập - Nghề nghiệp
Tâm lý học	- Giá trị - Thái độ - Lối sống - Quan điểm - Nhân cách	Tâm lý học	- Giá trị - Thái độ - Lối sống - Quan điểm - Nhân cách
Hành vi	- Tần suất sử dụng - Tần suất mua hàng - Phương thức sử dụng - Phương thức mua hàng - Mức độ trung thành với thương hiệu - Độ nhạy cảm về giá - Lợi ích tìm kiếm - Dịp mua hàng	Hành vi	- Tần suất sử dụng - Tần suất mua hàng - Phương thức sử dụng - Phương thức mua hàng - Mức độ trung thành với thương hiệu - Độ nhạy cảm về giá - Lợi ích tìm kiếm - Dịp mua hàng

### TRƯỜNG

Ví dụ, một nhà hàng có thể chọn bất kỳ chiến lược phân đoạn nào sau đây để xác định thị trường mục tiêu của mình:

- Nhân khẩu học:** người tiêu dùng độc thân/ gia đình trẻ / vợ chồng lớn tuổi có con ra ở riêng (chiếc tổ trống)/ trư ở ng thành
- Tâm lý học:** những người tậ o ra xu hướ ng tìm kiế m một không gian nhấ t đị nh/ người quan tâm đế n sức khỏe tìm kiế m các món ăn bổ đư ờ ng/ những người quan tâm đế n ngân sách muố n có giá trị tố t/ những người hay di chuyể n hướ ng đế n sự tiệ n lợi
- Hành vi:** giờ ăn/ khách quen/ dựa trên hoạt t độ ng (sau khi rời nhà hát, trư ớ c trậ n đấ u, trên đườ ng đế n bãi biể n, v.v.)/ dị p đặ c biệ t (sinh nhậ t, ngày kỷ niệ m, tiệ c chào đón, vũ hộ i, ngày lễ , v.v.)

Thị trường  
Mục tiêu

Khi thị trường mục tiêu đã được xác định, chủ doanh nghiệp có thể bắt đầu xem xét sự cạnh tranh để xem các doanh nghiệp khác thu hút khách hàng như thế nào, và để xem liệu có còn bất kỳ khoảng trống hoặc ngóc ngách nào trên thị trường mà có thể đưa ra một sản phẩm hoặc dịch vụ mới sinh lợi hay không. Nếu như không tìm được bất kỳ khoảng trống khả thi nào, thì nên đánh giá lại chiến lược phân đoạn để xem liệu có thể tìm được cơ hội khác với các thị trường mục tiêu khác hay không.

Ba lưu ý cần được xem xét khi tiến hành phân tích phân đoạn thị trường:

- Thị trường là năng động; do đó, một phân khúc khả thi ngày hôm nay có thể không khả thi vào năm sau (hoặc tháng sau tùy thuộc vào hoàn cảnh cụ thể). Không thể phóng đại tầm quan trọng của việc theo dõi xu hướng khách hàng được.
- Một thị trường không được phân đoạn cũng nguy hiểm như cách tiếp cận thị trường đại chúng. Mục tiêu của việc xác định thị trường mục tiêu là nâng cao hiệu quả, nhưng nếu bạn hoàn toàn bỏ lỡ mục tiêu, mọi khoản tiết kiệm do tính hiệu quả sẽ bị mất.
- Không bỏ tất cả trứng vào một giỏ. Nếu một thị trường mục tiêu trở nên tồi tệ, thì nên chuyển qua các thị trường mục tiêu thứ cấp bổ sung.

Khi các chủ doanh nghiệp mới bắt đầu thấy tầm quan trọng của thông tin nhân khẩu học và tâm lý thị trường, nhiều người tự hỏi “Làm sao tôi có thể biết những điều này về khách hàng tiềm năng của mình?” Phần lớn thông tin này có thể thu được thông qua các tài liệu nghiên cứu hiện có (nghiên cứu thứ cấp) hoặc bằng cách tiến hành khảo sát

(nghiên cứu sơ cấp). Nên tìm hiểu và khám phá cả hai phương pháp thu thập thông tin này.

## CHƯƠNG 2: TÍNH KHẢ THI THỊ TRƯỜNG

---

### Thị trường Mục tiêu

Sau khi xác định thị trường mục tiêu, quy mô và đặc điểm của nó, bạn nên phân tích sự cạnh tranh để xác định xem bạn có thể kỳ vọng chiếm được một phần đủ lớn của thị trường để giúp công việc kinh doanh mới của bạn thành công hay không. Thông tin về đối thủ cạnh tranh sẽ giúp phân biệt doanh nghiệp của bạn với đối thủ cạnh tranh, nghĩa là doanh nghiệp của bạn sẽ giữ vị trí nào trên thị trường so với các đơn vị cung cấp khác.

### Phân tích Đối thủ cạnh tranh và Ngành

#### ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Thật nguy hiểm nếu cho rằng không có sự cạnh tranh. Mặc dù nghiên cứu địa điểm dự kiến có thể cho thấy không có doanh nghiệp nào khác giống như của bạn, nhưng điều này không có nghĩa là khách hàng tiềm năng của bạn không có lựa chọn nào khác.

Cách tiếp cận tốt nhất để phân tích tính cạnh tranh là hỏi: “Khách hàng có những lựa chọn thay thế nào nếu không mua hàng của tôi?” Cách tiếp cận này sẽ cho biết khách hàng mục tiêu, mong muốn của họ và các nguồn thay thế họ có thể mua. Sau đó, bạn có thể lập kế hoạch làm thế nào để thuyết phục khách hàng tiềm năng mua hàng của bạn thay vì của đối thủ cạnh tranh.

Một ví dụ như thế này, có một người quyết định mở một cửa hàng chuyên bán kem đá bào kiểu Ý vì không có ai trong khu vực bán sản phẩm này. Nếu người doanh nhân này cho rằng khoảng trống này trên thị trường đồng nghĩa với việc không có cạnh tranh, thì người đó đang bỏ qua một thực tế là khách hàng tiềm năng vẫn có các lựa chọn khác (đối thủ cạnh tranh trực tiếp so với đối thủ cạnh tranh gián tiếp). Khách hàng không tìm kiếm kem đá bào kiểu Ý mà họ đang tìm kiếm một món ăn lạnh, ngon, giá cả phải chăng. Chủ doanh nghiệp phải thuyết phục khách hàng tiềm năng mua kem đá bào Ý thay vì chọn các sản phẩm thay thế như kem, kem que, kem tuyết hoặc mua đồ lạnh từ cửa hàng tạp hóa. Suy nghĩ về cạnh tranh theo cách này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tiến hành một số đánh giá về tính cạnh tranh trước khi quyết định cách tiếp thị và làm sản phẩm khác biệt. Gõ từ khóa tra nhanh trên Internet để tìm kiếm các đối thủ cạnh tranh tiềm năng là một khởi đầu đúng để tìm ra ai là đối thủ cạnh tranh nổi tiếng nhất hoặc am hiểu công nghệ nhất của bạn.

Khi đã xác định đầy đủ khách hàng có những lựa chọn thay thế nào, việc đánh giá đối thủ cạnh tranh có thể đơn giản như mua hàng của đối thủ (mua sắm bí mật). Cần quan sát hết các khía cạnh của sự cạnh tranh — chẳng hạn như chất lượng sản phẩm, sự đa dạng của sản phẩm, giờ hoạt động, giá cả, trưng bày khuyến mại, chính sách cửa hàng, dịch vụ khách hàng, số lượng và loại nhân viên — cần được xác định trước khi ghé cửa hàng và/hoặc gọi điện thoại. Để quan sát sự cạnh tranh, nên ghé thăm vài lần để xác định cách thức và thời điểm thay đổi được thực hiện. Quan sát sự thay đổi về lượng khách tới cửa hàng trong ngày, từ ngày này sang ngày khác và thậm chí từ tháng này sang tháng khác là rất quan trọng. Nếu có thể phát triển được các mẫu khảo sát, và nhờ bạn bè, người thân đáng tin cậy hỗ trợ trong các lần



ghé thăm thì sẽ rất hữu ích. Các loại mẫu mua sắm bí mật cũng như hỗ trợ thu thập và phân tích dữ liệu này đã có sẵn ở UGA SBDC.

**TRƯỜNG**

<b>Thu thập Thông tin về “Đối thủ cạnh tranh”</b>	
<b>Hành động (cách thực hiện)</b>	<b>Biện pháp</b>
<p><b>Xác định các doanh nghiệp bán sản phẩm/dịch vụ tương tự với những gì bạn muốn cung cấp:</b></p> <p>Sử dụng một ứng dụng hoặc bản đồ trực tuyến</p>	<p>www.google.com/maps là một công cụ nhanh chóng và dễ dàng giúp xác định vị trí của các đối thủ cạnh tranh gần vị trí bạn đang nhắm tới. Ví dụ: nếu mở một nhà hàng, bạn có thể đặt vị trí vào chỗ mình đang nhắm tới và tìm kiếm “nhà hàng gần tôi”. Sau đó, bạn có thể phóng to, thu nhỏ và di chuyển theo mọi hướng để xem danh sách các nhà hàng “gần bạn”.</p>
<p><b>Xác định quy mô doanh nghiệp và số lượng bán hàng của họ:</b></p> <p>Doanh số bán hàng dự tính là bao nhiêu? Doanh nghiệp này có trang web không? Doanh nghiệp có bao nhiêu nhân viên? Doanh nghiệp đã hoạt động kinh doanh được bao lâu? Chủ sở hữu/ người quản lý là ai?</p>	<p>Văn phòng UGA SBDC địa phương của bạn có quyền truy cập vào cơ sở dữ liệu Tham khảo Hoa Kỳ. Cơ sở dữ liệu về các doanh nghiệp Hoa Kỳ này được cập nhật mỗi quý, bao gồm doanh thu ước tính hàng năm, số lượng nhân viên, năm bắt đầu kinh doanh cũng như thông tin liên hệ (người quản lý hoặc chủ sở hữu, địa chỉ và số điện thoại). Nhiều thư viện địa phương cũng cung cấp quyền truy cập vào cơ sở dữ liệu này cho chủ thẻ thư viện.</p> <p>Báo cáo hàng năm và báo cáo 5K từ các công ty đại chúng có sẵn ở hầu hết các thư viện công cộng và trường đại học.</p>
<p><b>Xác định các tính năng của sản phẩm/dịch vụ của họ:</b></p> <p>Ghé thăm doanh nghiệp của đối thủ cạnh tranh và quan sát xung quanh. Họ cung cấp những sản phẩm gì?</p>	<p>Quan sát doanh nghiệp. Họ cung cấp sản phẩm gì? Điều gì họ đã làm tốt và điều gì cần được cải thiện? Tại sao mọi người lại mua sản phẩm/dịch vụ của họ?</p>
<p><b>Phân tích (các) địa điểm của họ:</b></p> <p>Tiến hành “khảo sát kính chắn gió”. Lấy lưu lượng khách ghé thăm.</p>	<p>Lái xe đi ngang qua doanh nghiệp đối thủ. Ấn tượng đầu tiên của bạn là gì? Bên ngoài cửa hàng có cái gì thu hút khách hàng không? “Kiến trúc mặt tiền nhà” của doanh nghiệp này là gì? Cơ sở kinh doanh có nằm trên trục đường lớn không? Lưu lượng giao thông tại vị trí này như thế nào? Có đủ chỗ đậu xe không?</p> <p>Bộ Giao thông Vận tải Georgia có nguồn tài nguyên trực tuyến <a href="http://geocounts.com/gdot/">http://geocounts.com/gdot/</a>, cho phép bạn tìm kiếm lưu lượng khách gần các địa chỉ và tại các giao lộ. Văn phòng UGA SBDC tại địa phương của bạn cũng có quyền truy cập vào esri, một cơ sở dữ liệu có thể cung cấp số liệu lưu lượng khách ghé thăm trong bán kính cụ thể xung quanh địa điểm bạn đang nhắm tới.</p>
<p><b>Xác định khả năng cạnh tranh về giá của họ:</b></p> <p>Gọi điện thoại hoặc đến doanh nghiệp để hỏi giá cho các sản phẩm cụ thể.</p>	<p>Sau khi xác định đối thủ cạnh tranh, người ta có thể so sánh giá cho các sản phẩm/dịch vụ cụ thể. Giá cả có hợp lý với chất lượng và dịch vụ được cung cấp không?</p>

**Phân tích Đối thủ cạnh tranh và Ngành**

<b>Thu thập Thông tin về “Đối thủ cạnh tranh”</b>	
<b>Hành động (cách thực hiện)</b>	<b>Hành động (cách thực hiện)</b>
<b>Xác định các doanh nghiệp bán sản phẩm/dịch vụ</b>	<b>Xác định các doanh nghiệp bán sản phẩm/dịch vụ</b>

## CHƯƠNG 2: TÍNH KHẢ THI THỊ TRƯỜNG

### Phân tích Đối thủ cạnh tranh và Ngành

Thu thập Thông tin về “Đối thủ cạnh tranh” (tiếp tục)	
Hành động (cách thực hiện)	Biện pháp
<b>Xác định danh tiếng/hình ảnh của đối thủ:</b>  Nhìn vào quảng cáo, mặt tiền cửa hàng, logo, brochure, bộ tài liệu bán hàng, thông cáo báo chí, trang web,...	Phân tích nội bộ: Công ty này hướng tới hình ảnh gì? Công ty này có quan tâm đến chất lượng và dịch vụ không? Quảng cáo truyền tải ấn tượng gì về doanh nghiệp? Mọi người mô tả công ty này như thế nào?
<b>Đánh giá chiến lược tiếp thị:</b>  Dựa trên tất cả các thông tin thu thập được, hãy xác định mục tiêu cuối cùng của mỗi đối thủ cạnh tranh là gì. Họ đang tìm kiếm vị trí nào trên thị trường và họ đã thành công hay chưa?	Tổng hợp dữ liệu thứ cấp thu thập được, nghiên cứu cơ bản về thị trường có thể giúp xác định hành vi mua hàng và lợi ích được cung cấp bởi các công ty khác nhau.

Đánh giá về sự cạnh tranh sẽ tiết lộ điểm mạnh và điểm yếu của đối thủ liên quan đến mong muốn và nhu cầu của thị trường mục tiêu bạn đang hướng đến. Học hỏi từ những điểm mạnh của đối thủ có thể giúp bạn cải thiện sản phẩm hoặc dịch vụ, chiến lược tiếp thị và quản lý kinh doanh tổng thể của mình. Điểm yếu của đối thủ cạnh tranh có thể là cơ hội để bạn khác biệt hóa. Có thể nghĩ ra các chiến lược quảng cáo để làm nổi bật sự khác biệt của doanh nghiệp bạn so với đối thủ cạnh tranh, nhưng hãy đảm bảo rằng những điểm khác biệt đó có liên quan đến thị trường mục tiêu của bạn.

Ví dụ, một người dự định mở một trung tâm chăm sóc ban ngày và phát hiện không có trung tâm nào gần đó có dịch vụ đưa đón sau giờ học. Có thể trong khu vực có một số phụ huynh muốn đưa đón con từ trường đến trung tâm mỗi buổi chiều. Những phụ huynh này có thể bận công việc nên khó đưa đón con được. Chủ doanh nghiệp mới nên cân nhắc lợi ích (và chi phí) của việc thêm dịch vụ đưa đón vào các dịch vụ sẵn có của trung tâm mình để thu hút những khách hàng này. Lợi ích của tính năng bổ sung này có thể trở thành một công cụ bán hàng quan trọng giúp thúc đẩy hoạt động kinh doanh dẫn đến lợi thế cạnh tranh.

### TRƯỜNG

#### NGÀNH

Nghiên cứu ngành có thể quan trọng, nếu không muốn nói là quan trọng hơn nghiên cứu đối thủ cạnh tranh tại địa phương. Các xu hướng chung trong ngành là gì? Các lực lượng xã hội, chính trị, môi trường, công nghệ và kinh tế tác động đến ngành như thế nào? Các đối thủ cạnh tranh phản ứng thế nào với những lực lượng bên trên và công ty mới của bạn sẽ bị ảnh hưởng như thế nào? Những câu hỏi này có thể được trả lời bằng cách nghiên cứu dữ liệu thứ cấp. Phản hồi của bạn đối với những điều kiện của ngành sẽ là cơ sở cho chiến lược tiếp thị của công ty bạn, chiến lược này sẽ được thảo luận thêm ở phần sau của chương này.

**Phân tích  
Đối thủ cạnh tranh  
và Ngành**

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)





[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

**TRƯỜNG**

<b>Thu thập Thông tin về “Ngành”</b>	
<b>Hành động (Cách thực hiện)</b>	<b>Nội dung</b>
<p><b>Tìm ra xu hướng và số liệu thống kê của ngành:</b></p> <p>Ngoài việc đọc các bài nghiên cứu, các hiệp hội thương mại thường xuyên lưu giữ các số liệu thống kê và xu hướng liên quan đến các ngành.</p>	<p><i>Bách khoa toàn thư về các Hiệp hội (Encyclopedia of Associations - do Gale Research xuất bản) là một thư mục hàng năm xác định các hiệp hội thành viên phi lợi nhuận. Cuốn sách này có sẵn tại 17 văn phòng của Trung tâm Phát triển Doanh nghiệp Nhỏ trên toàn tiểu bang. Đồng thời cũng có sẵn tại Thư viện chính của Đại học Georgia ở Athens.</i></p> <p>Sử dụng <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> để xác định một hiệp hội cụ thể, chẳng hạn như hiệp hội nhà hàng. Khi tìm kiếm trên web các số liệu thống kê hoặc xu hướng của ngành, hãy thêm cụm từ tìm kiếm “và số liệu thống kê” hoặc “và xu hướng”. Ví dụ: nếu quan tâm đến số liệu thống kê liên quan đến nhà hàng, hãy nhập “nhà hàng và số liệu thống kê”. Hoặc, nếu quan tâm đến xu hướng, hãy nhập “nhà hàng và xu hướng”.</p>

Nhiều chuyên gia tiếp thị đồng ý rằng một khi doanh nghiệp đã xác định được thị trường mục tiêu và xác định vị trí sản phẩm mong muốn, thì tất cả các thành phần khác trong tiếp thị sẽ hiện ra rõ ràng hơn. Định vị sản phẩm đề cập đến cách người tiêu dùng nhận định sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn so với đối thủ cạnh tranh. Việc định vị có thể dựa trên các thuộc tính sản phẩm (chẳng hạn như giá cả, chất lượng, sự tiện lợi, công nghệ cao) hoặc dịp sử dụng (quán cà phê hoạt động sáng sớm so với quán cà phê hoạt động đêm khuya) hoặc phân loại người dùng (nhà hàng tập trung vào “thân thiện với gia đình”, hoặc “hẹn hò ban đêm” hay “nhân viên làm công ban ngày”). Mặc dù mọi người luôn hướng tới vị trí giá thấp nhất, nhưng vị trí này thường khó duy trì. Khả năng tạo ra sự khác biệt giữa doanh nghiệp của bạn so với đối thủ cạnh tranh theo hướng có ý nghĩa đối với người tiêu dùng, chính là chìa khóa dẫn đến thành công lâu dài.

**Định vị Sản phẩm**

Khi vị trí sản phẩm mong muốn được xác định, nó phải được giao tiếp rõ ràng tới thị trường mục tiêu của bạn. Khái niệm ban đầu về định vị chỉ ra

*Định vị không phải là những gì bạn làm với một sản phẩm. Định vị là những gì bạn làm đối với tâm trí của khách hàng tiềm năng. Tức là bạn định vị sản phẩm trong tâm trí của khách hàng tiềm năng. 1*

Một thuật ngữ thường được sử dụng trong định vị sản phẩm kết hợp là điểm bán hàng độc nhất (Unique Selling Proposition - USP). Về cơ bản, USP chuyển đổi thuộc tính sản phẩm thành lợi ích đáp ứng nhu

<sup>1</sup> Al Ries and Jack Trout. Định vị: Trận chiến cho Tâm trí bạn (McGraw-Hill Education. 2001).

## CHƯƠNG 2: TÍNH KHẢ THI THỊ TRƯỜNG

### Định vị Sản phẩm

cầu của khách hàng. Thường được trình bày trong một câu slogan, USP có thể cực kỳ hữu ích trong việc phân biệt một sản phẩm hoặc dịch vụ với một loạt các dịch vụ cạnh tranh. Một vài ví dụ có thể giúp giải thích khái niệm này như sau.

- Một cửa hàng quần áo phụ nữ ở một thị trấn nhỏ tìm cách tạo sự khác biệt với những cửa hàng buôn bán đại trà ở địa phương, cửa hàng quần áo giảm giá và cửa hàng bách hóa đô thị. Một USP phù hợp sẽ là *Babette's Boutique nâng cao phong cách của bạn qua việc cung cấp các phụ kiện và thời trang đi đầu.*
- Một đại lý bất động sản có thể phục vụ phân khúc thị trường người Latinh đang phát triển thông qua việc cung cấp các lớp dạy kiến thức cơ bản về mua nhà với các giảng viên nói tiếng Tây Ban Nha. *Su Casa Realty: Trao quyền cho bạn để mua thành công một ngôi nhà mới.*
- Một cơ sở xử lý hóa chất có thể nhấn mạnh tính linh hoạt trong các hoạt động của mình. *Cần các hợp chất hóa học tùy chỉnh, hãy gọi cho ChemCare ở Canton.*

### Dự báo Bán hàng

Tất cả các nghiên cứu liên quan đến thị trường mục tiêu, cạnh tranh và định vị sẽ là một thành phần quan trọng trong việc dự đoán doanh số bán hàng. Hãy tính đến việc doanh nghiệp của bạn là doanh nghiệp mới và doanh số bán hàng có thể thay đổi theo mùa. Công thức cơ bản để ước tính doanh thu là:

#### *Tiềm năng Thị trường x Ý định Mua hàng Trung bình x Giá Đơn vị*

Tiềm năng thị trường hoặc tổng quy mô thị trường cho doanh nghiệp của bạn phải được xác định trong quá trình nghiên cứu ban đầu. Ngoài ra, giá đơn vị sẽ được tính như một phần của đánh giá khả năng tài chính. Ý định mua hàng trung bình có thể sẽ cần được tính toán dựa trên phản hồi đối với nghiên cứu cơ bản hoặc dữ liệu ngành. Sau khi tinh chỉnh khái niệm kinh doanh, xác định thị trường mục tiêu và ước tính cơ cấu giá, thì ý định mua hàng có thể được xác định một cách chắc chắn. Sau đây là ví dụ chi tiết về cuộc khảo sát qua điện thoại của một dịch vụ chăm sóc cỏ/ cảnh quan tiềm năng.

**Concept Sản phẩm:** Để cung cấp dịch vụ bảo trì kịp thời và đầy đủ cho các khu dân cư và khu thương mại với các dịch vụ tùy chọn theo mùa.

**Dịch vụ:** Dịch vụ cắt cỏ hàng tuần (9 tháng), bảo dưỡng cây và bụi cây hàng tháng (10 tháng), làm cỏ & bón phân (2 lần mỗi năm), trồng cây theo mùa (4 lần mỗi năm).

**Tiềm năng Tiếp thị:** Bốn quận ngoại thành; 100.000 hộ gia đình (đơn lẻ, biệt lập), nhưng nhắm mục tiêu đến các khu vực có thu nhập trung bình cao, tập trung nhiều gia đình trẻ, những người có thể không có thời gian để chăm sóc bãi cỏ của họ. Thị trường mục tiêu đã tinh chỉnh của các hộ gia đình có thu nhập vượt 50.000 USD mỗi năm và gia đình có trẻ em là 3.000 hộ gia đình mục tiêu.



**TRƯỜNG**

**Giá đơn vị (hợp đồng hàng năm):** 1.200 USD trả góp hàng tháng (không bao gồm vật liệu trồng trọt)

**Dự báo  
Bán hàng**

Một cuộc khảo sát qua điện thoại với 100 hộ gia đình đủ tiêu chuẩn hỏi xem mỗi hộ gia đình sẽ quan tâm đến việc mua các dịch vụ này như thế nào. Câu trả lời được ghi lại trong bảng sau.

Phản hồi	# phản hồi	Yếu tố Giảm phát*	Tần suất Điều chỉnh
Chắc chắn mua hàng	5	0.80	4.0
Có lẽ sẽ mua	10	0.50	5.0
Không chắc chắn	30	0.25	7.5
Có lẽ sẽ không mua	35	0.10	3.5
Chắc chắn sẽ không mua	20	0.00	0.0
<b>TỔNG CỘNG</b>	100		20.0

\*Thomas Nagle and Reed Holden. *Chiến lược và Chiến thuật Định giá* (Uppersad- dle, New Jersey: Prentice Hall, 1995).

Có nhiều lý do khiến người tiêu dùng có thể hoặc không hứng thú với việc mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Một số lý do có thể là tính sẵn dùng, mức độ nhận biết, giá cả hoặc dịp mua hàng, mỗi lý do đều liên quan đến các dịch vụ cạnh tranh. Do đó, các câu trả lời khảo sát cần phải được điều chỉnh cho các điều kiện thị trường này. Việc sử dụng yếu tố giảm phát đưa ra một ước tính thận trọng hơn về ý định mua hàng.

Trong trường hợp ví dụ về dịch vụ cắt cỏ của chúng tôi, nếu chiếm được 20% thị trường mục tiêu thì sẽ có 600 khách hàng (3.000 x 0,20 = 600). Với 600 khách hàng, mỗi người trả 1.200 USD phí thường niên, doanh thu sẽ bằng 720,000 USD.

Con số bán hàng này là một thành phần quan trọng trong đánh giá tính khả thi tài chính và quyết định tổng thể về tính khả thi của hoạt động kinh doanh. Ngoài ra, hãy nhớ rằng sẽ cần một khoảng thời gian để công ty dịch vụ cắt cỏ ở ví dụ trên đạt được 20% thị phần dự kiến.

Đây là một cách để dự đoán doanh số bán hàng. Kinh nghiệm liên quan đến ngành có thể giúp chủ doanh nghiệp mới xác định liệu dự báo doanh thu có khả thi trên thực tế hay không.

Phần tiếp theo của cuốn sách này đề cập đến việc phát triển một chiến lược tiếp thị. Chiến lược này sẽ tập trung chủ yếu vào thông tin thu thập được trong khi nghiên cứu tính khả thi của thị trường và sẽ được thực hiện sau khi thành lập doanh nghiệp mới. Phát triển một chiến lược tiếp thị trước khi bắt đầu kinh doanh là rất quan trọng để chuẩn bị ngân sách tiếp thị.

## CHƯƠNG 2: TÍNH KHẢ THI THỊ TRƯỜNG

---

### Dự báo Bán hàng

Ngân sách này dựa trên những công cụ tiếp thị nào sẽ được sử dụng, chi phí tiếp thị sẽ là bao nhiêu và khi nào các chương trình tiếp thị tích hợp sẽ được triển khai. Do đó, ngân sách tiếp thị sẽ có tác động đáng kể đến các dự báo tài chính được sử dụng để xác định tính khả thi về mặt tài chính. Theo thời gian, chiến lược tiếp thị và ngân sách sẽ thay đổi phù hợp với điều kiện thị trường.

### Chiến lược Tiếp thị

**T**rước khi bắt đầu kinh doanh, bạn nên lập kế hoạch tiếp thị doanh nghiệp của mình như thế nào để đạt được mục tiêu bán hàng. Chiến lược tiếp thị này sẽ vượt ra ngoài các hoạt động quảng cáo cơ bản. Bước này cũng sẽ bao gồm một bảng kế hoạch lịch trình tiếp thị chi tiết khi thực hiện các ý tưởng tiếp thị khác nhau và ngân sách phác thảo chi phí tương ứng. Lịch trình và ngân sách này sẽ dự báo chi phí tiếp thị trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh dự kiến và báo cáo lưu chuyển tiền tệ.

Hãy nhớ rằng một số hoạt động tiếp thị sẽ diễn ra trước khi doanh nghiệp khai trương, và những chi phí này được bao gồm trong chi phí trước khi khai trương thay vì trong dự kiến hàng tháng. Các hoạt động tiếp thị nên được giám sát thường xuyên về tính hiệu quả cũng như sự phù hợp liên tục của chúng với các điều kiện kinh doanh hiện đại. Các chiến lược và chiến thuật sẽ phát triển khi doanh nghiệp trưởng thành để đáp ứng với môi trường hoạt động.

### Tiếp thị Truyền thông

**C**hiến lược truyền thông là sự giao tiếp giữa doanh nghiệp và thị trường, bao gồm khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng. Giao tiếp với các nhóm khác bao gồm các cổ đông, cơ quan chính phủ (IRS, hội đồng phân vùng và các cơ quan quản lý khác). Do đó, cần xây dựng các chiến lược truyền thông một cách thận trọng để hỗ trợ các mục tiêu bán hàng và lợi nhuận tổng thể của doanh nghiệp. Các câu hỏi sau đây có thể hướng dẫn một doanh nghiệp mới phát triển chiến lược truyền thông tiếp thị:

- Bạn đang cố gắng truyền đạt thông điệp gì đến (các) thị trường mục tiêu của mình?
- Thông điệp của bạn nói gì về lợi ích của sản phẩm/dịch vụ, giá trị nhận được (lợi ích liên quan đến giá cả), so sánh với đối thủ cạnh tranh, cách mua sản phẩm/dịch vụ, cách liên hệ với bạn, v.v.?
- Đây có phải là một thông điệp hiệu quả cho thị trường mục tiêu không (những lợi ích này có quan trọng đối với họ không)? Các tiêu chí quyết định mua hàng là gì? Các thị trường khác nhau có yêu cầu các thông điệp khác nhau (nghĩa là tiếp thị đa văn hóa) không?

### TRƯỜNG

- Thông điệp có được truyền tải một cách hiệu quả không? Khi nào là thời điểm tốt nhất (thời gian trong ngày, tuần, tháng, năm hoặc liên quan đến một sự kiện cụ thể, v.v.) để đưa thông điệp này đến (các) thị trường mục tiêu? Các phương tiện truyền thông thích hợp (truyền hình, email, thư trực tiếp, v.v.) là gì?
- Bạn muốn doanh nghiệp của mình được nhìn nhận như thế nào thông qua thông điệp? Bạn đang cố gắng đạt được hình ảnh gì?
- Kết quả là bạn muốn (các) thị trường mục tiêu thực hiện hành động nào (liên hệ với bạn, ghé thăm cửa hàng, đặt lịch hẹn, truy cập trang web, hay đặt hàng, v.v.)?
- Những hoạt động tiếp thị nào mang lại hiệu quả tốt nhất cho tài chính (lợi tức đầu tư)?
- Hiệu quả của các hoạt động tiếp thị sẽ được theo dõi như thế nào? Thực tiễn nào tác động tích cực đến doanh số bán hàng?

Tiếp thị  
Truyền thông

Mục tiêu quan trọng là duy trì một thông điệp nhất quán xuyên suốt các chương trình và hoạt động tiếp thị khác nhau. Các chương trình nên được tích hợp để củng cố một hình ảnh hoặc thông điệp. Ví dụ, một trung tâm chăm sóc trẻ em có thể muốn nhấn mạnh các thành phần giáo dục trong các dịch vụ của mình. Do đó, thị trường mục tiêu sẽ bao gồm cha mẹ và người chăm sóc chính của trẻ mẫu giáo. Những lợi ích quan trọng đối với phân khúc này sẽ hoàn thiện sự sẵn sàng đi mẫu giáo thông qua một chương trình được công nhận, với đội ngũ nhân viên được đào tạo phù hợp, tài liệu chương trình học, vô vàn cơ hội để phụ huynh và/hoặc người giám hộ tương tác/hỗ trợ, và một môi trường học tập có hệ thống. Các phương tiện giao tiếp có thể gồm có quảng cáo trên báo địa phương hoặc bản tin khu phố. Các chương trình uy tín cũng biểu thị rằng một hội đồng đánh giá khu vực hoặc quốc gia đã xác nhận chương trình đó là đáng tin cậy. Thậm chí có thể hợp tác với một trung tâm chăm sóc trẻ em khác trong khu vực chuyên chăm sóc trẻ sơ sinh hoặc trong các chương trình mùa hè để hỗ trợ lẫn nhau. Việc nhấn mạnh vào chi phí hoặc địa điểm so với các khía cạnh giáo dục sẽ không nhất quán, mặc dù những điểm này có thể ảnh hưởng đến lựa chọn cuối cùng của khách hàng đối với trường mầm non.

Có nhiều cách khác nhau để tiếp thị một doanh nghiệp tới thị trường mục tiêu. Không cần phải “làm mọi thứ cho mọi người”. Chìa khóa quan trọng để tiếp thị thành công là tính hiệu quả. Chủ doanh nghiệp nên đánh giá các công cụ tiếp thị liên quan đến (các) thị trường mục tiêu và trong ngân sách tiếp thị hợp lý. Nên kết hợp nhiều công cụ tiếp thị, thực hiện, theo dõi và điều chỉnh khi thích hợp. Vì mọi người tiếp thu thông qua nhiều phương thức khác nhau (nghe, xem hoặc làm), nên sự kết hợp của các công cụ tiếp thị có thể hữu ích trong việc truyền bá thông điệp khắp thị trường tiềm năng. Việc sử dụng nhiều phương tiện tiếp thị cũng sẽ

Tiếp thị  
Hỗ trợ

củng cố một thông điệp qua những phần trình bày mới lạ.

## CHƯƠNG 2: TÍNH KHẢ THI THỊ TRƯỜNG

### Tiếp thị Hỗn hợp

Sau đây là danh sách các công cụ tiếp thị hỗn hợp (được in lại với sự cho phép của The McGraw-Hill Companies) từ cuốn Cách để Viết một Kế hoạch Tiếp thị Thành công (How to Write a Successful Marketing Plan) của Roman G. Hiebing và Scott W. Cooper, bản quyền năm 1997 và được xuất bản lần đầu bởi NTC Business Books.

#### Các công cụ Tiếp thị

- Sản phẩm (Product) - Là đối tượng hữu hình được tiếp thị tới thị trường mục tiêu của các công ty hàng tiêu dùng, bán lẻ và doanh nghiệp B2B. Với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ thì sản phẩm là một lợi ích hoặc lời đảm bảo trong tương lai.
- Xây dựng thương hiệu (Branding) - Là cách đặt tên cho sản phẩm, dịch vụ hoặc công ty. Thương hiệu hay tên gọi là nhãn hiệu mà người tiêu dùng liên tưởng đến sản phẩm của bạn. Vì lý do này, nhãn hiệu hoặc tên gọi sẽ giúp giao tiếp vị thế sản phẩm và câu chuyện của nó đối với người tiêu dùng.
- Bao bì (Packaging) - Đối với các nhà sản xuất, bao bì giữ gìn, bảo vệ sản phẩm và hỗ trợ truyền đạt các thuộc tính và hình ảnh của sản phẩm. Đối với các nhà bán lẻ và công ty dịch vụ, bao bì bảo vệ sản phẩm trong quá trình xử lý, lưu kho, vận chuyển, từ khi sản phẩm rời khỏi cơ sở sản xuất và phân phối đến tay người tiêu dùng (cửa hàng, văn phòng, v.v.), và nó giúp truyền đạt các thuộc tính và hình ảnh của công ty.
- Định giá (Pricing) - Là giá trị tiền tệ của sản phẩm. Giá trị tiền tệ thường bị chi phối bởi những gì thị trường mục tiêu hoặc người mua sẽ trả cho sản phẩm và những gì người bán hoặc công ty phải nhận lại để trang trải chi phí và tạo ra lợi nhuận.
- Bán hàng/Dịch vụ Cá nhân (Personal Selling/ Service) - Bán hàng cá nhân cho các công ty bán lẻ và dịch vụ, thường được gọi là “vận hành”, bao gồm tất cả các chức năng liên quan đến bán hàng và dịch vụ trong cửa hàng, văn phòng hoặc môi trường khác, chẳng hạn như chào mời tận nhà, bán hàng tại nhà và tiếp thị qua điện thoại. Điều này bao gồm tuyển dụng và quản lý nhân viên bán hàng, dự trữ hàng tồn kho, chuẩn bị sản phẩm để bán, trưng bày và bảo trì cơ sở, và dịch vụ tiếp theo cho khách hàng. Đối với các doanh nghiệp B2B và kinh doanh hàng hóa đóng gói, bán hàng cá nhân liên quan đến việc nhà sản xuất bán và cung cấp dịch vụ sản phẩm của mình cho thị trường thương mại và/hoặc thị trường trung gian (nhiều người mua sản phẩm trong kênh phân phối từ nhà sản xuất ban đầu đến người dùng cuối cùng). [Ghi chú của biên tập viên: Bán hàng qua Internet (còn được gọi là thương mại điện tử) cũng thuộc danh mục này.]

**Các công cụ Tiếp thị (tiếp theo)**

- Phân phối (Distribution) - Chúng ta định nghĩa phân phối là việc vận chuyển hàng hóa và dịch vụ từ nhà sản xuất hoặc người bán đến người dùng. Hoạt động phân phối phải đảm bảo sản phẩm tiếp cận được với (các) thị trường mục tiêu.
- Khuyến mãi/ Sự kiện (Promotion/ Events) - Khuyến mãi đưa ra thúc đẩy bổ sung, khuyến khích thị trường mục tiêu thực hiện một số hành vi gia tăng. Hành vi gia tăng dẫn đến doanh số bán hàng ngắn hạn tăng lên và/hoặc liên kết với sản phẩm (ví dụ như sử dụng sản phẩm hoặc trải nghiệm hướng đến sự kiện). Ngoài ra, khuyến mãi tập trung vào một mục tiêu ngắn hạn hơn.
- Thông điệp Quảng cáo (Advertising Message) - Là loại hình giao tiếp cung cấp thông tin và thuyết phục thông qua các phương tiện truyền thông phải trả tiền (truyền hình, đài phát thanh, tạp chí, báo, ngoài trời và thư trực tiếp) tạo nên thông điệp quảng cáo.
- Phương tiện Truyền thông Quảng cáo (Advertising Media) - Là phương tiện quảng cáo được trả tiền, không phải tại điểm mua hàng. Trong khi thông điệp quảng cáo là những gì được truyền đạt, thì phương tiện quảng cáo là cách nó được truyền tải.
- Trưng bày Hàng hóa (Merchandising) - Là hoạt động truyền thông phi phương tiện của công ty và/hoặc sản phẩm đến thị trường mục tiêu. Đây là phương pháp được sử dụng để truyền đạt thông tin về sản phẩm và khuyến mại. Trưng bày hàng hóa đưa ra tuyên bố bằng hình ảnh và/hoặc bằng văn bản về công ty của bạn thông qua một môi trường không phải là phương tiện truyền thông phải trả tiền, có hoặc không có giao tiếp cá nhân trực tiếp. Công cụ Trưng bày hàng hóa bao gồm brochure, tờ thông tin sản phẩm, banner, video giới thiệu, biểu ngữ, bảng thông tin gắn kệ, poster để bàn hoặc bất kỳ công cụ phi phương tiện nào khác có thể được sử dụng để truyền đạt thuộc tính sản phẩm, định vị, định giá hoặc thông tin khuyến mãi.
- Quảng bá (Publicity) - Là bất kỳ phương tiện truyền thông không trả tiền nào giúp xây dựng nhận thức của thị trường mục tiêu và ảnh hưởng tích cực đến thái độ đối với sản phẩm hoặc công ty của bạn. Quảng bá mang đến cho công ty hoặc sản phẩm của bạn một lợi ích không tìm thấy trong bất kỳ công cụ tiếp thị hỗn hợp nào khác. Vì quảng bá sử dụng giao tiếp phi thương mại nên nó bổ sung thêm một khía cạnh về tính hợp pháp không thể tìm thấy trong quảng cáo. Bạn cũng nên biết rằng quảng bá – điều chỉnh không gian và thời gian cho sản phẩm – chỉ là một phần của quan hệ công chúng. Quan hệ công chúng liên quan đến việc tạo thiện chí cho một tổ chức, không chỉ trong ngắn hạn mà còn liên quan đến các vấn đề dư luận trong dài hạn.

**Tiếp thị  
Hỗn hợp**



## CHƯƠNG 2: TÍNH KHẢ THI THỊ TRƯỜNG

### Tiếp thị Hỗn hợp

Hãy nhớ rằng sự kết hợp của các công cụ tiếp thị nên được điều chỉnh cho phù hợp với loại hình và địa điểm của một doanh nghiệp cụ thể; do đó, các công cụ được liệt kê không nhất thiết phải phù hợp với mọi doanh nghiệp. Một số công cụ sẽ hiệu quả hơn những cái khác tùy thuộc vào loại hình kinh doanh, thị trường mục tiêu và tính cạnh tranh. Hãy ghi nhớ mục tiêu nhất quán trong khi phát triển các công cụ tiếp thị hỗn hợp. Mặc dù sự kết hợp giữa các phương tiện truyền thông có thể hiệu quả, nhưng các thông điệp hỗn hợp thường không hiệu quả.

Vì các doanh nghiệp không hoạt động trong một môi trường tĩnh nên các chiến thuật tiếp thị cần được sửa đổi định kỳ để duy trì mức độ nhận biết “đầu tiên” của người tiêu dùng. Nghiên cứu tiếp thị nắm bắt và đánh giá sự cạnh tranh, xu hướng tiêu dùng, ý kiến và mức độ hài lòng của khách hàng sẽ giúp doanh nghiệp bắt nhịp với thị trường. Loại thông tin này sẽ hỗ trợ trong việc phân khúc thị trường, định vị sản phẩm, phát triển sản phẩm mới và các chiến lược tiếp thị khác. Chi phí tiếp thị, bao gồm quảng cáo, các sự kiện khuyến mãi, bán hàng, nghiên cứu, hoa hồng và các chi phí bán hàng khác, phải được hạch toán trong chi phí hoạt động của doanh nghiệp. Những hoạt động này ít nhất là cần thiết ở một mức độ nào đó để duy trì tính cạnh tranh và do đó, bạn cần phải xem xét khi xây dựng kế hoạch tiếp thị của mình.

Điều quan trọng đối với bất kỳ doanh nghiệp nào là theo dõi, ghi lại và lưu trữ những gì thu được từ kết quả đầu tư, đặc biệt là trong tiếp thị. Bằng cách này, chủ sở hữu doanh nghiệp sẽ có một bảng tổng hợp liên tục về chiến dịch nào thất bại và chiến dịch nào thành công, và anh ấy/cô ấy có thể phát hiện được những kiểu mẫu mới nổi. Dĩ nhiên bạn cần phải biết được cái gì đang hoạt động hiệu quả và kém hiệu quả, sau đó chuyển thời gian, tiền bạc từ hoạt động kém hiệu quả sang những hoạt động hiệu quả trước khi đưa ra các quyết định tiếp thị trong tương lai. Bắt đầu bằng cách thiết lập cơ sở khách hàng và hoạt động của bạn, sau đó theo dõi tất cả các hoạt động tiếp thị, sự kiện, quảng cáo cũng như số tiền và thời gian đã chi cho mỗi hoạt động. Tính tổng doanh số hoặc khách hàng mới theo đường cơ sở để phát hiện mức tăng. Bạn cũng có thể tìm ra cụ thể nhân viên đã dành bao nhiêu giờ để tiếp thị hoặc làm việc trong sự kiện này bằng cách tính tổng số người tham gia vào sự kiện. Bạn cũng nên cung cấp cho khách hàng một cụm từ khóa hoặc tên sự kiện mà họ có thể phản hồi (hoặc bạn có thể yêu cầu nhân viên dịch vụ khách hàng hỏi khách hàng đã biết về sự kiện này như thế nào và ở đâu). Trong mọi trường hợp, điều quan trọng là phải tìm ra hoạt động nào tạo ra nhiều doanh thu hơn so với hoạt động cần làm nhiều việc hơn nhưng có lợi nhuận thấp hơn để bạn có thể điều chỉnh các kế hoạch tiếp thị trong tương lai của mình. Nếu bạn cần trợ giúp để tạo một kế hoạch tiếp thị, hãy đặt lịch hẹn tại văn phòng SBDC địa phương của bạn.

**CHƯƠNG 3:  
TÍNH KHẢ THI TÀI  
CHÍNH**

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)



## CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI TÀI CHÍNH

---

Sau khi xác định được có một thị trường tiềm năng cho sản phẩm hoặc dịch vụ mới của bạn, bước tiếp theo là xác định tính khả thi tài chính của dự án này. Việc ước tính này bao gồm việc xác định số tiền cần để mở doanh nghiệp (chi phí một lần) và số tiền cần cho đến khi doanh nghiệp tạo ra đủ lượng tiền để tồn tại. Điểm cuối cùng trong quá trình đánh giá sẽ là quyết định xem tiềm năng lợi nhuận lâu dài có đáng với thời gian và nỗ lực cần thiết để đạt được điều đó hay không.

Trong giai đoạn khởi nghiệp, việc có đủ vốn lưu động trong ngắn hạn quan trọng hơn việc có lợi nhuận. Tuy nhiên, trong dài hạn, doanh nghiệp phải có cả lợi nhuận và lượng vốn lưu động thích hợp.

### Dự toán Chi phí Khởi sự Doanh nghiệp

Bước đầu tiên trong quy trình này là xây dựng danh sách tất cả các đầu mục cần thiết trước khi "mở cửa" doanh nghiệp và phục vụ khách hàng. Danh sách này nên bao gồm tất cả các tài sản vốn như đất đai, văn phòng, hàng tồn kho, thiết bị và cải tạo nơi thuê. Vốn lưu động cũng cần được tính toán. Các mẫu ở các trang sau của cuốn sách này sẽ làm rõ các phép tính cơ bản để ước tính yêu cầu vốn cho việc khởi đầu một doanh nghiệp mới.

Bảng tính có tiêu đề "Chi phí một lần cần để mở một doanh nghiệp" liệt kê các chi phí một lần thường gặp mà các doanh nhân gặp phải khi khởi đầu một doanh nghiệp. Hãy tùy chỉnh bảng tính này cho phù hợp với doanh nghiệp cụ thể của bạn. Thu thập ít nhất ba ước tính cho các chi phí chính để hỗ trợ tất cả các số liệu.

Nhiều doanh nhân nghĩ rằng có đủ tiền để chi trả các khoản chi phí ban đầu là đủ để mở cửa doanh nghiệp. Tuy nhiên, điều này không phải là sự thật. Để tiếp tục hoạt động doanh nghiệp sau khi khởi đầu, cần có đủ vốn để duy trì hoạt động. Các khoản vốn bổ sung này, được gọi là "vốn lưu động" hoặc "vốn hoạt động", bao gồm các chi phí hàng ngày mà doanh nghiệp phải chịu. Cho đến khi doanh nghiệp tạo ra đủ doanh thu để tự duy trì, vốn lưu động phải được tài trợ từ các nguồn khác (ví dụ: tiền cá nhân, nợ vay).

Một yếu tố quan trọng của vốn lưu động là thanh toán lương, bao gồm lương của chủ sở hữu và nhân viên. Bảng tính thứ hai có tiêu đề "Chi phí cá nhân hàng tháng" sẽ giúp tính toán yêu cầu về lương. Bây giờ không phải là lúc cho rằng bạn có thể sống tiết kiệm hơn so với trước đây. Hãy cố gắng ước tính chi phí một cách thực tế, có thể sử dụng một con số cao hơn so với thực sự cần. Nói một cách khác, nếu hóa đơn điện thoại được ước tính từ 100 đến 150 USD mỗi tháng, hãy sử dụng 150 USD cho việc ước tính. Việc tuân thủ hướng dẫn này sẽ tránh tình trạng thiếu hụt tiền mặt cho các chi phí của hộ gia đình.

**CHÍNH**

<b>Chi phí một lần cần để mở một doanh nghiệp</b>	
Các chi phí kế toán.....	\$ _____
Các chi phí pháp lý.....	\$ _____
Các chi phí thiết kế.....	\$ _____
Các chi phí chuyên nghiệp khác.....	\$ _____
Giấy đăng ký và giấy phép.....	\$ _____
Các khoản đặt cọc cho các tiện ích.....	\$ _____
Tiền cọc thuê mặt bằng.....	\$ _____
Đất đai.....	\$ _____
Tòa nhà.....	\$ _____
Chuẩn bị mặt bằng.....	\$ _____
Lắp đặt điện thoại.....	\$ _____
Thiết bị.....	\$ _____
Nội thất và thiết bị cố định.....	\$ _____
Lắp đặt Nội thất và thiết bị cố định.....	\$ _____
Hàng tồn kho.....	\$ _____
Văn phòng phẩm.....	\$ _____
Vận hành.....	\$ _____
Quảng cáo và khuyến mãi trước khi khai trương	\$ _____
Khác.....	\$ _____
<b>Tổng các khoản chi phí một lần.....</b>	<b>\$ _____</b>

**Dự toán Chi phí  
Khởi sự Doanh nghiệp**

www.georgiasbdc.org



## CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI TÀI CHÍNH

Dự toán Chi phí  
Khởi sự Doanh nghiệp

### Các khoản chi phí cá nhân hàng tháng

#### Nhà

Trả tiền nhà hoặc tiền thuê nhà .....	\$ _____
Bảo trì và sửa chữa.....	\$ _____
Bảo hiểm nhà hoặc nhà thuê.....	\$ _____
An ninh.....	\$ _____
Khử côn trùng.....	\$ _____
Điện.....	\$ _____
Ga.....	\$ _____
Nước.....	\$ _____
Điện thoại nhà.....	\$ _____
Điện thoại di động.....	\$ _____
Phí internet.....	\$ _____
Truyền hình cáp.....	\$ _____
Chăm sóc cỏ.....	\$ _____
Thuế bất động sản.....	\$ _____
Thực phẩm.....	\$ _____
Quần áo.....	\$ _____
Bảo hiểm y tế.....	\$ _____
Chi phí y tế.....	\$ _____
Vật tư hộ gia đình.....	\$ _____
Giải trí.....	\$ _____
Thẻ tín dụng 1.....	\$ _____
Thẻ tín dụng 2.....	\$ _____
Du lịch.....	\$ _____
Phí thành viên/ Đăng ký.....	\$ _____
Quyên góp.....	\$ _____
Linh tinh.....	\$ _____
Khác.....	\$ _____
Khác.....	\$ _____

**CHÍNH**

**Dự toán Chi phí  
Khởi sự Doanh nghiệp**

**Các khoản chi phí cá nhân hàng tháng (tiếp tục)**

Ô tô

Thanh toán khoản vay 1..... \$\_\_\_\_\_

Thanh toán khoản vay 2..... \$\_\_\_\_\_

Bảo hiểm 1 ..... \$\_\_\_\_\_

Bảo hiểm 2 ..... \$\_\_\_\_\_

Bảo trì và sửa chữa ..... \$\_\_\_\_\_

Xăng dầu..... \$\_\_\_\_\_

Thẻ ..... \$\_\_\_\_\_

**TỔNG CÁC KHOẢN CHI PHÍ HÀNG THÁNG \$\_\_\_\_\_**

**TRỪ:**

Thu nhập từ các nguồn khác.....\$\_\_\_\_\_

**BẰNG:**

Chi phí sinh hoạt cá nhân  
được chi trả bởi doanh nghiệp .....\$\_\_\_\_\_

**CỘNG:**

Thuế (liên bang, tiểu bang, địa phương) ....\$\_\_\_\_\_

**BẰNG:**

Việc yêu cầu về lương được tính toán trong bảng tính trước sẽ được sử dụng trong bảng tính kế tiếp: "Chi phí kinh doanh trong một tháng". Bảng tính này sẽ giúp xác định nhu cầu vốn lưu động tương đối của doanh nghiệp mới. Bảng tính chi phí kinh doanh là một điểm khởi đầu để đánh giá yêu cầu vốn ban đầu cho việc khởi động doanh nghiệp. Vì khối lượng hàng bán ảnh hưởng đến một số chi phí (chi phí biến đổi), hãy giả sử một mức độ bán hàng nhất định cho một tháng *trung bình* cũng như một mức độ ổn định của sản phẩm tồn kho.

## CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI TÀI CHÍNH

### Dự toán Chi phí Khởi sự Doanh nghiệp

#### Chi phí kinh doanh trong một tháng

Lương của chủ sở hữu (xem bảng tính chi phí cá nhân hàng tháng) .....\$ \_\_\_\_\_

Lương nhân viên.....\$ \_\_\_\_\_

Thuế thu nhập.....\$ \_\_\_\_\_

Quảng cáo/ Tiếp thị.....\$ \_\_\_\_\_

Phí kế toán/ pháp lý.....\$ \_\_\_\_\_

Vật liệu hoặc hàng tồn kho (giả định doanh số bình quân trong một tháng) .....\$ \_\_\_\_\_

Vận hành.....\$ \_\_\_\_\_

Văn phòng phẩm.....\$ \_\_\_\_\_

Thuê mặt bằng.....\$ \_\_\_\_\_

Cho thuê thiết bị.....\$ \_\_\_\_\_

Tiện ích.....\$ \_\_\_\_\_

Điện thoại/ Điện thoại di động.....\$ \_\_\_\_\_

Thanh toán nợ vay (bao gồm tiền lãi) .....\$ \_\_\_\_\_

Bảo hiểm.....\$ \_\_\_\_\_

Thuế/ Giấy phép.....\$ \_\_\_\_\_

Bảo trì và sửa chữa.....\$ \_\_\_\_\_

Phí ngân hàng/ phí thẻ tín dụng (dựa trên doanh số bình quân một tháng) .....\$ \_\_\_\_\_

Phí bảo vệ.....\$ \_\_\_\_\_

Khác.....\$ \_\_\_\_\_

**TỔNG CHI PHÍ KINH DOANH CHO MỘT THÁNG \$ \_\_\_\_\_**

**CHÍNH**

Sau khi xác định "chi phí một lần" và "chi phí kinh doanh trung bình trong một tháng", áp dụng một quy tắc chung để tính toán số tiền xấp xỉ cần thiết để bắt đầu doanh nghiệp. Việc tăng ngân quỹ để trang trải từ ba đến chín tháng của chi phí hoạt động là khôn ngoan, tùy thuộc vào loại hình doanh nghiệp đang khởi đầu và dòng tiền dự kiến. Trong bảng dưới đây, hệ số chi phí kinh doanh hàng tháng sẽ được nhân với số tháng dự kiến thực hiện cho đến khi doanh thu vượt qua chi phí hàng tháng.

**Dự toán Chi phí  
Khởi sự Doanh nghiệp**

Các chi phí một lần     \$ \_\_\_\_\_

**CỘNG**

Chi phí kinh doanh trong một tháng  
nhân với (3 đến 9 tháng)     \$ \_\_\_\_\_

**BẢNG**

Số tiền xấp xỉ cần thiết..... \$ \_\_\_\_\_

Trước khi tiếp tục theo đuổi ý tưởng của mình, bạn nên phân tích tổng số vốn cần thiết để bắt đầu doanh nghiệp so với số vốn bạn đã có và số vốn có thể sử dụng. Nếu bạn đang tìm kiếm nguồn vốn bên ngoài cho dự án của mình, Chương 5 trong cuốn sách này sẽ cung cấp một số thông tin quan trọng.

## CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI TÀI CHÍNH

### Phát triển Dự báo Tài chính

Sau khi tính toán các khoản chi phí khởi nghiệp, bước tiếp theo trong xác định tính khả thi tài chính là phát triển dự báo tài chính. Những dự báo này sẽ cho thấy doanh nghiệp có tiềm năng kiếm được bao nhiêu lợi nhuận. Bảng cân đối kế toán, báo cáo lợi nhuận dự kiến và báo cáo lưu chuyển tiền tệ có thể hoạt động như một bảng điểm cho một doanh nghiệp mới. Các báo cáo tài chính dự kiến sẽ cho thấy tình hình kinh doanh của doanh nghiệp đối với tính khả thi về lợi nhuận, tính thanh khoản (tiền mặt có sẵn) và khả năng thanh toán (khả năng thanh toán các khoản nợ).

### BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Bảng cân đối kế toán là một khái niệm tương đối đơn giản. Nó có thể được tóm tắt bằng phương trình kế toán Tài sản = Nợ + Vốn chủ sở hữu. Ví dụ, giả sử một doanh nghiệp hoạt động trong một văn phòng trị giá 100.000 USD. Đã trả trước một khoản là 20.000 USD, còn lại là một khoản vay 80.000 USD. Dựa vào vào công thức kế toán trên bảng cân đối kế toán, để có một tài sản trị giá 100.000 USD, cần một khoản nợ 80.000 USD và 20.000 USD là vốn chủ sở hữu. Trong tổng tài sản, vốn chủ sở hữu là phần của tài sản được sở hữu, và nợ là phần của tài sản mà được tạo ra từ tiền vay.

Bảng cân đối kế toán đại diện cho trạng thái của doanh nghiệp tại một thời điểm cụ thể, do đó, nó cung cấp một cái nhìn tổng quan về sức khỏe tài chính của doanh nghiệp. Các yếu tố của bảng cân đối kế toán được xác định như sau:

**Tài sản** - Tài sản là bất kỳ tài sản hữu hình hoặc vô hình nào có giá trị và có thể được sử dụng bởi doanh nghiệp của bạn. Tài sản thường được phân loại thành tài sản lưu động, tài sản cố định hoặc tài sản khác. Tài sản lưu động là tài sản có thể chuyển thành tiền mặt trong chu kỳ 12 tháng. Các tài sản lưu động phổ biến nhất là tiền mặt, phải thu và hàng tồn kho. Tài sản cố định là tài sản sẽ được sử dụng trong hơn một năm, bao gồm thiết bị, nội thất và trang thiết bị, đất đai và văn phòng. Các tài sản khác là tài sản không thuộc danh mục tài sản lưu động và tài sản cố định, chẳng hạn như bằng sáng chế và giá trị thương hiệu.

**Nợ** - Nợ là các khoản nợ phát sinh bởi doanh nghiệp và nợ khác. Nợ có thể được mô tả là nợ ngắn hạn hoặc nợ dài hạn. Nợ ngắn hạn là khoản phải trả trong vòng 12 tháng. Ví dụ về nợ ngắn hạn bao gồm phải trả, thuế và các khoản nợ dài hạn đến hạn phải trả của bạn. Nợ dài hạn là khoản nợ có thời gian trả nợ vượt quá một năm. Ví dụ về nợ dài hạn bao gồm thế chấp, nợ phải trả, khoản vay thiết bị và khoản vay đối với cổ đông.



### TÀI CHÍNH

**Vốn chủ sở hữu** - Vốn chủ sở hữu bao gồm khoản đầu tư ban đầu vào doanh nghiệp, bất kỳ lợi nhuận nào doanh nghiệp kiếm được mà doanh nghiệp giữ lại (lợi nhuận giữ lại), và bất kỳ khoản đầu tư bổ sung nào vào doanh nghiệp.

**Phát triển  
Dự báo Tài chính**

Bảng cân đối kế toán mẫu cho thấy nguồn tiền để khởi đầu doanh nghiệp đến từ đâu và được sử dụng như thế nào. Bảng tính tiếp theo có thể dùng làm cơ sở cho bảng cân đối kế toán dự kiến của bạn. Mẫu này chỉ nên là một ví dụ tổng quát, hãy điều chỉnh để đáp ứng với các nhu cầu và độ phức tạp cụ thể của doanh nghiệp bạn. Nên hoàn thành bảng cân đối kế toán dựa trên cách doanh nghiệp sẽ trông như thế nào vào ngày mở cửa. Bài tập này sẽ cho thấy doanh nghiệp sở hữu những gì và đang nợ như thế nào vào thời điểm sơ khởi.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)



## CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI TÀI CHÍNH

Phát triển  
Dự báo Tài chính

Cửa hàng quà tặng SBDC “R” Us  
Tại thời điểm 31/12, XXXX

TÀI SẢN	NỢ PHẢI TRẢ VÀ VỐN CSH
<u>Tài sản ngắn hạn</u>	<u>Nợ ngắn hạn</u>
Tiền mặt .....5.000 USD	Các khoản phải trả 12.000 USD
Các khoản phải thu..... 3.000	Thuế bán hàng phải trả 300
Hàng tồn kho ..... <u>50.000</u>	Nợ dài hạn đến hạn trả <u>4.000</u>
Tổng tài sản ngắn hạn.... 58.000	Tổng nợ ngắn hạn 16.300
<u>Tài sản cố định</u>	<u>Nợ dài hạn</u>
Trang thiết bị..... 15.000	Nợ trang thiết bị phải
Nội thất & thiết bị cố định.... 50.000	trả ..... 30.000
Khấu hao lũy kế ít hơn ( <u>30.000</u> )	
Tổng tài sản cố định..... 35.000	Tổng nợ phải trả 46.300
	<u>Vốn chủ sở hữu</u>
	Vốn chủ sở hữu đầu tư 20.000
	Lợi nhuận giữ lại ..... <u>26.700</u>
	Tổng vốn chủ sở hữu 46.700
	<b>TỔNG NỢ PHẢI TRẢ</b>
<b>TỔNG TÀI SẢN.....93.000</b>	<b>VÀ VỐN CSH</b>
	..... 93.000

www.georgiasbdc.org





## CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI TÀI CHÍNH

### Phát triển Dự báo Tài chính

### BÁO CÁO KẾT QUẢ KINH DOANH

Báo cáo kết quả kinh doanh mô tả mức độ sinh lợi (hoặc sụt giảm) của một doanh nghiệp trong một khoảng thời gian cụ thể. Báo cáo kết quả kinh doanh có thể bao gồm bất kỳ khoảng thời gian nào, nhưng thường bao gồm tháng, quý hoặc năm. Báo cáo kết quả kinh doanh chi tiết về doanh thu (tiền vào) và chi phí (tiền ra) của doanh nghiệp trong một khoảng thời gian cụ thể. Dưới đây là những yếu tố thông thường của một báo cáo kết quả kinh doanh:

**Doanh thu** - Đây là dòng tiền vào của doanh nghiệp từ việc bán sản phẩm hoặc dịch vụ. Phương pháp kế toán được chọn sẽ quyết định tháng nào doanh thu xuất hiện trên báo cáo kết quả kinh doanh. (Các phương pháp kế toán được mô tả chi tiết trong Chương 7 của cuốn sách này). Khi sử dụng phương pháp tiền mặt, doanh thu được báo cáo khi thực thu. Khi sử dụng phương pháp dồn tích, doanh thu được công nhận khi quá trình dự thu hoàn tất, bất kể tiền mặt đã thực thu hay chưa. Một kế toán viên công chứng được cấp phép có thể giúp xác định phương pháp kế toán phù hợp nhất cho doanh nghiệp của bạn.

**Chi phí hàng bán** - Là các sản phẩm mà doanh nghiệp của bạn đã bán trong một khoảng thời gian cụ thể. Điều này không nhất thiết phải là sản phẩm mua vào trong khoảng thời gian đó, vì có thể có hàng tồn kho còn lại từ kỳ trước. Ngoài ra, không phải tất cả hàng hóa có sẵn để bán đều được bán trong khoảng thời gian cụ thể đó. Có một công thức tiêu chuẩn để xác định chi phí hàng bán. Công thức đó như sau:

	Tồn kho đầu kỳ
CỘNG (+)	<u>Mua hàng</u>
	Hàng có sẵn để bán
TRỪ (-)	<u>Tồn kho cuối kỳ</u>
BẰNG (=)	Chi phí bán hàng

**Lợi nhuận gộp** - Doanh thu trừ chi phí hàng bán gọi là lợi nhuận gộp. Lợi nhuận gộp là một chỉ số tốt dùng để đánh giá hành vi mua hàng và định giá. Định giá quá thấp hoặc mua hàng với giá quá cao có thể làm giảm lợi nhuận gộp. Hãy kiểm tra theo tiêu chuẩn ngành nghề để so sánh.

**Chi phí hoạt động** - Đây là các chi phí ngoại trừ chi phí hàng bán, liên quan đến việc tạo lợi nhuận thông qua việc bán hàng và cung cấp dịch vụ. Những chi phí này có thể là cố định (ổn định) hoặc thay đổi từ tháng này qua tháng khác. Chi phí biến đổi trực.

### TÀI CHÍNH

tiếp tương quan với sự thay đổi của doanh thu. Khi doanh thu tăng, những chi phí này cũng tăng, và khi doanh thu giảm, những chi phí này giảm. Chi phí cố định không bị ảnh hưởng bởi sự thay đổi doanh thu. Ví dụ về chi phí biến đổi có thể là hoa hồng và phí thẻ tín dụng. Ví dụ về chi phí cố định bao gồm tiền thuê mặt bằng, tiền lương và các khoản phí chuyên nghiệp.

Phát triển  
Dự báo Tài chính

**Lợi nhuận hoạt động** - Lợi nhuận hoạt động là lợi nhuận gộp trừ chi phí hoạt động. Lợi nhuận hoạt động là lợi nhuận kiếm được trong quá trình hoạt động sản xuất bình thường.

**Thu nhập và chi phí khác** - Thu nhập và chi phí khác không thuộc phạm vi hoạt động hàng ngày. Ví dụ về thu nhập khác có thể là lãi từ chứng khoán bán được và cổ tức kiếm được từ sự đầu tư. Một ví dụ về chi phí khác có thể là lãi suất vay.

**Lợi nhuận trước thuế** - Lợi nhuận trước thuế là lợi nhuận hoạt động trừ thu nhập và chi phí khác.

**Lợi nhuận ròng** - Lợi nhuận ròng là lợi nhuận trước thuế trừ thuế.

Trang sau là một mẫu báo cáo kết quả kinh doanh.





## CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI TÀI CHÍNH

Phát triển  
Dự báo Tài chính

### BÁO CÁO KẾT QUẢ KINH DOANH

Doanh thu.....	150.000 USD
Chi phí bán hàng .....	<u>70.000</u>
Lợi nhuận gộp .....	80.000 USD
<u>Chi phí hoạt động:</u>	
Các khoản phí kế toán.....	250
Quảng cáo .....	4.500
Các khoản phí ngân hàng/ thẻ tín dụng.....	3.000
Khấu hao .....	5.000
Thanh toán lương nhân viên .....	12.500
Bảo hiểm.....	750
Các khoản phí pháp lý.....	250
Bảo trì và sửa chữa .....	250
Các khoản khác .....	300
Văn phòng phẩm.....	1.200
Tiền lương các viên chức.....	20.000
Vận hành .....	3.000
Thuế thu nhập cá nhân .....	3.580
Tiền thuê .....	12.000
An ninh.....	360
Thuế và giấy phép .....	220
Điện thoại .....	1.500
Tiện ích.....	<u>1.800</u>
Tổng chi phí hoạt động.....	70.460 USD
Lợi nhuận hoạt động.....	9.540
<u>Thu nhập và chi phí khác:</u>	
Chi phí lãi vay .....	1.750
Lợi nhuận trước thuế.....	7.790
Thuế.....	1.700
Lợi nhuận sau thuế.....	6.090 USD

**CHÍNH**

Thông thường thì cần ít nhất hai năm dự báo thu nhập và chi phí để xác định khả năng sinh lời tiềm năng và nhu cầu vốn lưu động. Dự báo bảng kết quả kinh doanh là bước đầu tiên để xác định cách dòng tiền sẽ lưu thông qua doanh nghiệp của bạn. Thông tin từ bảng kết quả kinh doanh sẽ giúp tạo ra dự báo dòng tiền. Khuyến nghị bạn nên chuẩn bị cả hai báo cáo dự báo theo cơ sở hàng tháng.

**Phát triển  
Dự báo Tài chính**

**BÁO CÁO LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ**

Thường thì doanh nghiệp của bạn có thể sinh lợi ngay trong thời gian ngắn nhưng lại gặp phải tình trạng dòng tiền âm; tức là, số tiền cần được thanh toán ra khỏi doanh nghiệp nhiều hơn số tiền đang được thu vào. Do đó, việc quan trọng là hiểu được cách dòng tiền lưu thông trong doanh nghiệp của bạn. Báo cáo lưu chuyển tiền tệ sẽ ghi nhận lại quá trình này.

Có hai phương pháp để phát triển báo cáo lưu chuyển tiền tệ: phương pháp gián tiếp và phương pháp trực tiếp. Phương pháp gián tiếp lấy lợi nhuận ròng từ bảng kết quả kinh doanh và điều chỉnh nó dựa trên sự thay đổi trong các tài khoản bảng cân đối kế toán trong khoảng thời gian nhất định để cho bạn dòng tiền thực tế. Đối với mục đích của cuốn sách này, chúng tôi sẽ tập trung vào phương pháp trực tiếp vì nó dễ hiểu hơn và cho thấy mối liên kết trực tiếp giữa tiền mặt đi vào hoặc ra từ hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính và hoạt động đầu tư. Kế toán viên có thể cung cấp thông tin thêm về phương pháp gián tiếp.

Tiền mặt từ hoạt động là kết quả của dòng tiền đi vào doanh nghiệp và dòng tiền ra khỏi doanh nghiệp được tạo ra bởi hoạt động kinh doanh bình thường hàng ngày. Dòng tiền đi vào doanh nghiệp đến từ hoạt động kinh doanh là tiền mặt từ việc bán thu tiền mặt trong một khoảng thời gian nhất định và từ các tài khoản phải thu thực tế thu được trong khoảng thời gian đó. Dòng tiền ra khỏi doanh nghiệp do hoạt động kinh doanh bao gồm các khoản chi phí thông thường như mua hàng tồn kho, chi phí tiền lương và các chi phí hoạt động như tiền thuê, tiện ích, v.v.

Dòng tiền từ hoạt động tài chính là kết quả của tiền mặt nhận từ khoản vay hoặc tiền mặt chi trả cho các khoản nợ hoặc thanh toán một lần. Dòng tiền từ hoạt động đầu tư thường là tiền mặt nhận từ nhà đầu tư hoặc chủ sở hữu công ty hoặc tiền mặt chi trả cho các tài sản của công ty.

Khi ý tưởng kinh doanh phát triển, ước tính về lượng tiền mặt có sẵn trong sáu tháng để chi trả các chi phí có thể trở nên không chính xác. Dự báo dòng tiền hàng tháng sẽ cung cấp một ước tính chính xác hơn về số vốn lưu động cần thiết để duy trì hoạt động kinh doanh. Báo cáo

lưu chuyển tiền tệ sẽ là hướng dẫn chính để xác định nhu cầu dòng tiền.

## CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI TÀI CHÍNH

---

### Phát triển Dự báo Tài chính

Mẫu sau có thể được sử dụng để phát triển dự báo dòng tiền riêng của bạn. Mẫu này chỉ là một hướng dẫn và nên được điều chỉnh phù hợp với doanh nghiệp của bạn. Bảng dự báo dòng tiền sẽ cho thấy khi nào sẽ có thiếu hụt tiền mặt và mức độ lớn của việc thiếu hụt tiền mặt trước khi doanh nghiệp thu được đủ tiền mặt để tồn tại. Nếu ước tính tiền mặt bị âm, bạn phải tìm cách đảm bảo tiền mặt từ các lựa chọn tài chính hoặc đầu tư để bù đắp lượng tiền mặt bị thiếu hụt. Trong thời gian ngắn, dòng tiền là điều quan trọng nhất. Trong thời gian dài, tính sinh lợi cũng quan trọng.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

**CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI  
TÀI CHÍNH**

**Dự báo dòng tiền hàng tháng  
DOANH NGHIỆP CỦA BẠN  
Tháng 1 đến Tháng 12, 20XX**

	Tháng 1	Tháng 2	Tháng 3	Tháng 4	Tháng 5	Tháng 6	v.v...
Dòng tiền thu từ hoạt động kinh doanh							
Bán hàng bằng tiền mặt							
Các khoản phải thu							
Thu khác							
Tổng dòng tiền thu từ hoạt động kinh doanh							
Dòng tiền thu từ hoạt động tài chính hoặc đầu tư							
Vay ngân hàng							
Đầu tư của chủ sở hữu							
Khác							
Tổng dòng tiền thu từ hoạt động tài chính							
<b>TỔNG DÒNG TIỀN VÀO</b>							
Dòng tiền ra từ hoạt động kinh doanh							
Mua hàng/ tồn kho							
Chi phí kế toán							
Quảng cáo							
Các khoản phí ngân hàng/ thẻ tín dụng							
Thanh toán lương nhân viên							
Bảo hiểm							
Các khoản phí pháp lý							
Bảo trì và sửa chữa							
Văn phòng phẩm							
Tiền lương các viên chức							
Vận hành							
Thuế thu nhập cá nhân							
Tiền thuê							
An ninh							
Thuế và giấy phép							

## **CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI TÀI CHÍNH**

---

### **Dự báo dòng tiền hàng tháng**

#### **DOANH NGHIỆP CỦA BẠN** **Tháng 1 đến Tháng 12, 20XX** **(Tiếp tục)**

	Tháng 1	Tháng 2	Tháng 3	Tháng 4	Tháng 5	Tháng 6	v.v.
Điện thoại							
Tiện ích							
Các khoản khác							
Tổng dòng tiền chi từ hoạt động kinh doanh							
Dòng tiền chi từ hoạt động tài chính hoặc đầu tư							
Thanh toán các khoản vay							
Mua thiết bị							
Khác							
Tổng dòng tiền chi từ hoạt động tài chính hoặc đầu tư							
Tổng dòng tiền từ hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính và đầu tư							
Dòng tiền ròng							
Số dư đầu kỳ							
Dòng tiền tích lũy							

**CHÍNH****Đánh giá  
Báo cáo  
Tài chính**

**C**ó nhiều phương pháp khác nhau để phân tích tiềm năng thành công của một doanh nghiệp mới. Trong giai đoạn đầu, một doanh nghiệp chỉ nên cố gắng gánh khoản nợ có lợi (nghĩa là dòng tiền vào doanh nghiệp thông qua khoản vay nhiều hơn là chi phí phải trả). Ngoài ra, đừng quên các chi phí cơ hội khi vận hành doanh nghiệp; tức là, có thể kiếm được nhiều tiền hơn nếu làm điều gì đó khác, hoặc khoản tiền này có thể mang lại lợi nhuận tốt hơn nếu đầu tư vào nơi khác. Nếu kịch bản tốt nhất cho doanh nghiệp được đề xuất không đáp ứng các yêu cầu tài chính, hãy tìm kiếm cơ hội tiềm năng hơn.

Một yếu tố quan trọng khác để xác định tính khả thi tài chính là điểm hòa vốn. Điểm hòa vốn được xác định là mức doanh số bán hàng mà tại đó không có lợi nhuận hoặc lỗ. Tổng doanh thu bằng tổng chi phí. Nói cách khác, một doanh nghiệp sẽ không tạo ra lợi nhuận cho đến khi đạt được điểm hòa vốn. Câu hỏi cần được đặt ra là, liệu doanh nghiệp có thể tạo ra đủ doanh thu để vượt qua điểm hòa vốn hay không? Để tính toán điểm này, một số giả định về mức độ hoạt động kinh doanh đã được đưa ra: (1) tỷ lệ chi phí biến đổi liên quan đến mức doanh số bán hàng và (2) tổng chi phí cố định cho công ty ở mức doanh thu được cho trước. Ví dụ, giả sử kịch bản sau đây:

Doanh thu bình quân: ..... 5,00 USD

Chi phí hàng bán..... -2,00

Số dư đảm phí..... 3,00

hoặc..... 60%

$$(3,00 \text{ USD} / 5,00 \text{ USD} = 0,60 \text{ hoặc } 60\%)$$

Chi phí cố định ..... 75.000 USD

Điểm hòa vốn.....  $75.000 \text{ USD} / 0,60 = 125.000 \text{ USD}$

Nếu các chi phí phát sinh như tiền thuê, tiền lương, tiện ích v.v. là 75.000 USD (những khoản này không thay đổi bất kể mức độ bán hàng thay đổi trong một phạm vi nhất định), sau đó số tiền cố định đó có thể chia cho số dư đảm phí để tính toán điểm hòa vốn. Trong ví dụ này, nó là 75.000 USD chia cho 0,60 bằng 125.000 USD. Ở mức doanh thu 125.000 USD, doanh nghiệp không kiếm được lợi nhuận cũng không mất lợi nhuận theo khái niệm lợi nhuận và lỗ. Vì vậy, mức tối thiểu để đạt được điểm hòa vốn là 125.000 USD. Điểm hòa vốn có thể được biểu thị bằng đơn vị tiền tệ, như trong ví dụ này, hoặc theo số lượng đơn vị bán được.

Các dự báo tài chính là một phần của kế hoạch kinh doanh tổng thể và được phát triển song song với việc hạch toán. Các dự báo phụ

thuộc vào những hành động bạn đang lên kế hoạch thực hiện khi bắt đầu và quản lý doanh nghiệp của mình.



## CHƯƠNG 3: TÍNH KHẢ THI TÀI CHÍNH

---

### Đánh giá Báo cáo Tài chính

Để ước tính số liệu cho các dự báo tài chính, cần hiểu rõ về thị trường, đối thủ cạnh tranh, vị thế của sản phẩm hoặc dịch vụ được đề xuất và hoạt động hàng ngày của loại hình kinh doanh này. Những yếu tố này tạo nên bản mô tả kế hoạch kinh doanh và nhấn mạnh tầm quan trọng của kinh nghiệm thực tế trong loại hình kinh doanh đề xuất. Kinh nghiệm trong ngành nghề trước đây cũng có thể giúp doanh nhân có cái nhìn sắc bén về những hoạt động quyết định trọng yếu trước khi đầu tư tiền và chấp nhận rủi ro trong một doanh nghiệp mới.

Việc phát triển dự báo tài chính thận trọng, thực tế là một phương pháp thử và sai được lặp đi lặp lại nhiều lần. Dự báo tài chính sẽ đòi hỏi cập nhật và sửa đổi trong suốt quá trình triển khai kế hoạch kinh doanh. Với kiến thức thị trường và khả năng tài chính đầy đủ, doanh nhân có thể sử dụng thông tin được tạo ra từ những đánh giá này để xây dựng một kế hoạch kinh doanh.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

**CHƯƠNG 4:  
LÊN KẾ  
HOẠCH  
KINH  
DOANH**

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## CHƯƠNG 4: LÊN KẾ HOẠCH KINH DOANH

---

**V**iệc lập kế hoạch kinh doanh có thể đáng sợ nhưng lại rất đáng giá. Một bản kế hoạch kinh doanh tốt có thể giúp chúng ta xác định được các ưu nhược điểm, nhận diện các vấn đề tiềm ẩn, vạch rõ nhu cầu kinh doanh và thiết lập các mục tiêu. Nhiều tác giả mô tả bản kế hoạch kinh doanh như một “lộ trình” hay “bản kế hoạch chi tiết” giúp doanh nghiệp có thể hoạt động. Ngoài việc là một công cụ điều hành tốt thì kế hoạch kinh doanh còn tạo dựng uy tín trong đơn vay vốn và làm nổi bật doanh nghiệp của bạn trong mắt người cho vay.

Để chuẩn bị một bản kế hoạch kinh doanh tốt thì đòi hỏi sự cần mẫn, và có thể mất vài tuần đến vài tháng để hoàn thành, tùy vào các vấn đề cần giải quyết trong kế hoạch, cũng như kỹ năng viết và kỹ năng lập báo cáo tài chính của bạn. Nhiều chủ doanh nghiệp lập kế hoạch kinh doanh một cách vội vã để rồi thường bỏ sót những chi tiết quan trọng. Một số vấn đề phổ biến thường gặp trong kế hoạch kinh doanh gồm có:

1. Chiến lược kinh doanh không hợp lý, bất khả thi hoặc không thực tế
2. Yếu tố cạnh tranh không được nêu ra chi tiết
3. Kế hoạch tiếp thị yếu kém hoặc thậm chí không có
4. Lợi nhuận và tăng trưởng không được xác định
5. Nghiên cứu thị trường và chiến lược bán hàng kém
6. Dự báo tài chính không đầy đủ

(Nguồn: Mancuso, Joseph R. Cách để có Khoản vay Doanh nghiệp: Mà không mất quyền kiểm soát cuộc sống của bạn của bạn. New York: Simon và Schuster, 1992).

Bước đầu tiên để viết một kế hoạch kinh doanh là xem xét ý tưởng kinh doanh của bạn một cách khách quan. Nếu bạn đã tiến hành đánh giá tính khả thi thị trường và tài chính theo như mô tả trong cuốn sách này, thì bạn có thể chứng minh doanh nghiệp này sẽ đáp ứng các mục tiêu mà bạn đã đặt ra như thế nào. Xem xét các kế hoạch kinh doanh thành công, đặc biệt là trong lĩnh vực của bạn, sẽ giúp giải quyết các yếu tố chính trong kế hoạch kinh doanh của chính bạn. Các hiệp hội thương mại thường có các nguồn tham khảo, chẳng hạn như kế hoạch kinh doanh mẫu và dữ liệu ngành, để giúp bạn xây dựng kế hoạch kinh doanh. Nếu bạn đang cân nhắc việc mua nhượng quyền thì bên nhượng quyền thường có kế hoạch mẫu và những thông tin hữu ích.

Nhìn vào các kế hoạch khác là một cách hay để có được những ý tưởng và quan điểm mới, tuy nhiên kế hoạch kinh doanh của bạn cần phải thể hiện được ý tưởng, tình huống và chiến lược của bạn. Tránh việc sao chép. Đừng cố gắng đơn giản hóa quá trình bằng cách chỉ dựa hoàn toàn vào phần mềm lập kế hoạch kinh doanh. Mặc dù các gói phần mềm này cung cấp các danh mục thân thiện và đồ họa đẹp mắt, hầu hết các nhân viên cho vay đều đã thấy hàng trăm mẫu soạn sẵn này và bạn sẽ có nguy cơ bị người cho vay từ chối ý tưởng của mình. Một kế hoạch kinh doanh tốt sẽ phản ánh những vấn đề chính quan trọng trong doanh nghiệp của bạn. Việc sao chép kế hoạch kinh doanh hoặc sử dụng mẫu có thể không xử lý được các vấn đề chính này. Hơn nữa, việc sử dụng các mẫu hoặc vay mượn quá nhiều từ các kế hoạch có sẵn có thể làm ảnh hưởng đến tiến độ của kế hoạch, gây nhầm lẫn và có thể làm người cho vay thấy khó chịu.

Với hầu hết mọi doanh nghiệp thì đề cương kế hoạch kinh doanh thường giống nhau; tuy nhiên, loại hình kinh doanh và mục tiêu của doanh nghiệp sẽ quyết định nội dung và điểm nhấn trong bản kế hoạch kinh doanh. Ví dụ: một công ty bán lẻ mới thành lập có thể tập trung vào các vấn đề về hàng tồn kho và tiếp thị trong kế hoạch kinh doanh của mình, trong khi một nhà sản xuất mới thành lập có thể tập trung vào các vấn đề sản xuất và phân phối. Tương tự, bản kế hoạch kinh doanh gửi cho nhà đầu tư có thể khác với bản kế hoạch được chuẩn bị cho người cho vay truyền thống. Có thể người cho vay truyền thống sẽ muốn đọc một bản kế hoạch chứng minh khả năng trả nợ, trong khi đó, một nhà đầu tư sẽ muốn đọc bản kế hoạch nêu chi tiết cách công ty sẽ xây dựng giá trị và lợi nhuận đầu tư dự kiến. Bất kể mục đích kinh doanh là gì thì dàn ý sau đây vẫn là một điểm khởi đầu hợp lý:

- Trang Bìa
- Tóm tắt Dự án
- Mô tả Doanh nghiệp
- Địa điểm Kinh doanh (nếu là doanh nghiệp mới hoặc mở ở địa phận mới)
- Vận hành
- Phân tích Thị trường
- Chiến lược Tiếp thị
- Quản lý và Điều hành Nhân sự
- Thông tin Tài chính
- Tài liệu Đính kèm và Tài liệu Hỗ trợ

### TRANG BÌA

Trang bìa là trang đầu tiên người đọc nhìn thấy nên quan trọng là cần tạo được ấn tượng tốt. Trang bìa phải chứa thông tin tham khảo, bao gồm tên và logo doanh nghiệp được đề xuất, tên chủ sở hữu, địa chỉ, số điện thoại, địa chỉ email, trang web (nếu có) và ngày tháng năm.

### TÓM TẮT DỰ ÁN

Bản tóm tắt dự án nêu bật những điểm chính của kế hoạch kinh doanh. Bản tóm tắt phải cung cấp mô tả ngắn gọn về doanh nghiệp, chủ sở hữu và mục đích của kế hoạch. Nếu bạn đang trình bày kế hoạch kinh doanh với nhân viên cho vay, bản tóm tắt dự án sẽ đóng vai trò như một “bài thuyết trình bán hàng”. Phần này thường là được đọc đầu tiên; do đó, phần tóm tắt phải gây được hứng thú để người đọc muốn đọc toàn bộ kế hoạch. Phần này thường không quá một trang đối với những người cho vay truyền thống; tuy nhiên, nếu người đọc là nhà đầu tư thì phần này có thể cần dài hơn. Khi sử dụng kế hoạch kinh doanh để hỗ trợ cho đơn vay vốn thì phần tóm tắt dự án cần có những thông tin sau:

- Tên doanh nghiệp và tính chất của doanh nghiệp

- Tên (các) chủ doanh nghiệp và thông tin liên hệ

## CHƯƠNG 4: LÊN KẾ HOẠCH KINH DOANH

---

### Các yếu tố của một Kế hoạch Kinh doanh

- Cơ cấu pháp lý
- Số tiền và thời hạn yêu cầu vay
- Mục đích vay vốn
- Tuyên bố bảo mật

### MÔ TẢ DOANH NGHIỆP

Phần quan trọng đầu tiên của bất kỳ bản kế hoạch kinh doanh nào đều là mô tả doanh nghiệp. Phần này cũng mô tả các sản phẩm và dịch vụ mà doanh nghiệp kinh doanh cũng như các mục tiêu và chiến lược để đạt được các mục tiêu đó. Bên cạnh những cơ hội có thể nắm bắt, doanh nghiệp cũng cần chỉ ra những thách thức dự kiến. Người cho vay và các nhà đầu tư mạo hiểm có thể nhận định bản kế hoạch này không đáng tin cậy nếu nó vẽ ra một bức tranh quá màu hồng. Nếu có thể, phần mô tả doanh nghiệp nên thảo luận các chủ đề sau:

- Sứ mệnh của doanh nghiệp
- Loại hình kinh doanh (dịch vụ, bán lẻ, xây dựng, bán sỉ, sản xuất, kinh doanh điện tử)
- Hình thức pháp lý (doanh nghiệp tư nhân, công ty hợp danh, công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn)
- Điểm mạnh và chiến lược của công ty
- Mức độ tổn thương và các bước bảo vệ
- Mô tả sản phẩm và dịch vụ
- Mô tả thị trường mục tiêu
- Tính năng và lợi ích của sản phẩm, dịch vụ
- Lợi thế bán hàng độc nhất (cách doanh nghiệp của bạn tạo sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh)
- Nghiên cứu và phát triển (đối với các công ty và nhà sản xuất có nền tảng là công nghệ)
- Sản xuất và cung cấp dịch vụ (đối với nhà sản xuất)

### ĐỊA ĐIỂM KINH DOANH

Kế hoạch kinh doanh nên giải thích được tại sao lại chọn địa điểm này. Một số lý do chính đáng để chọn ví dụ như gần với khách hàng, dễ tiếp cận với các kênh phân phối hoặc chi phí thấp hơn. Hơn thế nữa, bản kế hoạch nên bao gồm luôn việc đánh giá cơ sở mới. Nếu bạn đang muốn vay vốn tài trợ cho một cơ sở mới thì kế hoạch kinh doanh phải cung cấp cách sử dụng vốn một cách rõ ràng và chi tiết. Phần này của kế hoạch kinh doanh còn có các mục liên quan khác như:

### KINH DOANH

- Địa chỉ
- Mô tả (các) cơ sở (quy hoạch, cải tạo, mua hoặc cho thuê, trang thiết bị)
- Mô hình lưu lượng/lưu lượng khách bước chân vào (khi nào, bao nhiêu, ai)
- Khu vực xung quanh và gần các doanh nghiệp khác (nếu quan trọng)
- Bãi đậu xe
- Nhân khẩu học theo khu vực (ví dụ: số hộ gia đình)

**Các yếu tố của một Kế hoạch Kinh doanh**

Đối với các doanh nghiệp tư vấn, dịch vụ hoặc kinh doanh tại nhà mà khách hàng không thực sự mua hàng tại địa chỉ doanh nghiệp thì phần vị trí sẽ ít chi tiết hơn. Tùy thuộc vào trường hợp của bạn mà sửa đổi phần vị trí cho phù hợp.

### PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

Như đã đề cập trước đó, phần yếu nhất trong nhiều kế hoạch kinh doanh là phân tích thị trường. Một phân tích yếu kém có thể gây bất lợi vì phần này tạo tiền đề cho các chiến lược tiếp thị. Thông tin thu thập được trong giai đoạn đánh giá tính khả thi tiếp thị trước đó sẽ đem lại giá trị lớn cho phần này. Phân tích thị trường phải có thông tin về môi trường mà doanh nghiệp này sẽ hoạt động - cụ thể là các xu hướng của ngành; xu hướng khách hàng; và bất kỳ thông tin pháp lý, chính trị hoặc môi trường thích hợp nào. Phân tích ngành gồm có mô tả về đối thủ cạnh tranh trực tiếp và gián tiếp. Thể hiện hoạt động kinh doanh mới này sẽ khác biệt như thế nào so với các đối thủ cạnh tranh hiện tại. Đừng cho rằng không có sự cạnh tranh. Người cho vay và nhà đầu tư sẽ không coi trọng một doanh nghiệp nào dám tuyên bố họ không có ai cạnh tranh.

Tài liệu về các nguồn thông tin phải rõ ràng. Người cho vay và nhà đầu tư đánh giá các kế hoạch thiếu uy tín do thiếu hoặc không có tài liệu. Các phần chính của phân tích thị trường gồm có các chủ đề sau:

- Tổng quan thị trường
  - ◆ Quy mô ngành (doanh số, khối lượng, số lượng nhà cung cấp)
  - ◆ Các yếu tố ảnh hưởng đến sự tăng trưởng hay suy giảm (lãi suất, mùa vụ)
  - ◆ Các xu hướng của ngành trong quá khứ và hiện tại (các công nghệ mới, sự thay đổi sản phẩm, v.v.)
  - ◆ Quy định (nếu có)
  - ◆ Các thống kê khác về ngành
- Thị trường mục tiêu và các phân khúc
  - ◆ Nhân khẩu học (tuổi tác, giới tính, chủng tộc, thu nhập, v.v.)

◆ Quy mô của cơ sở khách hàng tiềm năng



## CHƯƠNG 4: LÊN KẾ HOẠCH KINH DOANH

---

### Các yếu tố của một Kế hoạch Kinh doanh

- ◆ Xu hướng trong các phân khúc
- Vị trí/ thị phần trên thị trường
- Phân tích cạnh tranh
  - ◆ Đối thủ cạnh tranh trực tiếp
  - ◆ Đối thủ cạnh tranh gián tiếp
  - ◆ Khoảng cách gần
  - ◆ So sánh sản phẩm và dịch vụ (chất lượng, giá cả)
  - ◆ So sánh cơ sở vật chất
  - ◆ So sánh quảng cáo và khuyến mãi

### CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ

Phần này của kế hoạch kinh doanh mô tả cách doanh nghiệp của bạn đạt được mục tiêu bán hàng thông qua các chiến lược tiếp thị khác nhau. Phác thảo các bước hành động mà bạn sẽ cần thực hiện để tiếp cận khách hàng tiềm năng. Bao gồm các chiến lược quảng cáo, khuyến mãi, định giá và bán hàng. Đồng thời thảo luận về chiến lược của bạn để tạo sự khác biệt giữa doanh nghiệp mình so với đối thủ cạnh tranh. Nhìn chung, người đọc kế hoạch của bạn sẽ hiểu rõ về cách bạn dự định cạnh tranh trên thị trường như thế nào. Trong phần Chiến lược tiếp thị, bạn có thể thảo luận các chủ đề sau:

- Kế hoạch tiếp thị
  - ◆ Mục tiêu tiếp thị (ví dụ như thu hút khách hàng, ra mắt sản phẩm, quảng bá tên tuổi)
  - ◆ Xây dựng thương hiệu/ khác biệt hóa
  - ◆ Chiến lược giá
  - ◆ Quảng cáo
  - ◆ Hệ thống tiếp thị (kế hoạch thu hút và giữ chân khách hàng)
  - ◆ Khuyến mãi
- Kế hoạch bán hàng
  - ◆ Mục tiêu bán hàng
  - ◆ Nhân viên bán hàng và kế hoạch đào tạo
  - ◆ Công cụ bán hàng
  - ◆ Dự báo doanh số
- Phân phối (nếu có)

### QUẢN LÝ VÀ NHÂN SỰ

Trong kế hoạch kinh doanh thì đây là phần quan trọng thứ hai và **LUÔN LUÔN** bị bỏ qua nhiều nhất, bạn nên trình bày chi tiết về đề xuất cơ cấu

### DOANH

tổ chức của doanh nghiệp mình. Kế hoạch nên mô tả lý lịch của chủ sở hữu và ban quản lý chủ chốt, liệt kê kinh nghiệm quản lý và ngành có liên quan. Người cho vay sẽ xác định xem doanh nghiệp có những vị trí chủ chốt quan trọng đối với sự thành công của doanh nghiệp hay không. Các ngân hàng, người cho vay và nhà đầu tư coi đội ngũ quản lý là yếu tố dự báo quan trọng nhất của một doanh nghiệp thành công. Đồng thời, cần đề cập đến các cố vấn và chuyên gia tư vấn bên ngoài. Phần này còn có các mục liên quan khác như sau:

**Các yếu tố của một Kế hoạch Kinh doanh**

- Thông tin cơ bản về (các) chủ sở hữu và đội ngũ quản lý
- Kế hoạch nhân sự/ số lượng nhân viên
- Nhiệm vụ và yêu cầu nhân sự
- Khoản thù lao/ lợi ích
- Tuyển dụng và đào tạo

### VẬN HÀNH

Phần này cung cấp một mô tả khái quát về hoạt động kinh doanh. Bạn nên mô tả doanh nghiệp hoạt động như thế nào trong một ngày bình thường. Những vấn đề vận hành quan trọng là giờ hoạt động, kế hoạch làm việc và quy trình làm việc. Ngoài ra, nhiều người sử dụng phần này để mô tả các hoạt động khác như kiểm soát hàng tồn kho, đảm bảo chất lượng, lưu trữ, kế toán cũng như các hoạt động quản trị và hỗ trợ khác. Nếu bạn là nhà sản xuất, hãy trình bày quy trình sản xuất và giải thích các yêu cầu về thiết bị và công nghệ. Trong phần này, hãy trình bày tổng quan về các lĩnh vực và vấn đề sau:

- Giờ hoạt động
- Quy trình sản xuất (đối với các nhà sản xuất)
- Những yêu cầu về trang thiết bị
- Kiểm soát chất lượng
- Thuê ngoài (nếu có)
- Pháp lý và kế toán

### TÀI CHÍNH

Yếu tố quan trọng nhất của kế hoạch kinh doanh/đơn vay vốn là phần tài chính. Thông tin tài chính rất quan trọng để bạn xác định tính khả thi tài chính cho hoạt động kinh doanh của bạn và để người cho vay đánh giá doanh nghiệp. Nếu không có lịch sử tài chính thì các doanh nghiệp khởi nghiệp sẽ cần phải chứng minh yêu cầu vay vốn của mình bằng các dự báo tài chính. Quan trọng nhất đối với các công ty mới thành lập là kế hoạch tài chính cần gắn liền với các chỉ số

## CHƯƠNG 4: LÊN KẾ HOẠCH KINH DOANH

### Các yếu tố của một Kế hoạch Kinh doanh

đô la trong các phần khác của kế hoạch kinh doanh nhằm đánh giá hoặc chứng minh tính khả thi tài chính của một dự án kinh doanh. Do những người cho vay thường đánh giá những dự báo trong các dự án kinh doanh mới là quá lạc quan nên cần phải thận trọng khi đưa ra những dự báo và dựa trên những nghiên cứu hợp lý.

Khi chuẩn bị các báo cáo và dự báo tài chính, mọi người phải tuân theo Nguyên tắc Kế toán được Chấp nhận Chung (*Generally Accepted Accounting Principles - GAAP*). Người cho vay đã quen với việc lập báo cáo tài chính theo những nguyên tắc này. Bất kỳ sai lệch hoặc điều gì mâu thuẫn với những nguyên tắc này đều có thể gây ra sự hoài nghi về tình trạng kinh doanh và khả năng của chủ sở hữu. Người cho vay sẽ trông đợi tối thiểu là dự báo hai năm (có thể nhiều hơn, tùy thuộc vào người cho vay và loại hình doanh nghiệp). Thông tin tài chính bạn cần có trong kế hoạch của mình bao gồm:

- Nguồn vốn và cách sử dụng vốn
- Báo cáo kết quả kinh doanh chiếu lệ
- Dự báo dòng tiền
- Bảng cân đối tài chính chiếu lệ (nếu được yêu cầu)
- Dự báo hòa vốn (với các công ty khởi nghiệp)
- Ghi chú và giả định về dự báo tài chính

Sự hiểu biết thông tin tài chính cũng như cách tính toán sẽ đóng vai trò như một công cụ quản lý có giá trị. Thông tin này đã được đề cập đến trong Chương Ba nhưng cũng được đưa vào Chương này để nhấn mạnh tầm quan trọng của nó. Nếu cảm thấy mình bị ngợp với quá trình này, hãy gọi cho văn phòng SBDC tại địa phương hoặc kế toán của bạn để được hỗ trợ.

### *Nguồn vốn và Cách sử dụng vốn*

Ngân sách dự kiến là một danh sách đầy đủ các nguồn dự kiến và việc sử dụng vốn. Nguồn vốn mô tả số tiền tài trợ cần thiết và vốn chủ sở hữu cần thiết từ chủ sở hữu. Danh sách này thường bao gồm các hạng mục như nguồn tiền mặt, vay ngân hàng và góp vốn mạo hiểm. Nếu có thể, hãy đưa vào ngân sách dự kiến giá trị tài sản thế chấp sẽ được thế chấp để đảm bảo khoản vay. Việc sử dụng vốn thường liệt kê tất cả các chi phí vốn và hoạt động cần thiết trước khi khởi nghiệp. Báo cáo này có thể bao gồm các hạng mục như đất đai và nhà cửa, thiết bị, tiền đặt cọc và vốn lưu động (xem trang 31).

### *Báo cáo Kết quả kinh doanh Chiếu lệ (báo cáo lãi lỗ)*

Báo cáo kết quả kinh doanh theo quy định, còn được gọi là “báo cáo lãi lỗ dự kiến”, là dự báo về thu nhập và chi phí của bạn trong một khoảng thời gian hoạt động (thường là một năm) (xem trang 38-40). Chênh lệch giữa thu nhập và chi phí là lãi hoặc lỗ ròng của doanh nghiệp. Báo cáo kết quả kinh doanh chiếu lệ phải dựa trên nghiên cứu và xem xét hợp lý. Nên có một phương pháp hoặc lý giải đằng sau tất cả các chỉ số đô la. Một báo cáo kết quả kinh doanh sẽ bao gồm các thông tin sau:

### DOANH

#### Các yếu tố của một Kế hoạch Kinh doanh

**Doanh thu bán hàng** Đối với một doanh nghiệp mới thì dự báo doanh thu là hạng mục khó lập nhất. Một dự báo tốt phải dựa trên nghiên cứu thị trường chặt chẽ và phương pháp vững chắc. Một số công ty sử dụng các mô hình dự báo để dự đoán doanh số bán hàng. Nhiều mô hình dựa trên xác suất của các sự kiện có thể xảy ra như số lượng khách hàng sẽ mua hàng hàng ngày hoặc khả năng doanh nghiệp đạt được một phần trăm công suất tối đa. Một số công ty sử dụng khảo sát và các công cụ nghiên cứu thị trường khác để xác thực dự báo doanh số của họ. Ngoài ra, các tiêu chuẩn ngành, thông tin nhượng quyền thương mại và những quan sát tại địa phương có thể củng cố dự báo doanh số bán hàng.

**Giá vốn hàng bán** Nói một cách đơn giản, giá vốn hàng bán là sự giảm hàng tồn kho được dùng để tạo ra doanh thu bán hàng. Giá vốn hàng bán là chi phí biến đổi tăng khi doanh số bán hàng tăng. Một số doanh nghiệp như nhà sản xuất coi lao động là một phần của giá vốn hàng bán vì chi phí lao động tăng theo doanh số bán hàng. Sự khác biệt giữa doanh thu bán hàng và giá vốn hàng bán là tỷ suất lợi nhuận gộp. Duy trì biên lợi nhuận tốt để trang trải cho những chi phí hoạt động là rất quan trọng. Đối với các doanh nghiệp mới, các tiêu chuẩn ngành và/hoặc nghiên cứu tài chính như các nghiên cứu do IndustriousCFO ([www.industriuscfo.com](http://www.industriuscfo.com)) công bố có thể xây dựng cơ sở cho việc định giá, giá vốn hàng bán và tỷ suất lợi nhuận gộp.

**Chi phí** Mọi chi phí hoạt động phải dựa trên nghiên cứu và báo giá từ người bán; những chi phí này phải được xác định là cố định hoặc biến đổi khi thực hiện báo cáo chiếu lệ. Chi phí cố định không phụ thuộc vào doanh thu và không đổi bất kể tình hình bán hàng của doanh nghiệp như thế nào. Chi phí biến đổi là chi phí tăng hoặc giảm tùy theo mức độ bán hàng.

Như đã đề cập trước đó, tổng thu nhập và chi phí là lợi nhuận của doanh nghiệp. Khi lập báo cáo kết quả kinh doanh theo quy định, các chủ doanh nghiệp nên xem xét các yếu tố sau:

- Báo cáo kết quả kinh doanh nên được lập cùng với dự báo dòng tiền.
- Báo cáo phải được chuẩn bị trong ít nhất hai năm, năm đầu tiên được lập hàng tháng và năm thứ hai được lập hàng tháng hoặc ít nhất là mỗi quý.
- Số tiền hỗ trợ cho cơ sở những ước tính của bạn, do đó, điều quan trọng là

bạn phải so sánh với các tiêu chuẩn của ngành.

## CHƯƠNG 4: LÊN KẾ HOẠCH KINH DOANH

---

### Các yếu tố của một Kế hoạch Kinh doanh

#### *Dự báo Dòng tiền*

Bạn có thể xem dự báo dòng tiền của dòng tiền vào (tiền thu) và dòng tiền chi ra (chi tiêu) ở trang 43 và 44. Báo cáo lưu chuyển tiền tệ là một công cụ lập kế hoạch tốt vì giúp chủ doanh nghiệp chuẩn bị cho việc sử dụng tiền mặt dự kiến và xác định được các thâm hụt tiền mặt. Một dự báo chi tiết về dòng tiền mà ban quản lý có thể hiểu và sử dụng thì có thể hướng sự chú ý đến những khu vực có nhu cầu lớn nhất. Dự báo dòng tiền bao gồm ba loại dòng tiền quan trọng: tiền tạo ra từ hoạt động kinh doanh, từ hoạt động đầu tư và từ hoạt động tài chính. Các hoạt động kinh doanh bao gồm doanh số, chi phí, khoản phải thu, biến động hàng tồn kho và các khoản phải trả. Các hoạt động đầu tư có thể thay đổi tình hình tiền mặt trong doanh nghiệp gồm có thu mua tài sản (ví dụ như đất đai, văn phòng và trang thiết bị) và bán tài sản. Đối với các doanh nghiệp nhỏ, các hoạt động tài chính như cho vay và trả nợ sẽ làm thay đổi tình hình tiền mặt của công ty. Con số tổng chỉ ra nhu cầu tiền mặt của doanh nghiệp. Đối với người cho vay, dòng tiền chỉ ra một cách chi tiết cách doanh nghiệp có thể trả cả gốc lẫn lãi cho khoản vay.

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ thường bị nhầm lẫn với báo cáo kết quả kinh doanh. Nhiều chủ sở hữu thiếu kinh nghiệm đã gặp khó khăn về tài chính vì không hiểu được sự khác biệt giữa hai báo cáo này, thường dẫn đến thất bại trong kinh doanh. Trở thành một doanh nghiệp có lợi nhuận không giống với việc có một lượng tiền mặt dồi dào. Những thay đổi về số dư của một số khoản mục như khoản phải thu, hàng tồn kho, khoản phải trả, gốc hoặc tài sản sẽ không được báo cáo trực tiếp trong báo cáo lãi lỗ mà sẽ được báo cáo trong báo cáo lưu chuyển tiền tệ. Ví dụ: nếu bạn mua một chiếc xe trị giá 30.000 USD cho doanh nghiệp của mình, bạn có thể phải tính khấu hao cho chiếc xe tải; tuy nhiên, chi phí thực tế của chiếc xe tải sẽ không được ghi vào báo cáo kết quả kinh doanh của bạn. Thay vào đó, chi phí tiền mặt này sẽ được ghi nhận vào báo cáo lưu chuyển tiền tệ (-30.000 USD). Việc hiểu rõ lợi nhuận ròng không phải là tiền mặt ròng sẽ giúp bất kỳ doanh nghiệp nào hoạt động có lãi.

Khi chuẩn bị dự báo dòng tiền, hãy xem xét những mục sau:

- Tính chất thời vụ của doanh nghiệp vì điều này ảnh hưởng đến doanh thu và chi phí
- Thông tin về ngân sách và nguồn của dự án
- Loại trừ tất cả các khoản mục phi tiền mặt bao gồm khấu hao tài sản cố định hữu hình và vô hình.

Một dự báo dòng tiền điển hình sẽ theo mẫu sau.

#### *Bảng cân đối tài chính chiếu lệ* (xem trang 34-37)

Nói một cách đơn giản, bảng cân đối kế toán báo cáo tài sản và vốn chủ sở hữu (nợ phải trả và vốn chủ sở hữu) của một doanh nghiệp tại một thời điểm cụ thể. Bảng cân đối kế toán bao gồm thông tin từ ngân sách dự án (nguồn và cách sử dụng vốn), báo cáo kết quả kinh doanh chiếu lệ và báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự kiến, đồng thời chia các giao dịch kế toán trong những báo cáo này thành các loại bảng cân đối kế toán sau: tài sản, nợ phải trả và vốn chủ sở hữu.

Thông thường, tài sản được chia thành tài sản ngắn hạn và tài sản dài hạn. Tài sản thường được liệt kê theo thứ tự thanh khoản. Các tài sản hiện tại như tiền mặt, các khoản phải thu, hàng tồn kho, chi phí trả trước và các tài sản ngắn hạn khác được liệt kê đầu tiên. Tất cả những tài sản này đều có tính thanh khoản vì dự kiến sẽ chuyển đổi thành tiền mặt hoặc được tiêu thụ trong vòng một năm. Tài sản dài hạn bao gồm đất đai, nhà cửa và trang thiết bị, ít hao mòn lũy kế. Nợ phải trả được liệt kê tương tự như tài sản, trong đó nợ ngắn hạn (dưới một năm) được liệt kê đầu tiên. Nợ ngắn hạn bao gồm các khoản phải trả, thuế phải nộp, các giấy nợ ngắn hạn và tiền lương tích lũy. Nợ dài hạn bao gồm các khoản nợ dài hạn và các khoản nợ

khác có thời gian đáo hạn trên một năm. Vốn chủ sở hữu là phần

## CHƯƠNG 4: LÊN KẾ HOẠCH KINH DOANH

---

### Các yếu tố của một Kế hoạch Kinh doanh

chênh lệch giữa tài sản với nợ phải trả, và được hình thành từ lợi nhuận giữ lại và vốn chủ sở hữu. Định nghĩa “cân đối” xuất phát từ nguyên tắc kế toán là tài sản bằng nợ phải trả cộng với vốn chủ sở hữu. Do khái niệm khía cạnh kép của bảng cân đối kế toán, cả hai vế của phương trình phải cộng lại có cùng số tổng. Nói cách khác, chúng phải *cân đối*.

Đối với các doanh nghiệp mới, người cho vay có thể yêu cầu hoặc không yêu cầu bảng cân đối kế toán. Đối với nhiều người cho vay, nguồn và cách sử dụng vốn là đủ để đáp ứng các yêu cầu về bảng cân đối kế toán. Trong trường hợp cần thì bảng cân đối kế toán phải được chuẩn bị sao cho nhân viên cho vay có thể dễ dàng phân tích tình hình nợ và vốn chủ sở hữu.

### *Dự báo Hòa vốn*

Hòa vốn là một phương pháp thường được sử dụng để xác định mức doanh thu chính xác cần thiết để trang trải mọi chi phí. Đối với các doanh nghiệp mới, điều quan trọng là chủ sở hữu phải hiểu được điểm hòa vốn. Nói một cách đơn giản, điểm hòa vốn là điểm mà tại đó tổng doanh thu bằng tổng chi phí. Tổng chi phí bao gồm chi phí cố định và chi phí biến đổi. Chi phí biến đổi tăng trực tiếp tỷ lệ thuận với mức doanh thu tính bằng USD hoặc đơn vị. Các chi phí biến đổi điển hình bao gồm giá vốn hàng bán, hoa hồng, chi phí cung cấp trực tiếp, phí giao hàng và trong một số trường hợp là chi phí lao động. Chi phí cố định không đổi dù cho mức độ bán hàng như thế nào. Chi phí cố định điển hình bao gồm tiền thuê nhà, bảo hiểm, vật tư văn phòng, giấy phép và tiền lương của người lao động cố định. Một số chi phí là sự kết hợp giữa cố định và biến đổi. Nếu để tách biệt các chi phí thì bạn nên phân rõ để đưa ra phân tích hòa vốn tốt hơn. Công thức cơ bản để tính hòa vốn là:

$$\frac{\text{Doanh thu (trừ đi) Chi phí biến đổi}}{\text{(chia cho) Doanh số}} = \text{Số dư đảm phí \%}$$
$$\frac{\text{Chi phí cố định (chia cho) Số dư đảm phí \%}}{\text{= Điểm hòa vốn}}$$



**DOANH**

Ví dụ: Công ty - Ron's Bait và Tackle

Doanh số bán hàng	200.000 USD	100%
Chi phí biến đổi		
Giá vốn Hàng bán	100.000	50%
Vận hành	4.000	2%
Phí ngân hàng (Visa)	1.000	0,5%
Tổng chi phí biến đổi	105.000	52,5%
Chi phí cố định		
Bảng lương	40.000	
Tiện ích	5.000	
Bảo hiểm	1.000	
Quảng cáo	2.000	
Thanh toán khoản vay	3.000	
Tổng chi phí cố định	51.000	

Số dư đảm phí % =  $200.000 - 105.000/200.000 = 0,475$  (47,5%)HOẶC  $100\% - 52,5\% = 0,475$  (47,5%)Điểm hòa vốn =  $51.000/0,475 = 107.368$  USD***Thuyết minh và Giả định trong Dự báo Tài chính***

Những thuyết minh cho dự báo tài chính sẽ giải thích một cách chi tiết những giả định, phương pháp và khái niệm kế toán được sử dụng để chuẩn bị cho báo cáo lưu chuyển tiền tệ, thu nhập và bảng cân đối kế toán. **Những thuyết minh tài chính hoàn toàn cần thiết để người cho vay hiểu đầy đủ về đơn vay vốn của bạn.**

**TÀI LIỆU ĐÍNH KÈM VÀ TÀI LIỆU HỖ TRỢ**

Các tài liệu đính kèm và tài liệu được sử dụng để hỗ trợ cho kế hoạch kinh doanh. Phần này phải chứa thông tin phù hợp với kế hoạch hoặc đơn vay vốn như danh sách thiết bị chi tiết và hóa đơn. Hơn nữa, phần này cũng có thể bao gồm các mục như sơ yếu lý lịch quản lý, nghiên cứu thị trường, giấy phép, cách bố trí cơ sở hoặc cửa hàng và các mục khác được liệt kê trong tài liệu bắt buộc.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

**CHƯƠNG 5:  
NHẬN ĐƯỢC KHOẢN VAY  
CHO DOANH NGHIỆP  
MỚI CỦA BẠN**

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## CHƯƠNG 5: NHẬN ĐƯỢC KHOẢN VAY CHO DOANH NGHIỆP MỚI CỦA BẠN

**V**iệc xin vay vốn kinh doanh có thể là một nhiệm vụ khó khăn và rườm rà. Những yêu cầu từ phía ngân hàng, các thư báo lãnh vay vốn của chính phủ và các điều kiện vay có thể khiến bất kỳ chủ doanh nghiệp tiềm năng nào rơi vào tình trạng chán nản. Trước khi một người cho vay hoặc nhà đầu tư sẵn lòng cho một dự án kinh doanh vay vốn, họ muốn biết rằng bạn đã lên kế hoạch một cách cẩn thận cho những hành động trong tương lai của mình; do đó, việc truyền đạt ý định một cách hiệu quả việc rất quan trọng. Một kế hoạch kinh doanh được suy tính kỹ càng trong đó bao gồm dự phóng tài chính trở nên hết sức quan trọng để đơn vay vốn của bạn của mình để được chấp thuận, đặc biệt là đối với những dự án kinh doanh mới.

### Uy tín/ Lịch sử tín dụng

Hiểu được quy trình xét duyệt mà các tổ chức tài chính sử dụng có thể giúp bạn lên kế hoạch cho một đơn vay vốn mang tính thực tế và có tổ chức tốt. Thông thường, một nhân viên cho vay sẽ đánh giá một đề xuất dựa trên năm tiêu chí, thường được gọi là "Năm C của Tín dụng": uy tín (character), năng lực (capacity), vốn (capital), các điều kiện khác (conditions) và tài sản đảm bảo (collateral).

**H**ồ sơ yêu cầu đầu tiên mà một người cho vay xem xét sẽ là báo cáo tín dụng của bạn. Báo cáo tín dụng được sử dụng như một chỉ số cho uy tín của bạn vì nó cung cấp lịch sử về các nghĩa vụ tài chính hiện tại và quá khứ. Người cho vay không mong muốn thấy các khoản thanh toán trễ, quên thanh toán, phá sản, án phạt hoặc các khoản thế chấp trên báo cáo tín dụng của bạn. Một khoản thanh toán trễ đôi khi không gây hại, miễn là không có nợ tín dụng. Tuy nhiên, phá sản, việc thu hồi nợ và một loạt các khoản thanh toán trễ gần đây sẽ gây bất lợi cho đơn xin vay vốn. Mọi khoản đòi thuế hoặc phán quyết cần được thanh toán trước khi ngân hàng chấp thuận khoản vay.

Bạn cũng nên có một bản sao báo cáo tín dụng của mình để xem trước khi nộp đơn vay vốn. Báo cáo tín dụng có thể chứa thông tin không chính xác. Nếu báo cáo tín dụng của bạn có sai sót, bạn có thể có thời gian để hiệu chỉnh nó. Thông thường, việc hiệu chỉnh có thể mất từ vài tuần đến vài tháng trước khi được cập nhật trên báo cáo tín dụng. Và bạn cũng nên lưu ý rằng báo cáo tín dụng của bạn phản ánh các yêu cầu gần đây về lịch sử tín dụng của bạn. Nếu bạn đang thăm dò các ngân hàng và có những hoạt động tài suấ t cao như là số lượng các yêu cầu gần đây thì điều này có thể ảnh hưởng tiêu cực đến sự đánh giá của người cho vay về uy tín tín dụng của bạn. Trái ngược với suy nghĩ của nhiều người, thông tin chính xác nhưng tiêu cực thực sự rất khó để loại bỏ khỏi lịch sử tín dụng. Nếu báo cáo của bạn phản ánh bất kỳ lịch sử tín dụng xấu nào trong quá khứ, bạn nên đính kèm một lá thư trong đơn vay vốn để giải thích cho các tình huống này. Những tình huống mà bạn có thể giải thích với người cho vay để họ có thể thông cảm như là trong gia đình có người qua đời, bệnh tật và ly hôn. Hãy thành thật và trung thực với người cho vay về lịch sử tín dụng của bạn. **ĐỪNG CHE GIẤU SỰ THẬT.** Nếu bạn không có báo cáo tín dụng hiện hành, hãy yêu cầu bằng cách gọi:

- Equifax theo số (888)378-4329 hoặc
- TransUnion theo số (800) 916-8800 hoặc
- Experian theo số (888)397-3742

## CHƯƠNG 5: NHẬN ĐƯỢC KHOẢN VAY CHO DOANH NGHIỆP

### MỐI CỬA BẠN

Bên cạnh việc xem xét lịch sử tín dụng cá nhân của bạn, người cho vay cũng sẽ phân tích những yếu tố khác cho thấy mức độ uy tín và tin cậy, bao gồm thời gian cư trú, trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực và địa vị trong cộng đồng. Một trong những nguyên nhân chính dẫn đến kinh doanh thất bại là thiếu kinh nghiệm quản lý. Người cho vay sẽ xác định xem bạn có kinh nghiệm ngành nghề liên quan cũng như những vị trí nhân sự chủ chốt quan trọng đối với thành công của doanh nghiệp không.

Uy tín/  
Lịch sử tín  
dụng

**Đ**ối với người cho vay, vấn đề quan trọng nhất cần xác định là "Khoản vay có thể trả không?" Yếu tố quan trọng để đánh giá khả năng trả nợ của một doanh nghiệp mới là dòng tiền dự kiến. Đơn giản mà nói, dòng tiền là sự chênh lệch giữa dòng tiền thu vào và dòng tiền chi ra. Một người vay triển vọng phải cho thấy làm thế nào nguồn tiền của doanh nghiệp không vượt quá lượng tiền sử dụng. Một dự báo dòng tiền tốt sẽ cho thấy tiền vay vốn sẽ được sử dụng như thế nào, trong bao lâu doanh nghiệp sẽ tạo ra dòng tiền dương và làm thế nào doanh nghiệp sẽ bù đắp "khoảng chênh lệch" dòng tiền (dòng tiền chi ra vượt quá dòng tiền thu vào). Những khoảng chênh lệch thường được tạo ra do sự biến động từ hàng tồn kho, các khoản phải thu, các khoản phải trả và sự gia tăng của các tài sản. Người cho vay sẽ muốn biết doanh nghiệp có kế hoạch quản lý những "khoảng chênh lệch" này như thế nào.

Năng lực/  
Dòng tiền

Đối với các doanh nghiệp hiện hữu, những người cho vay sẽ xem xét báo cáo lãi lỗ, bảng cân đối kế toán và báo cáo lưu chuyển tiền tệ trước tiên để xác định xem trong quá khứ, doanh nghiệp có đủ dòng tiền để trả nợ không. Vì các doanh nghiệp mới không có báo cáo tài chính trong quá khứ, nên người cho vay thường gặp khó khăn trong việc đánh giá khả năng trả nợ của doanh nghiệp. **Đây là lý do tại sao dự báo dòng tiền thực tế là báo cáo tài chính quan trọng nhất trong đơn vay vốn.** Một dự báo dòng tiền chính thức đảm bảo với người cho vay rằng bạn có đủ dòng tiền dự kiến để trả nợ khoản vay.

Ngoài ra, tính chất của yêu cầu vay cũng có thể ảnh hưởng đến đơn xin vay. Yêu cầu vay phải hợp lý với phạm vi và điều khoản của nó. Doanh nghiệp cần bao nhiêu tiền? Tiền vay vốn sẽ được sử dụng như thế nào? Thời gian của của việc yêu cầu tài trợ là bao lâu? Người cho vay sẽ quyết định tính hợp lý của yêu cầu vay và cuối cùng đảm bảo rằng dòng tiền phù hợp với cấu trúc vốn vay đã yêu cầu. Do đó, không nên phóng đại nhu cầu vay, mà hãy giữ ở mức thực tế và khả thi.

**Đ**iều cốt lõi là những người cho vay tìm kiếm sự cam kết mạnh mẽ từ người vay. Thông thường, cam kết này được thể hiện dưới hình thức vốn mà bạn đầu tư vào doanh nghiệp. Vốn có thể dưới dạng tiền mặt, tài sản kinh doanh hoặc tài sản cá nhân khác như thiết bị, đất đai hay văn phòng. Đừng ngạc nhiên nếu ngân hàng yêu cầu bạn

Vốn/  
Vốn chủ sở hữu

bỏ tài sản cá nhân vào dự án. Nếu bạn có vốn trong ngôi nhà của mình, hãy sẵn sàng thế chấp nếu bạn không có hình thức vốn

## CHƯƠNG 5: NHÂN ĐƯỢC KHOẢN VAY CHO DOANH NGHIỆP MỚI CỦA BẠN

### Vốn/ Vốn chủ sở hữu

khác. Nếu bạn không sẵn lòng đưa tài sản cá nhân ra thì bạn nên cân nhắc tại sao người cho vay nên đánh cược rủi ro vào doanh nghiệp của bạn trong khi chính bạn lại không sẵn lòng chấp nhận một rủi ro tương tự. Những người cho vay hiểu rằng có một mối tương quan tích cực giữa cam kết của người vay và khả năng khoản vay sẽ được thanh toán. Số vốn chủ sở hữu được yêu cầu bởi người cho vay thì rất đa dạng. Tùy thuộc vào mức độ rủi ro của dự án đề xuất, bạn có thể được yêu cầu bỏ vào lên đến 50% tổng số vốn cần thiết. Tuy nhiên, mức trung bình phổ biến là từ 20 đến 25%.

### Tài sản đảm bảo

**K**ể cả bạn có mọi ý định thanh toán khoản vay doanh nghiệp thì vẫn có khả năng doanh nghiệp của bạn có thể gặp những sự kiện không thể dự đoán trước, thậm chí ngay cả doanh nghiệp có kế hoạch tốt nhất thì cũng không thể lường trước được. Thảm họa tự nhiên, suy thoái kinh tế, kiện tụng, các khoản phải thu quá hạn, các vấn đề với nhà cung cấp và sự thay đổi trong nhu cầu có thể làm tê liệt dòng tiền của bất kỳ doanh nghiệp nào. Bởi vì rủi ro mà người cho vay phải gánh chịu, nên các khoản vay sẽ hầu như được đảm bảo bằng tài sản đảm bảo. Nếu người vay không trả nợ, ngân hàng có quyền xử lý tài sản đảm bảo.

Tài sản của doanh nghiệp và tài sản cá nhân có thể được xem là tài sản đảm bảo. Nếu bạn đang mua đất, trang thiết bị hoặc văn phòng cho doanh nghiệp thì có thể các tài sản này đã đủ để đảm bảo cho khoản vay. Những người cho vay đã xây dựng nên tỷ lệ giữa giá trị khoản vay và giá trị tài sản đảm bảo được chấp nhận. Những yếu tố ảnh hưởng đến các tỷ lệ bao gồm vòng đời và tình trạng của tài sản, giá trị thanh khoản và các chi phí. Tỷ lệ cho vay trên giá trị có thể khác nhau giữa những người cho vay. Hơn nữa, tỷ lệ cho vay trên giá trị có thể dựa trên tiêu chí cho vay thay vì trên giá trị của tài sản đảm bảo. Trước khi thế chấp bất kỳ tài sản nào, bạn cần biết tỷ lệ cho vay trên giá trị của người cho vay đối với tài sản. Bên dưới là một ví dụ cụ thể

Các tài sản	Giá trị thấp (%)	Giá trị cao (%)
Bất động sản	70%	90%
Thiết bị	50%	80%
Hàng tồn kho	0%	50%
Các khoản phải thu (60 ngày)	70%	90%
Chứng khoán, cổ phiếu, trái phiếu	65%	80%
Tu sửa tài sản cho thuê	0%	70%

(Nguồn: Blechman, Bruce, và Jay Conrad Levinson. *Guerrilla Financing*. Boston: Houghton Mifflin Company, 1992)

Nếu bạn vay tiền cho mục đích "mềm" như tồn kho, vốn lưu động hoặc tu sửa tài sản cho thuê, người cho vay sẽ yêu cầu tài sản đảm bảo hoặc vốn chủ sở hữu bổ sung để bảo đảm cho khoản vay. Vốn lưu động và tu sửa tài sản cho thuê thì không thể thu hồi được. Tương tự, nếu bạn muốn vay một khoản dài hạn để mua thiết bị cùng với lịch khấu hao ngắn (ví dụ: các máy vi tính) hoặc thiết bị có lịch sử thanh khoản kém (ví dụ: thiết bị nhà hàng), người cho vay sẽ có thể yêu cầu bạn bổ sung thêm các tài sản đảm bảo.

### MỐI CỬA BẠN

Khi bạn cam thể chấp tài sản đảm bảo như trang thiết bị thì bạn phải ký một Thỏa thuận bảo mật theo Bộ Luật Thương mại Thống nhất (UCC) với người cho vay. Sau khi ký thỏa thuận này thì người cho vay có quyền sở hữu tài sản đảm bảo mà không cần phải ra tòa án. Thỏa thuận này cho phép người cho vay có quyền đối với số tiền thu được từ việc thu, bán hoặc trao đổi tài sản đảm bảo.

Một số điều kiện mà người cho vay tìm kiếm để đánh giá "tính hợp lý" của đơn vay vốn là môi trường kinh tế, xu hướng ngành công nghiệp, những thay đổi trong năng lực tài trợ, xu hướng thị trường, vấn đề pháp lý, xu hướng lao động, các chiến lược và tiếp cận của công ty, sức mạnh và kinh nghiệm quản lý. Nhiều ngân hàng có danh sách những doanh nghiệp có xếp hạng rủi ro kém do những yếu tố này. Các nhân viên cho vay thường cho vay đối với những doanh nghiệp có thể chứng minh họ có một đội ngũ quản lý vững mạnh, lợi thế duy nhất hoặc lợi thế cạnh tranh, có ít hoặc không có sự cạnh tranh cũng như cơ sở khách hàng mạnh mẽ. Nếu một doanh nghiệp đang có những thách thức lớn như vấn đề kinh tế, pháp lý, nhân viên, nhà cung cấp hoặc môi trường, thì doanh nghiệp đó cần phải đề xuất hướng xử lý những điều này trong đơn vay vốn.

**K**hi bắt đầu một doanh nghiệp, có hai cách để gọi vốn: tài trợ vốn chủ sở hữu hoặc tài trợ nợ (vay vốn). Đơn giản mà nói, tài trợ vốn chủ sở hữu là nguồn tiền đầu tư vào doanh nghiệp của bạn đến từ các nhà đầu tư tư nhân (còn được gọi là nhà đầu tư mạo hiểm). Tài trợ vốn chủ sở hữu thông thường không yêu cầu tài sản đảm bảo; tuy nhiên, vì việc tài trợ dựa trên sự tham gia của chủ sở hữu, các yêu cầu về hoạt động có thể được đặt ra để tối đa hóa lợi nhuận trong việc đầu tư. Nói cách khác, các ngân hàng, hợp tác xã tín dụng và các nhà cho vay phi ngân hàng cung cấp một số loại tài trợ nợ. Nhiều doanh nghiệp đang bắt đầu sử dụng tài trợ nợ để tài trợ cho nhu cầu kinh doanh của họ. Khác với các nhà đầu tư mạo hiểm, những người cho vay không sở hữu vốn trong doanh nghiệp, và họ cũng không chia sẻ lợi nhuận. Đơn giản họ chỉ mong muốn bạn thanh toán vốn gốc cùng lãi vay.

Đa số những người cho vay đều có một số loại hình hoặc sản phẩm vay. Hầu hết các sản phẩm vay được phân loại theo thế chấp (yêu cầu tài sản đảm bảo), thời hạn của khoản vay và mục đích sử dụng nguồn vốn. Giữa những người cho vay thì thời hạn có thể khác nhau rất lớn, vậy nên việc nghiên cứu các phương án thay thế là rất quan trọng. Một vài biến số có thể ảnh hưởng đến sự phù hợp của một khoản vay đối với một doanh nghiệp cụ thể.

Với nhiều nguồn vốn và nhiều sản phẩm vay khác nhau hiện nay, việc lựa chọn nguồn vốn và loại vay tốt nhất để bắt đầu doanh nghiệp có thể là một nhiệm vụ khó khăn. Biểu đồ dưới đây cho thấy các hình thức vay phổ biến đã được sử dụng để khởi nghiệp kinh doanh.

Các điều kiện

Các hình thức và mục đích vay vốn



## CHƯƠNG 5: NHẬN ĐƯỢC KHOẢN VAY CHO DOANH NGHIỆP MỚI CỦA BẠN

### Các hình thức và mục đích vay vốn

Các hình thức vay phổ biến				
Đáo hạn và các hình thức vay	Các đặc điểm	Thế chấp hoặc tín chấp	Lãi suất	Thời hạn thanh toán
Ngắn hạn (<1 năm)				
Thẻ tín dụng	Phổ biến nhất là hình thức tín dụng ngắn hạn. Nhiều doanh nghiệp nhỏ sử dụng thẻ tín dụng để mua vật tư và các thứ cần thiết khác và để thanh toán các khoản mua sắm hàng ngày.	Tín chấp	Cố định hoặc thay đổi 10-24%	Hàng tháng 2-3% của số dư trung bình hàng ngày
Hạn mức tín dụng	Người cho vay đồng ý cho vay trong một khoản thời gian cụ thể, thường là một năm hoặc số tiền. Các hạn mức có thể được sử dụng để tạo điều kiện cho việc mua hàng tồn kho/thiết bị và đáp ứng cho những biến động kinh doanh mùa vụ.	Thế chấp (phần lớn)	Cố định hoặc thay đổi, 1-4% trên mức lãi suất cơ bản	Hàng tháng. Lãi suất tính trên hạn mức và số dư sử dụng vào ngày cuối của hợp đồng
Trung hạn (1-7 năm)				
Khoản vay kỳ hạn/trả góp	Khoản vay kỳ hạn được ấn định cho một số tiền cụ thể trong một khoản thời gian xác định. Chúng có thể được sử dụng để mua thiết bị, bổ sung vốn lưu động và mở rộng.	Thế chấp	Cố định 1-4% trên mức lãi suất cơ bản	Hàng tháng hoặc hàng quý. Vốn gốc + lãi
Cho thuê	Thay thế cho các khoản vay kỳ hạn; người cho thuê cho thuê tài sản cho người đi thuê. Cho thuê cho phép một công ty có được thiết bị mà không phải trả tất cả chi phí ngay từ đầu. Ít hoặc không phải thanh toán, công ty có thể mua thiết bị khi kết thúc hợp đồng vay (thấp nhất là 1 USD theo thỏa thuận trước).	Thế chấp	Lãi suất thị trường	Hàng tháng
Dài hạn (trên 7 năm)				
Thời hạn trả góp	Các khoản vay có kỳ hạn với thời gian đáo hạn trên 7 năm được sử dụng để mua thiết bị nhà xưởng hoặc tài sản dài hạn khác.	Thế chấp	1-3% trên mức lãi suất cơ bản	Hàng tháng hoặc hàng quý. Vốn gốc + lãi
Thương mại/thế chấp	Khoản vay kinh doanh liên quan đến bất động sản. Thế chấp là văn bản pháp lý nhằm đảm bảo việc thanh toán của người đi vay.	Thế chấp	Cố định và thay đổi, 1-2% trên mức lãi suất cơ bản	Hàng tháng hoặc hàng quý. Vốn gốc + lãi

## CHƯƠNG 5: NHẬN ĐƯỢC KHOẢN VAY CHO DOANH NGHIỆP MỚI CỦA BẠN

---

**C**ục Quản lý Doanh nghiệp Nhỏ (SBA) của Hoa Kỳ cung cấp các cam kết bảo lãnh cho các ngân hàng và người cho vay phi ngân hàng tài trợ cho các doanh nghiệp nhỏ đủ điều kiện, bao gồm cả các doanh nghiệp mới. Các cam kết bảo lãnh bảo vệ người cho vay lên đến 85% số tiền gốc ban đầu nếu người vay không trả nợ. Mục đích của cam kết bảo lãnh là khuyến khích những người cho vay tài trợ cho các doanh nghiệp nhỏ mà thông thường sẽ không được xem xét theo các tiêu chí bình thường. Các cam kết bảo lãnh của SBA có thể được sử dụng cho các dự án khởi nghiệp; để mua một doanh nghiệp đang hoạt động; hoặc để tài trợ vốn lưu động, hàng tồn kho, tu sửa tài sản cho thuê, nội thất, trang thiết bị, bất động sản và xây dựng.

SBA có một số loại cam kết bảo lãnh và các chương trình khác nhau dành cho các doanh nghiệp nhỏ với nhu cầu đặc biệt. Các chương trình này được thiết kế để giúp đỡ cựu chiến binh, các công ty tham gia vào thương mại quốc tế, các doanh nghiệp công nghệ và các khu vực địa lý được chỉ định có thu nhập thấp và vừa. Các chương trình gồm có:

**Cục Quản  
lý Doanh  
nghiệp Nhỏ  
Hoa Kỳ**

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

<b>Các khoản vay 7(a)</b>	Tổng cộng 5 triệu USD	Bảo lãnh 85% cho khoản vay từ 150.000 USD trở xuống; Bảo lãnh 75% cho khoản vay lớn hơn 150.000 USD (bảo lãnh tối đa lên đến 3,75 triệu USD)	Thời hạn khoản vay. Mở rộng/cải tạo; xây dựng mới, mua đất hoặc văn phòng; mua thiết bị, đồ đạc, tu sửa tài sản thuê; vốn lưu động; tái tài trợ nợ với lý do thuyết phục; hạn mức tín dụng theo mùa, hàng tồn kho	Tùy vào khả năng trả nợ. Nhìn chung, vốn lưu động và máy móc, thiết bị (không quá tuổi thọ của thiết bị) là 5 - 10 năm; bất động sản là 25 năm.	<b>Các khoản vay dưới 7 năm:</b> 0-25.000 USD: Lãi suất cơ bản + 4,25% 25.001-50.000 USD: Lãi suất cơ bản + 3,25% Trên 50.000 USD: Lãi suất cơ bản + 2,25%  <b>Các khoản vay từ 7 năm trở lên:</b> 0-25.000 USD: Lãi suất cơ bản + 4,75% 25.001-50.000 USD: Lãi suất cơ bản + 3,75% Trên 50.000 USD: Lãi suất cơ bản + 2,75%	(Phí chỉ tính trên phần khoản vay được bảo lãnh) Đảo hạn: 1 năm trở xuống Phí bảo lãnh 0,25%; Trên 1 năm. Tổng số tiền 150.000 USD trở xuống = 2,0%; 150.001-700.000 USD = 3,0%; trên 700.000 USD = 3,5%; 3,75% với phần bảo lãnh trên 1 triệu USD. Phí tiếp tục là 0,55%.	Phải là doanh nghiệp vì lợi nhuận và đáp ứng các tiêu chuẩn về quy mô của SBA; thể hiện uy tín tốt, tín dụng tốt, quản lý và khả năng trả nợ tốt Phải là một loại hình kinh doanh đủ điều kiện.  Phạt trả trước hạn đối với khoản vay có thời hạn từ 15 năm trở lên nếu trả trước trong 3 năm đầu (5% năm 1, 3% năm 2 và 1% năm 3)	Tài trợ dài hạn; Dòng tiền được cải thiện; Kỳ hạn cố định; Không có khoản chi trả dồn; Không bị phạt trả trước (dưới 15 năm)
<b>SBAExpress</b>	350.000 USD	50%	Có thể được sử dụng cho hạn mức tín dụng tuần hoàn (thời hạn tối đa 7 năm) hoặc cho khoản vay có kỳ hạn (tương tự như 7(a)).	Lên đến 7 năm đối với Hạn mức tín dụng tuần hoàn bao gồm cả thời hạn hết hạn. Ngược lại, tương tự như 7(a).	Các khoản vay dưới 50.000 USD: lãi suất cơ bản + 6,5%. Các khoản vay trên 50.000 USD: lãi suất cơ bản + 4,5%	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	vòng quay vốn nhanh; quy trình hợp lý; hạn mức tín dụng để sử dụng.
<b>Patriot Express</b>	500.000 USD	Tương tự 7(a)	Tương tự SBAExpress	Tương tự SBAExpress	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự như 7(a). Ngoài ra, doanh nghiệp nhỏ phải được sở hữu và kiểm soát bởi một hoặc nhiều nhóm sau: cựu chiến binh, quân nhân tại ngũ, quân nhân dự bị hoặc vệ binh quốc gia hoặc vợ/chồng của bất kỳ nhóm nào trong số này, hoặc vợ/chồng góa của quân nhân hoặc cựu chiến binh, người đã chết trong thời gian phục vụ hoặc vì tình trạng khuyết tật liên quan đến việc phục vụ.	Số tiền tối đa cao và lãi suất tối đa thấp hơn SBAExpress; vòng quay vốn nhanh; quy trình hợp lý, hạn mức tín dụng để sử dụng
<b>Giới hạn hạn mức:</b> 1. Vốn lưu động; 2. Hợp đồng; 3. Theo mùa và 4. Giới hạn hạn mức của nhà xây dựng	5 triệu USD	Tương tự 7(a)	Tài trợ cho nhu cầu vốn lưu động ngắn hạn và/hoặc theo mùa; chi phí thực hiện; chi phí xây dựng; ứng trước vào hàng tồn kho và các khoản phải thu hiện có; tổng hợp các khoản nợ ngắn hạn. Có thể tuần hoàn.	Lên đến 10 năm ngoại trừ giới hạn hạn mức của nhà xây dựng là 5 năm	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a) cộng với việc những người cho vay phải thực hiện mẫu 750 và 750B (cho các khoản vay ngắn hạn)	1. Vốn lưu động – Hạn mức tuần hoàn (LOC) 2. Hợp đồng – có thể tài trợ các chi phí (không bao gồm lợi nhuận). 3. Thời vụ - nhu cầu vốn lưu động thời vụ 4. Nhà xây dựng. Tài trợ chi phí trực tiếp cho việc xây dựng khu thương mại hoặc kết cấu khu dân cư.
<b>Khoản vay có lợi cho người cho vay nhỏ/nông thôn (S/RLA) trung bình</b> trong số 20 khoản vay SBA trở xuống hàng năm trong 3 năm tài chính vừa qua	350.000 USD	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự như 7(a) cộng thêm quy trình hợp lý
<b>Ưu đãi Khoản vay Nhỏ (SLA) người cho vay phải ở trong Chương trình Người cho vay Ưu tiên (PLP).</b>	250.000 USD	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự như 7(a) cộng thêm quy trình hợp lý
<b>Lợi thế cộng đồng</b> Nhiệm vụ chỉ tập trung vào những người cho vay mà thôi.	250.000 USD	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Lãi suất cơ bản + 4%	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự như 7(a) cộng thêm phải là CDFL, CDC hoặc người cho vay vì mục tiêu theo thị trường phục vụ

Chương trình	Số tiền vay tối đa	Phần trăm của khoản bảo lãnh	Sử dụng số tiền có được	Đáo hạn	Lãi suất vay tối đa	Phí bảo lãnh	Đối tượng thỏa điều kiện	Lợi ích của người đi vay
Thương mại quốc tế	5 triệu USD	Bảo lãnh 90% (bảo lãnh tối đa lên đến 4.5 triệu USD) (Bảo lãnh tối đa lên đến 4 triệu USD đối với vốn lưu động)	Khoản vay có thời hạn dành cho vốn lưu động lâu dài, thiết bị, cơ sở vật chất, đất đai, văn phòng và tài trợ nợ liên quan đến thương mại quốc tế	Lên đến 28 năm	Tương tự 7(a)	Tương tự 7(a)	Tương tự như 7(a), cộng với việc tham gia/chuẩn bị tham gia thương mại quốc tế/bị ảnh hưởng bất lợi bởi sự cạnh tranh từ việc nhập khẩu	Nguồn tài chính dài hạn cho phép doanh nghiệp nhỏ cạnh tranh hiệu quả hơn trên thị trường quốc tế
Chương trình vốn lưu động xuất khẩu	5 triệu USD	Bảo lãnh 90% (bảo lãnh tối đa lên đến 4.5 triệu USD).	Các khoản vay ngắn hạn, khoản vay vốn lưu động dành cho doanh nghiệp xuất khẩu. Có thể dựa trên giao dịch hoặc dựa trên tài sản. Cũng có thể được hỗ trợ bằng thư tín dụng dự phòng	Generally, one year or less, may go up to 3 years	Không có trần lãi suất tối đa của SBA nhưng SBA giám sát tính hợp lý	Tương tự 7(a)	Tương tự như 7(a), cộng đồng ngắn hạn để xuất khẩu	Bổ sung vốn lưu động để tăng doanh thu xuất khẩu mà không làm gián đoạn kế hoạch kinh doanh và tài trợ trong nước
Tài trợ xuất khẩu nhanh chóng	500.000 USD	Bảo lãnh 90% cho các khoản vay 350.000 USD hoặc ít hơn. Bảo lãnh 75% cho những khoản vay lớn hơn 350.000 USD	Tương tự như SBAExpress cộng với thư tín dụng dự phòng	Tương tự như SBAExpress	Tương tự như SBAExpress	Tương tự 7(a)	Người nộp đơn phải chứng minh rằng khoản vay sẽ cho phép họ thâm nhập vào một thị trường xuất khẩu mới hoặc mở rộng thị trường xuất khẩu hiện có. Doanh nghiệp phải hoạt động ít nhất 12 tháng (không nhất thiết phải trong lĩnh vực xuất khẩu).	Vòng quay vốn nhanh; quy trình hợp lý; hạn mức tín dụng để sử dụng
Hạn mức tuần hoàn	Tối đa 5 triệu USD Tối thiểu 500.000 USD	Tương tự 7(a). 100% thanh toán trước cho cả hàng tồn kho mới hoặc đã qua sử dụng mà việc đó có thể được phép.	Các doanh nghiệp nhỏ đủ tiêu chuẩn, bao gồm tàu thuyền, ô tô, xe máy, nhà tiền chế và đại lý RV. Có thể tái tài trợ hạn mức tuần hoàn hiện hữu.	Tối thiểu 1 năm Tối đa năm	Tương tự 7(a). Lãi trả hàng tháng trên dư nợ	Tương tự 7(a) ngoại trừ phí dịch vụ đặc biệt (phí không thể cao hơn phí cho vay không phải của SBA)	Tương tự 7(a)	Tài trợ hợp lý.
Các khoản vay 504 Được cung cấp thông qua Cơ quan phát triển chứng nhận (CDCs) được cấp phép bởi SBA	Khoản vay 504 qua CDC số tiền tối đa dao động từ 5 triệu USD đến 5.5 triệu USD tùy thuộc vào loại hình kinh doanh.	Chi phí dự án được tài trợ như sau: Qua Cơ quan phát triển chứng nhận: lên đến 40% khoản tài trợ không bảo lãnh. Người cho vay: 50% Vốn chủ sở hữu: 10% cộng thêm 5% nếu là doanh nghiệp mới và/hoặc 5% nếu là tài sản có mục đích sử dụng đặc biệt.	Các khoản vay có thời hạn, tài sản cố định; nguồn tài chính của người cho vay (không được bảo đảm) được đảm bảo bằng quyền nắm giữ thứ nhất với tài sản dự án. Khoản vay qua CDC được cung cấp từ SBA được đảm bảo 100% trái khoản được bán cho các nhà đầu tư với lãi suất cố định được đảm bảo bằng quyền cầm giữ thứ hai	Khoản vay CDC: Lãi suất cố định kỳ hạn 10 hoặc 20 năm.  Khoản vay của người cho vay (không bảo lãnh): Việc tài trợ có thể có thời hạn ngắn hơn. Lãi suất cố thể cố định hoặc điều chỉnh	Lãi suất cố định đối với khoản vay 504 được thiết lập khi khoản vay được đảm bảo bằng tài khoản được bán. Giảm phạt trả nợ trước hạn 1/2 kỳ hạn.	Phí 0,5% đối với cổ phần của người cho vay, cộng với CDC có thể tính phí lên tới 1,5% đối với cổ phần của họ. CDC tính phí dịch vụ hàng tháng là 0,625%-1,5% trên số dư chưa thanh toán. Phí bảo lãnh liên tục (năm tài chính 2012) là 0,9375% của trên nợ gốc. Phí tiếp tục % không thay đổi trong suốt thời hạn.	Tiêu chuẩn Quy mô Thay thế: Dành cho các doanh nghiệp có lợi nhuận không vượt quá 15 triệu USD giá trị tài sản ròng hữu hình và không có thu nhập ròng trung bình trong cả hai năm tài chính trên 5 triệu USD.  Chủ sở hữu chiếm 51% đối với phần hiện hữu hoặc 60% cho phần xây mới.	Trả trước thấp - vốn chủ sở hữu (10%-20%) (Có thể vay vốn góp) Phí có thể được tài trợ bởi SBA phần: Lãi suất cố định dài hạn Khấu hao đầy đủ Không có khoản chi trả đền
Tài tài trợ nợ 504 Được cung cấp thông qua Cơ quan phát triển chứng nhận (CDCs) được cấp phép bởi SBA. Chương trình tái tài trợ này sẽ có hiệu lực đến 27/9/2012.	Tương tự 7(a) cộng 85% hoặc phần lớn số tiền thu được từ khoản nợ hiện tại hoặc 85% khoản vay ban đầu phải dành cho tài sản cố định đủ điều kiện	15% còn lại được phát sinh vì lợi ích của doanh nghiệp nhỏ.	Tương tự như 504. Rút vốn chủ sở hữu để làm vốn lưu động hoặc các chi phí kinh doanh đủ điều kiện khác trước tối đa 18 tháng. Có thể tái tài trợ tới 90% giá trị tài sản được định giá hiện tại giữa CDC và người cho vay.	Tương tự 7(a)	Tương tự như 504	Tương tự như 504 ngoại trừ phí tiếp tục là (năm tài chính 2012) 1,103%	Tương tự như 504 cộng với người đi vay phải có khoản thanh toán hiện tại trong 12 tháng qua. Không thể tái tài trợ cho khoản vay hiện tại của chính phủ liên bang	Chủ doanh nghiệp có thể được tái tài trợ cho tài sản không được thế chấp bằng cách bổ sung tiền mặt, tài sản khác hoặc các lựa chọn khác đã được thỏa thuận với người cho vay. Cũng có thể tài trợ chi phí tái tài trợ đủ điều kiện 504.
Các khoản vay không phải 7(a) khoản vay nhỏ Các khoản vay thông qua các tổ chức cho vay phi lợi nhuận cũng như các hỗ trợ kỹ thuật	50.000 USD	Không áp dụng	Mua máy móc & thiết bị, đồ đạc, tu sửa tài sản thuê; tài trợ tăng các khoản phải thu; vốn lưu động. Không thể sử dụng để thanh toán khoản nợ hiện tại	Thời hạn ngắn nhất có thể, không quá 6 năm	Có thể thương lượng với trung gian. Tùy theo mức 7.75 hoặc 8.5% trên mức chi phí vốn trung gian	Không phí bảo lãnh	Tương tự 7(a)	Các khoản vay trực tiếp từ các nhà cho vay trung gian phi lợi nhuận; tài trợ lãi suất cố định; số tiền vay rất nhỏ; sự hỗ trợ kỹ thuật có sẵn

\* Để biết thêm chi tiết về các chương trình SBA này, hãy truy cập trang web của tại [www.sba.gov](http://www.sba.gov).

### Danh sách hồ sơ cần cung cấp

#### HỒ SƠ YÊU CẦU CHO ĐƠN VAY VỐN KHỞI SỰ DOANH NGHIỆP

(Các mục có thể khác nhau tùy theo loại hình doanh nghiệp và những người cho vay)

1. Báo cáo tài chính cá nhân của từng chủ sở hữu không quá 90 ngày. Người cho vay cung cấp mẫu.
2. Mô tả hoạt động kinh doanh.
3. Chi phí dự án kèm theo giá thầu và báo giá. Nếu có thể, báo giá xây dựng (bao gồm phí kiến trúc và kỹ thuật) hoặc cải tạo, tu sửa tài sản cho thuê, máy móc thiết bị, hàng tồn kho
4. Đối với các chương trình cho vay và bảo lãnh của SBA, bản kê khai lý lịch cá nhân của từng người vay, nhân viên (nếu là công ty cổ phần) và đối tác (nếu là công ty hợp danh). (Mẫu SBA 912)
5. Sơ yếu lý lịch cho từng người ở trên cũng như cho những nhân sự chủ chốt khác.
6. Dự kiến bảng cân đối kế toán và lãi lỗ tối thiểu 2 năm đầu
7. Dòng tiền dự kiến hàng tháng trong hai năm đầu (có thể sử dụng Mẫu SBA 1100).
8. Nếu nhượng quyền thương mại thì cần thỏa thuận nhượng quyền thương mại. SBA kiểm tra ([www.fran-chiseregistry.com](http://www.fran-chiseregistry.com)) để xem liệu việc nhượng quyền có được chấp thuận hay không.
9. Chi tiết việc sử dụng lao động. Đối với các chương trình bảo lãnh và cho vay khác của chính phủ, hãy phân chia tổng số lao động thành các nhân viên thiếu số, nam và nữ theo hiện tại và dự kiến.
10. Hợp đồng mua bán hoặc hợp đồng cho thuê nếu có.
11. Việc thẩm định được người cho vay và/hoặc người trung gian chấp nhận.
12. Nếu là công ty, cần cung cấp Điều lệ công ty.
13. Tờ khai thuế cá nhân của ba năm gần nhất.
14. Nếu có thể, nghiên cứu tác động đến môi trường (ví dụ: thử nghiệm đất, vùng đất ngập nước, động vật hoang dã).
15. Kế hoạch kinh doanh chi tiết bao gồm thông tin về công ty, sản phẩm, thị trường, khuyến mãi, cạnh tranh và nhân sự. Hầu hết các kế hoạch kinh doanh đều có phần lớn các mục ở trên.

*Để biết thêm thông tin về các đơn vay vốn và yêu cầu khoản vay, hãy xem lại Ấn bản UGA SBDC, Năm vững các đề xuất cho vay kinh doanh: Hướng dẫn tìm hiểu các kỳ vọng, các hình thức vay và kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp.*

**N**ếu bạn đang tìm kiếm các khoản hỗ trợ để tài trợ cho doanh nghiệp của bạn, bạn sẽ gặp thất vọng từ rất sớm. Rất ít khoản hỗ trợ dành cho các doanh nghiệp nhỏ, đặc biệt là các doanh nghiệp khởi nghiệp. Trên thực tế, nếu doanh nghiệp của bạn là một loại hình kinh doanh thông thường, như một cửa hàng hoa, thì gần như không thể tìm thấy một khoản hỗ trợ nào phù hợp với nhu cầu kinh doanh của bạn. Các cơ quan nhà nước, thành phố và các tổ chức phi lợi nhuận quản lý một số chương trình hỗ trợ ít ỏi có thể được sử dụng cho các hoạt động kinh doanh nhỏ. Như đã đề cập trước đây, nhóm này thành lập các chương trình quỹ cho vay tuầ n hoàn dành cho các doanh nghiệp nhỏ từ những khoản hỗ trợ này.

Mặc dù các khoản hỗ trợ cho các doanh nghiệp bán lẻ và dịch vụ thường rất hiếm, nhưng với các công ty đang phát triển công nghệ mới thì luôn có các khoản hỗ trợ cho lĩnh vực này. SBA và một số cơ quan liên bang tham gia vào Chương trình Nghiên cứu Đổi mới các Doanh nghiệp Nhỏ (SBIR) và Chương trình Chuyển giao Công nghệ các Doanh nghiệp Nhỏ (STTR). Các chương trình này cung cấp cá khoản hỗ trợ lên đến 500.000 USD cho nghiên cứu và phát triển. Một số cơ quan như Bộ Năng lượng cũng cung cấp các khoản hỗ trợ riêng cho các công ty công nghệ.

Ngoài ra, các khoản hỗ trợ cũng dành cho những doanh nghiệp đáp ứng các nhu cầu cụ thể của xã hội. Ví dụ, Hội đồng chăm sóc trẻ em Georgia đã cung cấp khoản hỗ trợ cho các trung tâm chăm sóc trẻ em nhà m phát triển các chương trình đặc biệt dành cho trẻ em có những rối loạn với việc học tập và hành vi. Các cơ quan chăm sóc người già cũng đã cung cấp khoản hỗ trợ cho các doanh nghiệp có chương trình chăm sóc giúp đỡ người lớn mắc bệnh Alzheimer hoặc khuyết tật nặng.

Các khoản hỗ trợ cho doanh nghiệp thường yêu cầu phải có tỷ lệ tương xứng 1:1. Đối với mỗi đô la đầu tư vào doanh nghiệp, doanh nghiệp sẽ phải đóng góp một số tiền tương đương. Các doanh nghiệp đang theo đuổi việc xin hỗ trợ sẽ cần tìm một Yêu cầu Đề xuất (RFP) phù hợp với doanh nghiệp của họ. RFP yêu cầu mô tả dự án và ngân sách; một số có thể yêu cầu một kế hoạch kinh doanh với báo cáo tài chính. Một khi doanh nghiệp nhận được khoản hỗ trợ, họ sẽ được yêu cầu cung cấp tài liệu chi tiết về các khoản chi tiêu.

---

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

**CHƯƠNG  
6: CÁC VẤN ĐỀ  
PHÁP LÝ VÀ  
QUẢN LÝ RỦI RO**

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)



### Lựa chọn hình thức Pháp lý cho Doanh nghiệp

**K**hi một người quyết định kinh doanh, rất nhiều quyết định phải được đưa ra liên quan đến việc bảo vệ doanh nghiệp đó. Bằng việc tuân thủ quy định pháp luật và mua bảo hiểm để phòng những tình huống không lường trước, một doanh nghiệp sẽ được chuẩn bị cho sự phát triển dài hạn. Trong phần này của cuốn sách, các vấn đề pháp lý và quản lý rủi ro được thảo luận; tuy nhiên, đây không phải là một cuộc thảo luận toàn diện, và bạn nên tìm tư vấn thêm từ luật sư và đại lý bảo hiểm liên quan đến tình huống cụ thể của bạn.

**M**ột quyết định quan trọng khi bắt đầu một doanh nghiệp mới là xác định cấu trúc pháp lý phù hợp cho doanh nghiệp. Một số yếu tố phải được xem xét khi đưa ra quyết định này bao gồm số lượng chủ sở hữu doanh nghiệp, loại hình kinh doanh, rủi ro pháp lý, thuế và kế hoạch mở rộng trong tương lai.

### DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN (HỘ KINH DOANH CÁ THỂ)

Doanh nghiệp tư nhân là loại hình tổ chức doanh nghiệp phổ biến nhất tại Hoa Kỳ và đây là hình thức dễ nhất để vận hành vì nó không đòi hỏi bất kỳ tổ chức pháp lý cụ thể nào ngoài các yêu cầu thông thường như giấy phép hoặc chứng nhận. Doanh nghiệp tư nhân là doanh nghiệp vì lợi nhuận do một cá nhân hoặc một cặp vợ chồng sở hữu và điều hành, nhưng có thể có nhiều nhân viên. Doanh nghiệp tư nhân không được xem là một pháp nhân riêng biệt theo luật, mà là một phần mở rộng của cá nhân sở hữu nó. Chủ sở hữu sở hữu tài sản kinh doanh và chịu trách nhiệm trực tiếp cho tất cả các khoản nợ và các nghĩa vụ khác mà doanh nghiệp phát sinh. Đối với mục đích thuế, lợi nhuận hoặc lỗ của doanh nghiệp tư nhân được kết hợp với thu nhập cá nhân của chủ sở hữu doanh nghiệp (Đối với thuế doanh nghiệp, sử dụng Mẫu thuế Liên bang 1040, Lịch C. Kết quả sau đó được chuyển sang mẫu thuế thu nhập cá nhân phù hợp. Lưu ý: Lịch SE cũng được điền để đóng thuế an sinh xã hội).

Những thuận lợi:

- Ít thủ tục và ít các hạn chế pháp lý hơn bất kỳ hình thức tổ chức pháp lý nào khác.
- Ít yêu cầu phê duyệt hoặc hạn chế từ phía chính phủ, phụ thuộc vào loại hình kinh doanh.
- Tất cả lợi nhuận được chuyển trực tiếp cho chủ sở hữu.
- Sự linh hoạt: ra quyết định được kiểm soát bởi một chủ sở hữu; thời gian phản hồi nhanh hơn.
- Thuế tính dựa trên tỷ lệ thuế cá nhân của chủ sở hữu.
- Lợi nhuận hoặc lỗ ròng được tính riêng biệt từ thu nhập chính của chủ sở hữu và được cộng hoặc trừ ra từ thu nhập cá nhân chịu thuế của chủ sở hữu.

### LÝ RỦI RO

Những bất lợi:

- Chủ sở hữu chịu trách nhiệm cá nhân cho tổng khoản nợ kinh doanh ngoài số vốn đầu tư của chủ sở hữu, mở rộng đến các tài sản cá nhân của chủ sở hữu (ví dụ: nhà cửa, xe hơi).
- Tương đối khó khăn trong việc nhận được tài trợ
- Tỷ lệ thuế cao nếu doanh nghiệp kinh doanh thành công
- Khả năng và cam kết của chủ sở hữu tư nhân có thể hạn chế khả năng phát triển.
- Khi chủ sở hữu qua đời, doanh nghiệp chấm dứt hình thức pháp.

Lựa chọn hình thức Pháp lý cho Doanh nghiệp

### CÔNG TY HỢP DANH

Công ty hợp danh thường được sử dụng khi cần có sự kết hợp của hai hoặc nhiều người để có thể vận hành một doanh nghiệp. Hình thức tổ chức này cũng được coi là một lựa chọn tốt khi vấn đề trách nhiệm về sản phẩm không phải mối bận tâm lớn đối với doanh nghiệp. Công ty hợp danh có thể có hai hình thức pháp nhân: Công ty hợp danh chung hoặc công ty hợp danh hữu hạn. Trong công ty hợp danh chung, các chủ sở hữu cùng làm việc để quản lý và tài trợ cho một doanh nghiệp. Cả hai cùng chia sẻ về các khoản nợ và lợi nhuận của doanh nghiệp bởi vốn, lao động, tài sản hoặc kỹ năng đóng góp. Công ty hợp danh hữu hạn (thường được gọi là LP hoặc LLP) bao gồm một hoặc nhiều đối tác chung cùng quản lý doanh nghiệp và chịu trách nhiệm cá nhân cho các khoản nợ của công ty hợp danh và một hoặc nhiều đối tác hữu hạn mạo hiểm đầu tư vào doanh nghiệp với dự đoán chia sẻ lợi nhuận. Các đối tác hữu hạn không quản lý doanh nghiệp và không chịu trách nhiệm cho các khoản nợ của doanh nghiệp hợp danh ngoài số tiền đầu tư vào doanh nghiệp. Các công ty đầu tư vào bất động sản hoặc các dự án đầu tư cơ thường sử dụng công ty hợp danh hữu hạn<sup>2</sup>. Người dân tại Georgia muốn thành lập công ty hợp danh hữu hạn phải nộp Giấy chứng nhận Công ty hợp danh hữu hạn cho văn phòng Bộ trưởng ngoại giao Georgia. Ngoài ra, các công ty hợp danh hữu hạn phải nộp đơn đăng ký hàng năm với văn phòng Bộ trưởng ngoại Georgia vào quý đầu tiên của mỗi năm theo lịch dương<sup>3</sup>. Bạn có thể tìm thấy các hướng dẫn cụ thể và các khoản phí tại đường link: [www.georgiacorporations.org](http://www.georgiacorporations.org).

Các quyền, trách nhiệm và nghĩa vụ của cả đối tác hữu hạn và đối tác chung thường được nêu chi tiết trong thỏa thuận hợp danh. Một thỏa thuận công chứng sẽ nêu rõ những đóng góp về mặt tài chính, quản lý và vật chất của mỗi đối tác<sup>4</sup>. Các thỏa thuận hợp danh thường bao gồm những nội dung sau:

<sup>2</sup> Pinson, Linda. *Các bước để khởi sự doanh nghiệp nhỏ: Mọi thứ bạn cần biết để biến ý tưởng của mình thành một doanh nghiệp thành công (Loạt sách Chiến lược Doanh nghiệp Nhỏ). Ngoài tầm nhìn... và đi đến đích (2014).*

<sup>3</sup> Jenkins, Michael D. Thomas J. Harrold, Jr. và Neill Edwards. *Khởi sự và Điều hành một Doanh nghiệp tại Georgia: Hướng dẫn từng bước.* Oasis Press/PSI Research (Granmts Pass, Oregon: 1995) Chương 11, Trang 5.

<sup>4</sup> Pinson, Linda và Jerry Jinnett. *Các bước để khởi sự doanh nghiệp nhỏ: Mọi thứ bạn cần*

## CHƯƠNG 6: CÁC VẤN ĐỀ PHÁP LÝ VÀ QUẢN LÝ RỦI RO

---

- Tên, mục đích và thời hạn của thỏa thuận
- Tỷ lệ đóng góp của các đối tác
- Hình thức tham gia của các đối tác (chung hay hữu hạn, hoạt động hay im lặng)
- Quyền hành, quản lý, ra quyết định
- Phân chia lợi nhuận và lỗ, rút vốn
- Phương pháp kế toán
- Nguồn lợi ích hợp danh
- Miễn trừ các khoản nợ và trách nhiệm
- Sự qua đời của đối tác, vắng mặt, khuyết tật
- Giải thể
- Giải quyết tranh chấp
- Bổ sung, thay đổi và sửa đổi

Công ty hợp danh là một pháp nhân riêng biệt với các quyền và trách nhiệm khác nhau. Công ty hợp danh có thể thuê nhân viên, sở hữu tài sản, ký kết hợp đồng, nhận được khoản tài trợ thương mại và vay tiền, mặc dù hầu hết các người cho vay yêu cầu một bảo lãnh cá nhân từ các đối tác. Công ty hợp danh cũng được yêu cầu nộp tờ khai thuế thu nhập cho cả mục đích liên bang và tiểu bang (*Mẫu 1065* là mẫu Liên bang và *Mẫu 700* là mẫu tại Georgia). Thông thường, công ty hợp danh *không phải* trả thuế thu nhập, nhưng thông tin trên tờ khai thuế được kết hợp với thu nhập cá nhân của các đối tác (*Phụ lục E của Mẫu 1040*).

Những thuận lợi:

- Các khoản lỗ và tín dụng đầu tư có thể chuyển qua các đối tác
- Ít yêu cầu về hồ sơ hơn để thành lập so với công ty cổ phần
- Lợi nhuận trực tiếp dựa trên tỷ lệ sở hữu
- Sự linh hoạt nhưng ít hơn so với doanh nghiệp tư nhân
- Ít có chính phủ kiểm soát và các vấn đề thuế đặc biệt so với công ty cổ phần
- Đa dạng về các kỹ năng, chia sẻ công việc, tiếp cận vốn và các ý tưởng có thể hữu ích cho sự thành công của doanh nghiệp
- Công ty hợp danh hữu hạn cung cấp tiềm năng thu lại khoản đầu tư nhưng với rủi ro giới hạn

Những bất lợi:

- Nghĩa vụ không giới hạn với các đối tác chung
- Lỗ của bất kỳ đối tác nào đều đồng nghĩa với việc giải thể tự

độ ng củ a toàn bộ công ty hợp danh

### LÝ RỦI RO

- Tương đối khó khăn trong việc có được vốn vì tất cả các nhà đầu tư đều được xem là các đối tác
- Doanh nghiệp bị ràng buộc bởi các hành động của một đối tác duy nhất làm dấy lên bất kể mong muốn của các đối tác khác
- Sự giải thể công ty hợp danh phải được xác định trong thỏa thuận công ty hợp danh

**Lựa chọn hình  
thức Pháp lý cho  
Doanh nghiệp**

### CÔNG TY CỔ PHẦN

Các công ty cổ phần là hình thức cấu trúc pháp lý tốn kém và phức tạp nhất mà một doanh nghiệp có thể áp dụng. Công ty cổ phần là một pháp nhân riêng biệt tồn tại dưới sự quản lý của nhà nước và sự chấp thuận của Bộ trưởng Bộ Ngoại giao. Công ty cổ phần là một pháp nhân độc lập ngoài chủ sở hữu của nó và có thể thực hiện giao dịch kinh doanh, ký kết hợp đồng và khởi kiện hoặc bị kiện. Nếu công ty cổ phần tiến hành thương mại liên bang, thì phải tuân thủ các luật liên bang có liên quan quy định về điều đó. Công ty cổ phần cũng phải thông qua và nộp điều lệ của công ty cổ phần mà thường bao gồm mục đích hoặc sứ mệnh của doanh nghiệp, tên, trình độ chuyên môn của các giám đốc, vị trí và cấu trúc vốn đề xuất. Một bản đăng ký hàng năm với văn phòng Bộ trưởng Ngoại giao cũng phải được nộp mỗi năm (từ ngày 1 tháng 1 đến ngày 1 tháng 4) mà công ty cổ phần tiến hành kinh doanh tại Georgia. Các mẫu, khoản phí và những hướng dẫn cho các hồ sơ này có thể được tìm thấy tại trang web của Bộ trưởng Bộ Ngoại giao [www.georgiacorporations.org](http://www.georgiacorporations.org).

Công ty cổ phần phải nộp tờ khai thuế thu nhập hàng năm với IRS và với tất cả các tiểu bang mà công ty cổ phần tiến hành kinh doanh. Nhìn chung, các chủ sở hữu hoặc cổ đông của công ty cổ phần được bảo vệ khỏi các nghĩa vụ của doanh nghiệp, nhưng khi công ty cổ phần còn nhỏ, các nhà tín dụng thường yêu cầu các khoản bảo lãnh cá nhân của các chủ sở hữu chính trước khi cấp tín dụng.

Chi phí bổ sung để thành lập và quản lý công ty cổ phần thường được coi là một cái giá nhỏ phải trả cho sự bảo vệ pháp lý lâu dài mà các chủ sở hữu công ty cổ phần có được. Việc thành lập một doanh nghiệp mang lại một số lợi ích khác như là khả năng huy động vốn bổ sung thông qua việc bán vốn cổ phần (cổ phiếu) và nghĩa vụ giới hạn của tất cả các chủ sở hữu trong doanh nghiệp. Cơ cấu công ty cũng cho phép doanh nghiệp tiếp tục hoạt động khi các chủ sở hữu ban đầu lựa chọn về hưu hoặc không thể tiếp tục tham gia kinh doanh.

Những thuận lợi:

- Nghĩa vụ các cổ đông được giới hạn ở khoản đầu tư cố định
- Tách biệt sự tồn tại pháp lý của công ty cổ phần khỏi sự tồn tại của cá nhân vì mục đích thuế

- Quyền sở hữu có thể được chuyển nhượng thông qua việc bán cổ phần

## CHƯƠNG 6: CÁC VẤN ĐỀ PHÁP LÝ VÀ QUẢN LÝ RỦI RO

### Lựa chọn hình thức pháp lý cho doanh nghiệp

- Sự ổn định và sự lâu dài tương đối của doanh nghiệp
- Dễ dàng đảm bảo vốn thông qua việc phát hành cổ phiếu

Những bất lợi:

- Các hoạt động được quy định bởi Chính phủ
- Tiềm năng bị thao túng bởi các cổ đông sở hữu lượng lớn cổ phiếu
- Yêu cầu báo cáo địa phương, tiểu bang và liên bang
- Đánh thuế hai lần: Thu nhập ròng của công ty bị đánh thuế theo thuế suất doanh nghiệp và cổ tức của cổ đông bị đánh thuế là thu nhập cá nhân (chỉ dành cho Công ty cổ phần C)
- Nhìn chung thành lập và vận hành tốn kém hơn so với doanh nghiệp tư nhân hay công ty hợp danh

Liên hệ :

Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Georgia

Phòng công ty cổ phần

<https://ecorp.sos.ga.gov>

### CÔNG TY CỔ PHẦN S

Một công ty cổ phần trong nước được sở hữu bởi không quá 100 cổ đông, chỉ có một loại cổ phiếu và không sở hữu hơn 80% cổ phần của một công ty khác có thể chọn đăng ký trở thành Tiểu mục S Công ty cổ phần S với Sở Thuế vụ. Công ty cổ phần S được cấp các quyền và nghĩa vụ giống như một công ty, nhưng có thể chịu sự ảnh hưởng xử lý thuế khác nhau của Sở Thuế vụ (IRS). Một công ty phải nộp đơn xin cấp trạng thái Công ty cổ phần S trước ngày 15 của tháng thứ ba sau khi thành lập bằng cách nộp *Mẫu 2553* cho IRS.

Những thuận lợi:

- Loại bỏ việc đánh thuế kép đối với công ty
- Các cổ đông có thể khấu trừ các khoản lỗ
- Giới hạn nghĩa vụ cá nhân
- Quyền sở hữu có thể chuyển nhượng thông qua việc bán cổ phiếu
- Tín dụng đầu tư có thể chuyển qua cho các cổ đông
- Tính liên tục trong kinh doanh

### LÝ RỦI RO

- Chủ sở hữu có thể tham gia quản lý Công ty cổ phần S

Những khó khăn:

- Thu nhập đầu tư thụ động không được vượt quá 25% tổng doanh thu gộp trong mỗi ba năm liên tiếp
- Một số tiểu bang không công nhận các công ty S (Georgia công nhận các công ty S)
- Phải đáp ứng các yêu cầu đủ điều kiện
- Các cổ đông không thể là các công ty hoặc người nước ngoài
- Chỉ có thể cung cấp một loại cổ phiếu và số lượng cổ đông không vượt quá 100

**Lựa chọn hình thức pháp lý cho doanh nghiệp**

### CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN

Công ty trách nhiệm hữu hạn (LLC) là một hình thức lai của một tổ chức kết hợp giữa giữa lợi ích thuế và tính linh hoạt của doanh nghiệp hợp danh cùng với sự bảo vệ trách nhiệm hữu hạn của một công ty. Một công ty trách nhiệm hữu hạn thường được sở hữu bởi hai hoặc nhiều người có quyền lợi được gọi là thành viên. Một công ty trách nhiệm hữu hạn được thành lập bằng cách đăng ký tên và gửi điều lệ của tổ chức cho Bộ trưởng Bộ Ngoại giao để nộp hồ sơ. Điều lệ này cung cấp thông tin tương tự như các điều khoản thành lập công ty.

Việc quản lý công ty được trao cho một người quản lý hoặc những người quản lý. Người quản lý có thể là thành viên hoặc không. Thành viên của công ty trách nhiệm hữu hạn có thể bao gồm các cá nhân, công ty cổ phần, quan hệ đối tác, quỹ tín thác, các công ty trách nhiệm hữu hạn khác và các doanh nghiệp khác. Các công ty trách nhiệm hữu hạn thường được yêu cầu phải có ít nhất hai thành viên khi được thành lập, mặc dù Georgia cho phép các công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên.

Những thuận lợi:

- Không giống như Công ty cổ phần S, công ty trách nhiệm hữu hạn không có giới hạn về số lượng các thành viên.
- Được công nhận là một pháp nhân riêng biệt
- Bảo vệ tài sản cá nhân của các thành viên giống như họ là các cổ đông của công ty
- Có thể chào bán các loại cổ phiếu khác nhau
- Loại bỏ được việc đánh thuế hai lần mà các cổ đông công ty phải trả
- Các khoản lỗ được khấu trừ bởi các thành viên
- Lợi nhuận có thể được phân bổ dựa trên các yếu tố khác ngoài tỷ lệ phần trăm sở hữu cổ phiếu



- Đạt được các mục tiêu về trách nhiệm hữu hạn và xử lý thuế chuyển tiếp với ít những hạn chế hơn so với các loại hình kinh doanh khác.

## CHƯƠNG 6: CÁC VẤN ĐỀ PHÁP LÝ VÀ QUẢN LÝ RỦI RO

### Lựa chọn hình thức pháp lý cho doanh nghiệp

- Các chủ sở hữu có thể tham gia trong quá trình quản lý công ty trách nhiệm hữu hạn

Những bất lợi:

- Công ty trách nhiệm hữu hạn có thể không phù hợp với hoạt động đa tiểu bang. Nhiều tiểu bang chưa áp dụng các đạo luật và quy định đối với các công ty trách nhiệm hữu hạn “nước ngoài”, do đó trách nhiệm hữu hạn của các công ty trách nhiệm hữu hạn tại Georgia có thể không được xem trọng ở các bang khác khi đánh thuế công ty trách nhiệm hữu hạn như một công ty.
- Có thể khó khăn trong việc chuyển đổi từ hình thức công ty sang công ty trách nhiệm hữu hạn mà không gây ảnh hưởng tiêu cực về thuế.
- Tùy thuộc vào cách diễn đạt trong thỏa thuận hoạt động, có thể không có sự chuyển nhượng tự do về các lợi ích.
- Tùy thuộc vào cách diễn đạt trong thỏa thuận hoạt động, công ty trách nhiệm hữu hạn có thể không tồn tại vĩnh viễn, một công ty trách nhiệm hữu hạn có thời gian hoạt động đến 30 năm ở Georgia.
- Khuyến nghị tìm sự trợ giúp từ luật sư và kế toán chuyên nghiệp.

Các doanh nghiệp có những yêu cầu khác nhau liên quan đến phân vùng, giấy phép, cấp phép, bảo hiểm và thuế. (Lưu ý: Các yêu cầu về thuế cũng được đề cập trong chương tiếp theo có tiêu đề "Ghi chép báo cáo tài chính").

### Các vấn đề Tuân thủ

#### QUY HOẠCH VÀ PHÂN VÙNG

**Phân vùng:** Trước khi mua hoặc thuê một cơ sở, bạn nên kiểm tra với các cơ quan quy hoạch địa phương/quận về việc phân vùng tài sản, khu vực đậu xe và biển báo dành cho doanh nghiệp của bạn. Các cơ quan quy hoạch cũng kiểm soát hoạt động kinh doanh tại nhà.

**Giấy chứng nhận sử dụng:** TheCục cảnh sát phòng cháy chữa cháy địa phương nên kiểm tra tòa nhà về việc tuân thủ quy định phòng cháy chữa cháy trước khi sử dụng.

**Giấy chứng nhận nghiệm thu công trình:** Thanh tra công trình địa phương chứng nhận sử dụng hợp lý các lối ra vào, nhà vệ sinh và các loại công trình.

#### GIẤY PHÉP

Mọi hoạt động kinh doanh đều phải có giấy phép kinh doanh phù hợp. Giấy phép kinh doanh còn được gọi là “giấy chứng nhận thuế kinh doanh” hoặc “cấp phép thuế môn bài”. Giấy phép kinh doanh được cấp tại thị trấn chính, tòa án quận hoặc tòa nhà hành chính của thành phố hoặc quận nơi có địa điểm kinh doanh của bạn. Bạn nên kiểm tra với từng quận nơi bạn tiến hành kinh doanh để biết các yêu cầu về giấy phép kinh doanh và các phí áp

dụng.

### LÝ RỦI RO

Các vấn đề Tuân thủ

#### TÊN THƯƠNG MẠI

Tất cả các doanh nghiệp tổ chức dưới dạng chủ doanh nghiệp cá nhân hoặc công ty hợp danh mà hoạt động dưới một cái tên không phản ánh quyền sở hữu thì nên đăng ký tên thương mại (tên giả) với Thư ký Tòa án Tối cao của quận nơi doanh nghiệp đó đặt trụ sở. Ví dụ, một cửa hàng kem do Joe Smith sở hữu sẽ đăng ký với tên "Cửa hàng kem Joe Smith hoạt động dưới tên The Corner Creamery."

#### CẤP PHÉP

Với hơn 30 loại hình kinh doanh phải tuân theo cấp phép, giấy phép và thanh tra đặc biệt. Chúng bao gồm trường học, cơ quan tuyển dụng, trung tâm chăm sóc trẻ em, đại lý chứng khoán, vận tải ô tô, tổ chức tài chính, giải trí công cộng, cơ quan thám tử, chuyên gia thẩm mỹ, hệ thống sưởi và không khí, điện lạnh, thợ ống nước và thợ điện. Thông tin về cấp phép, giấy phép và kiểm tra có thể được tìm thấy thông qua văn phòng cấp phép hoặc thanh tra địa phương của bạn hoặc tại trang web sau: [www.sos.state.ga.us/plb](http://www.sos.state.ga.us/plb)

**Xử lý và phân phối thực phẩm:** Theo luật law, bất cứ doanh nghiệp tham gia chế biến, xử lý, bảo quản hoặc phân phối sản phẩm thực phẩm đều phải xin cấp phép từ:

Sở Nông nghiệp Georgia  
Phòng Bảo vệ Người tiêu dùng

[www.agr.georgia.gov](http://www.agr.georgia.gov)

**Chế biến và chuẩn bị thức ăn:** Các doanh nghiệp tham gia chế biến và chuẩn bị thức ăn để phục vụ (các nhà hàng, khách sạn, viện dưỡng lão...) phải được sở y tế quận địa phương kiểm tra và cấp phép.

**Giấy phép kinh doanh rượu:** Các doanh nghiệp muốn kinh doanh đồ uống có cồn phải xin giấy phép. Kiểm tra với giấy phép thành phố của bạn và sở thuế hoặc sở tài chính quận để biết thêm thủ tục.

## CHƯƠNG 6: CÁC VẤN ĐỀ PHÁP LÝ VÀ QUẢN LÝ RỦI RO

### Các vấn đề Tuân thủ

#### NHÃN HIỆU, NHÃN HIỆU DỊCH VỤ, BẰNG SÁNG CHẾ, BẢN QUYỀN

Nhãn hiệu (trademark) được định nghĩa là bất kỳ từ, tên, ký hiệu, thiết bị hoặc sự kết hợp nào ở trên được một cá nhân hoặc tổ chức chấp nhận và sử dụng để xác định hàng hóa được sản xuất hoặc bán và để phân biệt chúng với hàng hóa do cá nhân hoặc tổ chức khác sản xuất hoặc bán. Tương tự, nhãn hiệu dịch vụ (service mark) được một cá nhân hoặc tổ chức sử dụng để xác định các dịch vụ được cung cấp hoặc chào bán và để phân biệt chúng với một cá nhân hoặc tổ chức khác. Thương hiệu, nhãn hiệu dịch vụ và bằng sáng chế có thể được đăng ký để bảo vệ pháp lý. Có thể lấy thông tin và đơn đăng ký từ:

Nhãn hiệu/ Nhãn hiệu Dịch vụ

Bộ trưởng Ngoại giao

Phòng Công ty cổ phần

<http://sos.ga.gov/page/trademark-and-service-mark>.

Bằng sáng chế (patent) được Chính phủ Hoa Kỳ cấp cho nhà phát minh “để ngăn cản người khác chế tạo, sử dụng, chào bán hoặc bán phát minh đó trên khắp Hoa Kỳ hoặc nhập khẩu phát minh đó vào Hoa Kỳ” trong một thời gian giới hạn để đổi lấy việc công bố thông tin đó khi sáng chế được cấp Bằng độc quyền. Các ấn bản liên quan đến luật bằng sáng chế, thương hiệu và phát minh có sẵn tại Nhà sách Liên bang và Bộ Thương mại Hoa Kỳ. Bạn có thể muốn tham khảo ý kiến của một luật sư về bằng sáng chế. Bằng sáng chế được đăng ký tại:

Bộ Thương mại Hoa Kỳ

Văn phòng Sáng chế và Nhãn hiệu

[www.uspto.gov](http://www.uspto.gov)

Bản quyền (copyright) là một hình thức bảo vệ do pháp luật Hoa Kỳ cung cấp cho các tác giả của tác phẩm gốc. Các mẫu và thông tin về bản quyền có sẵn tại Thư viện Quốc hội:

Văn phòng Bản quyền

Thư viện Quốc hội

[www.copyright.gov](http://www.copyright.gov)

### LÝ RỦI RO

#### LUẬT BÁN HÀNG VỚI SỐ LƯỢNG LỚN

Các vấn đề Tuân thủ

Nếu bạn dự định mua một doanh nghiệp đã thành lập, bạn với tư cách là người mua phải tuân thủ Luật Bán hàng số lượng lớn. Điều này yêu cầu rằng ít nhất năm ngày trước khi mua thực tế, mỗi chủ nợ phải được thông báo cá nhân về việc đề xuất bán. Tại các quận có dân số trên 200.000 người, cần phải công bố ý định mua này một lần, không ít hơn bảy ngày trước khi hoàn tất việc mua. Bạn nên tham khảo ý kiến luật sư về thủ tục này.

#### THUẾ TIÊU THỤ & SỬ DỤNG

Các doanh nghiệp bán sản phẩm bán lẻ hoặc bán buôn hoặc cung cấp một số loại dịch vụ nhất định được yêu cầu phải thay mặt tiểu bang thu và nộp thuế bán hàng. Bạn phải nộp đơn lên tiểu bang ở Georgia để xin mã số thuế bán hàng. Mã số này sẽ được gửi cho bạn kèm theo hướng dẫn thu, báo cáo và nộp tiền thuế cho tiểu bang.

Sở Thuế vụ Georgia

Phòng Thuế Tiêu thụ và Sử dụng

<https://dor.georgia.gov/taxes/business-taxes/sales-use-tax>

#### THUẾ TÀI SẢN

Tất cả các doanh nghiệp hoạt động tại Georgia đều được yêu cầu nộp thuế tài sản (theo giá trị) đối với bất động sản và tài sản cá nhân của doanh nghiệp. Bất động sản là đất đai và bất cứ thứ gì đang phát triển, được xây dựng hoặc gắn liền với đất. Tài sản cá nhân là tất cả những gì có thể sở hữu được mà không phải là bất động sản (ví dụ thiết bị, phương tiện). Thuế tài sản được đánh giá và thu bởi các quận riêng lẻ. Do đó, chủ doanh nghiệp phải liên hệ với văn phòng giám định thuế ở quận nơi doanh nghiệp đặt trụ sở để xác định mức thuế phù hợp và lấy mẫu. Trang web của Sở Thuế vụ Georgia có liên kết đến các cơ quan thuế địa phương thông qua Phòng Thuế Tài sản tiểu bang.

Sở Thuế vụ Georgia

Phòng Thuế Tài sản

<https://dor.georgia.gov/>

#### THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP

##### VẤN ĐỀ VIỆC LÀM

Các chủ doanh nghiệp và nhân viên được yêu cầu phải đăng ký với một số cơ quan liên bang và tiểu bang khác nhau. Người sử dụng lao động cũng có trách nhiệm khấu trừ và nộp thuế thay cho nhân viên của mình. Các yêu cầu về thuế, yêu cầu bảo hiểm, xác minh quyền công dân và các vấn đề tuân thủ khác liên quan đến nhân viên được thảo luận bên dưới.

##### *SS-4 Mã số thuế liên bang*

Nếu hình thức pháp lý của bạn là công ty, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty hợp danh hoặc nếu bạn có nhân viên, bạn cần có mã số thuế liên bang. Mẫu SS-4 đã điền đầy đủ thông tin phải được nộp cho Sở Thuế vụ. Mã số này được sử dụng để xác định và nộp thuế thu nhập liên bang và thuế an sinh xã hội thay mặt cho nhân viên của bạn.

Sở Thuế vụ

Phòng dịch vụ giáo dục người nộp thuế

[www.irs.gov](http://www.irs.gov)

##### *W-4 Giấy chứng nhận khấu trừ thuế của nhân viên*

Tất cả nhân viên cần phải hoàn thành Mẫu W-4. Mẫu W-4 hướng dẫn người sử dụng lao động bao gồm bao nhiêu khoản miễn trừ khi tính các khoản khấu trừ thuế thu nhập liên bang. Những mẫu này được lưu trữ trong hồ sơ của nhân viên bạn và không được gửi tới IRS. Các mẫu đơn có thể được lấy từ:

Sở Thuế vụ

[www.irs.gov](http://www.irs.gov)

### LÝ RỦI RO

#### *W-2 Mẫu kê khai lương và thuế*

Các vấn đề tuân thủ

Những người sử dụng lao động phải nộp Mẫu W-2 cho lương đã trả cho mỗi nhân viên mà từ đó thuế thu nhập, bảo hiểm xã hội hoặc bảo hiểm y tế được khấu trừ. Ngoài ra, Mẫu W-2 phải được hoàn thành đối với những nhân viên mà lẽ ra sẽ bị khấu trừ thuế thu nhập nếu nhân viên đó đã từng yêu cầu không quá một khoản trợ cấp khấu trừ hoặc chưa yêu cầu miễn thuế khấu trừ trên Mẫu W-4. Các thông tin chi tiết có sẵn trên trang web IRS

#### *940 Mẫu Đăng ký thuế thất nghiệp liên bang hàng năm của người sử dụng lao*

Người sử dụng lao động có một hoặc nhiều nhân viên được yêu cầu phải chuẩn bị và nộp mẫu đăng ký này. Người sử dụng lao động trả tiền thất nghiệp thay cho nhân viên của họ với tỷ lệ 0,8% của 7.000 USD tiền lương đầu tiên được trả cho nhân viên trong một năm. Thuế này phải được thanh toán hàng quý và vào cuối mỗi năm, bạn phải nộp Mẫu IRS 940 hoặc Mẫu 940EZ, mẫu đăng ký thuế thất nghiệp liên bang hàng năm của người sử dụng lao động.

#### *941 Mẫu khai thuế liên bang hàng quý của người sử dụng lao động*

Khoản khấu trừ liên bang và tiền gửi FICA được đổ i chiế u trên Mẫu 941 khai thuế hàng quý của IRS. FICA được tính trên cơ sở tiền lương của nhân viên. Nhân viên có 1,45 phần trăm cho chăm sóc y tế và 6,2 phần trăm (cho năm 2012, 4,2 phần trăm do tỷ lệ khấu trừ của FICA được tạm thời thay đổi bởi Quốc hội) cho khoản bảo hiểm xã hội bị khấu trừ từ tiền lương của họ và người sử dụng lao động vẫn phải trả 6,2 phần trăm. Liên hệ với IRS để biết Thông tư E liên quan đến việc khấu trừ thuế của nhân viên hoặc tham khảo ý kiến các chuyên gia thuế của bạn

Sở Thuế vụ

[www.irs.gov](http://www.irs.gov)

#### *Số khấu trừ ở tiểu bang Georgia*

Tất cả người sử dụng lao động đều phải có số khấu trừ của tiểu bang. Số này được sử dụng để xác định và nộp thuế thu nhập của tiểu bang Georgia khấu trừ từ séc của nhân viên

Sở Thuế vụ Georgia  
Phòng Thuế Thu nhập

[www.dor.ga.gov](http://www.dor.ga.gov)





## CHƯƠNG 6: CÁC VẤN ĐỀ PHÁP LÝ VÀ QUẢN LÝ RỦI RO

### Các vấn đề tuân thủ

#### ***G-4 Giấy chứng nhận khấu trừ trợ cấp nhân viên***

Tất cả nhân viên cần phải hoàn thành Mẫu G-4 được lưu trong hồ sơ nhân viên và không được gửi đến Sở Thuế vụ. Mẫu G-4 hướng dẫn người sử dụng lao động bao gồm bao nhiêu khoản miễn trừ khi tính các khoản khấu trừ thuế thu nhập của tiểu bang. Các mẫu đơn có thể được lấy từ:

Sở Thuế vụ Georgia  
Phòng Thuế Thu nhập  
[www.dor.georgia.gov](http://www.dor.georgia.gov) hoặc [www.gtc.dor.ga.gov/](http://www.gtc.dor.ga.gov/)

#### ***G-7 Báo cáo đối chiếu hàng quý***

Các yêu cầu khấu lưu thuế dựa trên số tiền thuế đã được khấu lưu trong khoảng thời gian 12 tháng trước đó và kết thúc vào ngày 30 tháng 6. Hãy tham khảo [hướng dẫn thuế ở Georgia](#) để xác định xem doanh nghiệp của bạn nên nộp thuế hàng năm, hàng quý, hàng tháng hay nửa tuần

#### ***DOL-1A Đơn xin trợ cấp thất nghiệp của tiểu Bang***

Tất cả người sử dụng lao động đều phải có mã số của Bộ Lao động ở Georgia để thay mặt nhân viên của họ đóng bảo hiểm thất nghiệp tiểu bang. Đơn đăng ký có sẵn trực tuyến hoặc thông qua văn phòng Bộ Lao động địa phương của bạn

[www.dol.georgia.gov](http://www.dol.georgia.gov)

#### ***DOL-4N Đạo luật thuế thất nghiệp tiểu bang (SUTA)***

Bảo hiểm thất nghiệp ở Georgia dành cho người sử dụng lao động mới là 2,7% trong số 8.500 USD đầu tiên được trả cho nhân viên trong một năm do người sử dụng lao động trả. Người sử dụng lao động cần phải có Báo cáo hàng quý (Mẫu DOL-4N).

[www.dol.georgia.gov](http://www.dol.georgia.gov)

#### ***Chương trình báo cáo tuyển dụng mới của người sử dụng lao động***

Tất cả những người sử dụng lao động phải báo cáo việc tuyển dụng mới cho tiểu bang. Thông tin này được sử dụng để xác định những nhân viên còn nợ tiền cấp dưỡng cho con cái.

### LÝ RỦI RO

Chương trình Báo cáo Tuyển dụng Mới  
[www.ga-newhire.com](http://www.ga-newhire.com)

Các vấn đề tuân thủ

#### *I-9 Xác minh quyền công dân*

Nhân viên phải được xác minh là công dân Hoa Kỳ. Mẫu I-9 của Dịch vụ Định cư và Nhập tịch Hoa Kỳ phải được mỗi nhân viên điền vào và được người sử dụng lao động lưu giữ trong hồ sơ kèm theo các tài liệu thích hợp.

Dịch vụ Định cư và Nhập tịch Hoa Kỳ

[www.uscis.gov](http://www.uscis.gov)

#### *Mức lương tối thiểu*

Hướng dẫn nguồn lực dành cho doanh nghiệp nhỏ có sẵn từ Bộ Lao động Hoa Kỳ. Hướng dẫn này chứa thông tin về làm thêm giờ, mức lương tối thiểu và các vấn đề phúc lợi liên quan khác của nhân viên. Ngay cả khi bạn không thuộc phạm vi luật mức lương tối thiểu liên bang, bạn vẫn phải tuân theo các yêu cầu của luật mức lương tối thiểu ở Georgia. Hãy liên hệ với đại diện Bộ Lao động Hoa Kỳ tại địa phương của bạn hoặc:

Bộ Lao động Hoa Kỳ

[www.dol.gov](http://www.dol.gov)

Bộ Lao động Georgia

[www.dol.georgia.gov](http://www.dol.georgia.gov)

#### *Bảo hiểm bồi thường cho người lao động*

Luật pháp yêu cầu người sử dụng lao động có từ ba nhân viên trở lên phải mua Bảo hiểm bồi thường cho người lao động. Loại bảo hiểm này do Nhà nước quy định nhưng được bán bởi các đại lý bảo hiểm cộng đồng tại địa phương. Nên có tối thiểu ba mức báo giá. Chủ sở hữu làm việc trong doanh nghiệp cũng được coi là nhân viên nhưng có thể được miễn trừ việc mua bảo hiểm bồi thường cho người lao động.

Tiểu bang Georgia

Ủy ban Bồi thường cho Người lao động Tiểu bang

[www.sbwc.georgia.gov](http://www.sbwc.georgia.gov)

## CHƯƠNG 6: CÁC VẤN ĐỀ PHÁP LÝ VÀ QUẢN LÝ RỦI RO

### Các vấn đề tuân thủ

#### *Xác định tình trạng việc làm*

Người sử dụng lao động thường có xu hướng phân loại công nhân của họ là nhà thầu độc lập để tránh gánh nặng về thuế và báo cáo khi tuyển dụng nhân viên. Sở Thuế vụ có một danh sách các điều kiện phải đáp ứng để phân loại người lao động là nhà thầu độc lập, như minh họa bên dưới. Những điều kiện này dựa trên sự kiểm soát của doanh nghiệp đối với một cá nhân. Khi đưa ra quyết định về tình trạng của người lao động, bạn nên xem xét các câu hỏi sau:

- Bạn sẽ nói cho ai biết thời gian, địa điểm và cách thức làm việc?
- Bạn sẽ đào tạo ai đó để họ thực hiện các dịch vụ theo một cách cụ thể không?
- Liệu sự thành công hay tiếp tục kinh doanh của bạn sẽ tùy thuộc vào việc thực hiện một số dịch vụ nhất định của một nhân viên cụ thể không?
- Người lao động sẽ tự mình thực hiện dịch vụ hay không?
- Bạn sẽ thuê, giám sát và trả thưởng cho người lao động không?
- Liệu rằng người lao động sẽ tiếp tục gắn bó với doanh nghiệp của bạn hay không?
- Bạn sẽ đặt giờ làm việc không?
- Bạn sẽ yêu cầu người lao động cống hiến toàn thời gian cho công việc kinh doanh của bạn?
- Công việc sẽ được thực hiện tại chỗ hay theo lộ trình hoặc tại địa điểm bạn chỉ định?
- Bạn sẽ xác định thứ tự hoặc trình tự các dịch vụ sẽ được thực hiện?
- Bạn sẽ yêu cầu nộp các báo cáo bằng miệng hay bằng văn bản?
- Bạn sẽ trả lương cho người lao động theo giờ, tuần hay tháng thay vì theo việc hoàn thành một dự án cụ thể?
- Bạn sẽ trả các chi phí đi lại và kinh doanh không?
- Bạn sẽ cung cấp dụng cụ, vật liệu và thiết bị khác không?
- Liệu người lao động sẽ thực hiện các nhiệm vụ được yêu cầu của anh ấy/cô ấy mà không cần đầu tư vào doanh nghiệp của bạn không?
- Liệu người lao động sẽ KHÔNG kiếm được lợi nhuận hay bị lỗ từ kinh doanh của bạn?
- Thông thường người lao động sẽ chỉ làm việc cho một doanh nghiệp (CỦA BẠN) tại một thời điểm phải không?
- Liệu các dịch vụ được thực hiện có sẽ chỉ được cung cấp cho duy nhất doanh nghiệp của bạn không?
- Bạn sẽ có quyền sa thải người lao động không?
- Người lao động sẽ có quyền nghỉ việc mà không phải gánh chịu trách nhiệm không?



### LÝ RỦI RO

Nếu bạn trả lời có cho tất cả hoặc hầu hết những câu hỏi này, nhân viên của bạn có thể là nhân viên chứ không phải là những người lao động độc lập. Để biết thêm thông tin về các người lao động độc lập, vui lòng tham khảo ý kiến của Sở Thuế vụ hoặc chuyên gia thuế của bạn.

**B**ắt đầu kinh doanh là rủi ro. Một chủ doanh nghiệp mới cần sự bình tĩnh khi nói đến việc bảo vệ tài sản kinh doanh khỏi những tổn thất có thể xảy ra. Chủ doanh nghiệp có nhiều lựa chọn khi xem xét quản lý rủi ro:

Quản lý rủi ro  
và Bảo hiểm

■ Ngăn ngừa những tổn thất xảy ra

*Chủ doanh nghiệp có thể ngăn nhân viên hoặc khách hàng khỏi việc vấp ngã bằng cách loại bỏ tất cả vật cản trên lối đi của doanh nghiệp. Trường hợp cụ thể: dây điện phải được cố định đúng cách và cách xa lối đi. Việc đào tạo nhân viên nhấn mạnh đến an toàn tại nơi làm việc, năng lực kỹ thuật và hành vi kinh doanh phù hợp (hành động có đạo đức, không quấy rối) có thể ngăn ngừa các tai nạn hoặc vụ kiện tụng tiềm ẩn.*

■ Giảm mức độ nghiêm trọng của khoản lỗ mà không thể ngăn ngừa được

*Chủ doanh nghiệp lắp các thanh kim loại phía trên khu vực cửa sổ có thể ngăn người khác vào cơ quan, nhưng sẽ không ngăn được người nào đó ném đồ vật vào giữa các thanh và làm vỡ kính cửa sổ. Hệ thống an ninh (báo động, mật khẩu và có bảo vệ) có thể giúp ngăn chặn và/hoặc giảm thiểu rủi ro trộm cắp. Ngoài ra, các hồ sơ trùng lặp cập nhật phải được lưu giữ bên ngoài cơ quan để phòng hỏa hoạn hoặc các thảm họa thiên nhiên khác. Ngoài việc bảo vệ tài sản vật chất, tài sản trí tuệ cần được bảo vệ thông qua việc sử dụng các ăng sáng chế, thương hiệu và nhãn hiệu dịch vụ.*

■ Hấp thụ chi phí các khoản lỗ bằng cách sử dụng tài sản công ty

*Nếu các mảnh vỡ rơi từ xe tải của doanh nghiệp và làm vỡ kính chắn gió của một phương tiện khác, doanh nghiệp có thể thay thế kính chắn gió bằng nguồn lực của công ty (các quỹ).*

■ Chuyển rủi ro tổn thất cho bên thứ ba bằng cách mua bảo hiểm

*Một chủ doanh nghiệp mua chính sách tài sản cho nội dung kinh doanh và văn phòng của hàng của anh ấy. Nếu một cơn lốc xoáy gây thiệt hại nghiêm trọng cho văn phòng và đồ đạc bên trong, chủ doanh nghiệp sẽ nhận được khoản tiền bồi thường theo quy định trong hợp đồng bảo hiểm để xây dựng lại văn phòng và thay thế đồ đạc bên trong. Số tiền thực tế thu được sẽ phụ thuộc vào giới hạn, điều khoản và điều kiện của chính sách.*

Có rất nhiều loại hình kinh doanh bảo hiểm có sẵn. Một số loại phổ biến hơn được mô tả trong bảng bên dưới. Tất cả các chính sách đều cần thiết cho mọi doanh nghiệp. Bạn phải quyết định điều gì là quan trọng nhất đối với hoạt động kinh doanh cụ thể của mình, nghĩa là mức độ rủi ro mà doanh nghiệp của bạn có thể chấp nhận và vẫn duy trì được sự tồn tại. Sau khi quyết định các loại bảo hiểm cần thiết, bạn nên xem xét mức độ bảo hiểm so với chi phí của mức bảo hiểm đó.

## CHƯƠNG 6: CÁC VẤN ĐỀ PHÁP LÝ VÀ QUẢN LÝ RỦI RO

<b>Quản lý Rủi ro và Bảo hiểm</b>	<b>Loại bảo hiểm</b>	<b>Mô tả</b>
	Bảo hiểm tài sản kinh doanh	Bao gồm bảo hiểm cho văn phòng, tài sản cá nhân trong kinh doanh, tài sản cá nhân của người khác và khoản lỗ thu nhập kinh doanh. Tài sản có thể được định giá theo giá thay thế (thường là phương án tốt hơn) hoặc theo giá trị khấu hao.
	Bảo hiểm trách nhiệm chung kinh doanh	Phạm vi bảo hiểm này đôi khi được gọi là “trách nhiệm công cộng”. Sản phẩm này cung cấp sự bảo vệ cho các bên thứ ba có thể được bảo hiểm do hoạt động kinh doanh của bạn. Bảo hiểm này có hiệu lực khi ai đó trượt chân trên vỉa hè trước doanh nghiệp của bạn hoặc khi ai đó khăng định nhân viên của bạn đã sơ suất trong việc lắp đặt thiết bị chiếu sáng và sau đó xảy ra hỏa hoạn và nguyên nhân được xác định là do hệ thống dây điện có lỗi.
	Bảo hiểm chính sách của Chủ doanh nghiệp	Sự kết hợp giữa tài sản thương mại và trách nhiệm pháp lý được thiết kế riêng cho một số loại hình doanh nghiệp nhỏ. Điều này thường bao gồm bảo hiểm tài sản thương mại và trách nhiệm chung kinh doanh, nhưng không bao gồm trách nhiệm nghề nghiệp.
	Bảo hiểm thương mại vận tải đường thủy trong nước	Bao gồm bảo hiểm cho thiết bị di động, thiết bị máy tính, các văn phòng đang được xây dựng, hàng hóa được vận chuyển/kéo và bảo hiểm chủ hàng. Bảo hiểm chủ hàng sẽ cần thiết đối với bất kỳ loại hình kinh doanh nào nhận hàng hóa của khách hàng để sửa chữa hoặc làm sạch, chẳng hạn như tiệm giặt khô hoặc cửa hàng sửa chữa đồ trang sức.
	Bảo hiểm xe ô tô kinh doanh	Bao gồm bảo hiểm trách nhiệm pháp lý, thanh toán y tế, người lái xe ô tô không có bảo hiểm, bảo hiểm thiệt hại vật chất, dịch vụ kéo xe và bồi thường xe thuê. Phạm vi bảo hiểm này dành cho các phương tiện thuộc sở hữu của doanh nghiệp và được liệt kê trong hợp đồng. Ngoài ra, bảo hiểm có thể được cung cấp cho các phương tiện được cho thuê hoặc mượn. Ví dụ: công ty của bạn có thể phải chịu trách nhiệm nếu một nhân viên sử dụng phương tiện cá nhân của mình để làm việc cho công ty và nhân viên đó gặp tai nạn trong thời gian này.
	Bảo hiểm gara và đại lý	Bao gồm trách nhiệm của gara, thiệt hại vật chất của đại lý và bảo hiểm của người giữ gara. Chính sách này là sự kết hợp giữa các chính sách về trách nhiệm chung kinh doanh lẫn xe ô tô kinh doanh và được thiết kế cho các loại hình kinh doanh cụ thể. Bảo hiểm này thường áp dụng cho các cửa hàng sửa chữa ô tô, đại lý ô tô, v.v.

**LÝ RỦI RO**

Loại bảo hiểm	Mô tả
Bảo hiểm trách nhiệm bổ sung kinh doanh	Bao gồm một lớp bảo hiểm trách nhiệm bổ sung vượt trên trách nhiệm chung kinh doanh, trách nhiệm xe ô tô kinh doanh, trách nhiệm của gara và trách nhiệm của người sử dụng lao động. Ví dụ: một doanh nghiệp có giới hạn trách nhiệm bổ sung kinh doanh là 1,000,000 USD sẽ có giới hạn 2,000,000 USD cho mỗi yêu cầu bồi thường được bảo hiểm. Ngoài ra, trong một số trường hợp, chính sách trách nhiệm bổ sung có thể cung cấp phạm vi bảo hiểm chính cho một số loại yêu cầu bồi thường nhất định mà lớp bảo hiểm đầu tiên có thể không bao gồm. Trong trường hợp này, chính sách bao gồm một khoản giảm trừ lớn, thường là 10,000 USD.
Bảo hiểm bồi thường người lao động	Bao gồm trách nhiệm của người sử dụng lao động và các quyền lợi theo quy định của pháp luật. Bảo hiểm này được yêu cầu ở tiểu bang Georgia đối với bất kỳ chủ lao động nào có từ ba nhân viên trở lên. Người chủ sở hữu có thể được tính là một trong ba nhân viên tùy theo hình thức pháp lý của doanh nghiệp. Các mức lương được cấu trúc phù hợp với nhiệm vụ cụ thể của nhân viên. Ví dụ, một nhân viên văn phòng không phải đối mặt với những mối nguy hiểm tương tự ở nơi làm việc như một nhà thầu lợp mái, và do đó, mức lương dành cho nhân viên văn thư là rất thấp so với mức lương dành cho nhà thầu lợp mái.
Các chính sách khác	Bao gồm nôi hơi & máy móc, Ban Giám đốc & các nhân viên, người chủ chốt, trách nhiệm chuyên môn (lỗi & thiếu sót), tội phạm thương mại, hợp đồng thuê, chi phí bổ sung, gián đoạn kinh doanh, hủy bỏ hội nghị, kính và biển hiệu, tài khoản phải thu và giấy tờ có giá.

**Quản lý  
Rủi ro và  
Bảo hiểm**

Một số công ty bán bảo hiểm trực tiếp cho khách hàng doanh nghiệp của họ, nhưng cũng có nhiều công ty bảo hiểm sử dụng mạng lưới đại lý và môi giới để tiếp thị sản phẩm của họ. Để tìm một đại lý mà bạn có thể cảm thấy thoải mái và tin tưởng, hãy hỏi thông tin giới thiệu từ các chủ doanh nghiệp khác, tốt nhất là trong cùng ngành của bạn hoặc kiểm tra với phòng thương mại hoặc văn phòng SBDC tại địa phương của bạn. Một thông tin xác thực cần tìm khi lựa chọn một đại lý hoặc nhà môi giới là xác định xem người đó có đạt được bất kỳ chứng chỉ nào hay không. Một số chứng chỉ chuyên môn phổ biến bao gồm CPCU (Người bảo lãnh thiệt hại tài sản được cấp phép), CIC (Tur vấn bảo hiểm được chứng nhận), AAI (Chuyên gia được công nhận về bảo hiểm) hoặc ARM (Chứng chỉ về quản lý rủi ro).<sup>5</sup> Khi chủ sở hữu quyết định mua loại bảo hiểm nào, các đại lý có thể hỗ trợ rất nhiều trong việc giải thích thuật ngữ có tính kỹ thuật của các chương trình và chính sách khác nhau (ví dụ: khoảng thời gian chờ đợi, mức đồng bảo hiểm, các mức phí cho phép, mức tối đa trong hợp đồng và điều khoản về chiến tranh). Việc trao đổi với các chủ doanh nghiệp khác trong cùng ngành về các chương trình bảo hiểm của họ và kiểm tra với các hiệp hội thương mại để biết các chương trình đặc biệt dành cho thành viên cũng có thể mang lại lợi ích.

<sup>5</sup>Chadderdon, Lisa. “Bảo hiểm kinh doanh: A 12-Danh sách kiểm tra đi kèm,” Inc.com. Ngày 01 tháng 10, 2001.





## CHƯƠNG 6: CÁC VẤN ĐỀ PHÁP LÝ VÀ QUẢN LÝ RỦI RO

### Quản lý Rủi ro và Bảo hiểm

Chủ sở hữu doanh nghiệp mới nên thảo luận với đại lý bảo hiểm về những vấn đề sau:

- *Thủ tục khiếu nại cho các chính sách cụ thể của bạn.* Bạn sẽ cần biết những hành động được yêu cầu từ bạn sau khi khiếu nại xảy ra. Một số công ty có các quy trình cụ thể cần phải tuân thủ, nếu không các khoản phạt sẽ được áp dụng.
- *Tùy chọn kế hoạch thanh toán.* Hầu hết các công ty bảo hiểm hiện nay đều cung cấp các kế hoạch trả góp phù hợp với ngân sách của doanh nghiệp nhỏ và giúp cải thiện dòng tiền.
- *Các điều khoản bổ sung liên quan đến doanh nghiệp cụ thể của bạn.* Đối với các doanh nghiệp gia đình, đôi khi có thể thêm các điều khoản bổ sung vào chính sách bảo hiểm chủ nhà để bảo hiểm cho doanh nghiệp. Tùy thuộc vào công ty bảo hiểm và loại hình kinh doanh, phương án này có thể hợp lý hơn.
- *Các dịch vụ bổ sung mà họ cung cấp cho bạn như một khách hàng.* Hầu hết các đại lý bảo hiểm đều cung cấp một số dịch vụ miễn phí, nhưng họ không luôn quảng cáo thông tin này. Ví dụ, một số công ty cung cấp đường dây nóng khiếu nại 24 giờ.

Ngoài ra, một đại lý nên cung cấp:

- Bản sao lịch sử khoản lỗ của bạn mỗi năm khoảng 90 ngày trước ngày gia hạn. Đại lý/công ty bắt buộc được yêu cầu phải cung cấp những thông tin này cho bạn trong vòng 30 ngày kể từ khi bạn yêu cầu, theo quy định của luật tiểu bang Georgia. Hãy yêu cầu khoảng thời gian ba năm để bạn có thể cập nhật thông tin về các khiếu nại trong những năm trước.
- Các báo giá từ một số công ty bảo hiểm khác nhau, nếu có thể. Hãy yêu cầu xem bản sao bằng văn bản các báo giá từ tất cả các công ty ngay cả khi đại lý nói với bạn rằng các khoản phí bảo hiểm cao hơn chính sách hiện tại của bạn. Hãy thực hiện so sánh "ngang hàng giữa các báo giá" vì các khoản phí bảo hiểm thấp thường dẫn đến sự bảo hiểm ít hơn.
- Một báo giá gia hạn bằng văn bản ít nhất 30 ngày trước ngày gia hạn. Điều này cho phép bạn có đủ thời gian để xem xét các lựa chọn của mình.

Phòng bảo hiểm Georgia  
[www.gainsurance.org](http://www.gainsurance.org)

Chương tiếp theo của cuốn sách này bắt đầu áp dụng nhiều nguyên tắc đã được thảo luận cho đến nay và kết quả là các hành động mà doanh nhân phải thực hiện dựa trên quyết định về cách quản lý doanh nghiệp.

**CHƯƠNG 7:  
HỆ THỐNG  
LƯU TRỮ HẠCH  
TOÁN**

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

**Tại sao cần có Hệ thống Lưu trữ Hạch toán?**

Các doanh nghiệp ghi chép các giao dịch tài chính của mình với ba lý do. Thứ nhất, hồ sơ tài chính được sử dụng để chuẩn bị các báo cáo và mẫu khai thuế theo yêu cầu của chính phủ liên bang, tiểu bang hoặc địa phương. Thứ hai, các doanh nghiệp tìm kiếm vốn sẽ cần trình bày hồ sơ tài chính của mình cho các người cho vay hoặc nhà đầu tư. Thứ ba, và quan trọng nhất, hồ sơ tài chính được lưu trữ tốt có thể được sử dụng bởi ban quản lý để cải thiện hoạt động và lợi nhuận.

Hầu hết các doanh nghiệp hiểu được tầm quan trọng của việc lưu trữ hồ sơ tài chính là để tuân thủ pháp luật, nhưng lại bỏ qua cách mà các hồ sơ này có thể được sử dụng để cải thiện hoạt động kinh doanh. Thông tin được tạo ra bằng cách ghi chép và giám sát các giao dịch tài chính có thể giúp chủ doanh nghiệp và quản lý nhận ra xu hướng và vấn đề tiềm năng, và hành động dựa trên các điều kiện này để cải thiện lợi nhuận.

**Lựa chọn một Phương pháp Kế toán**

Loại phương pháp kế toán thuế và hệ thống kế toán mà một công ty chọn phụ thuộc vào một số yếu tố, bao gồm hình thức pháp lý của doanh nghiệp, loại hình kinh doanh, xem xét liệu doanh nghiệp có duy trì hàng tồn kho hay doanh nghiệp có nhân viên hay không.

### CÁC PHƯƠNG PHÁP KẾ TOÁN

Nhìn chung, chủ doanh nghiệp chọn giữa hai phương pháp kế toán: phương pháp kế toán tiền mặt và phương pháp kế toán dồn tích. Tuy nhiên, có những phương pháp kế toán kết hợp, thường được gọi là phương pháp kế toán "dồn tích biến đổi", mà một doanh nghiệp có thể chọn khi quản lý tài chính không thuận lợi cho phương pháp kế toán tiền mặt hoặc dồn tích. Phương pháp được chọn cho doanh nghiệp phải tuân thủ các nguyên tắc của Sở Thuế vụ. Doanh nghiệp không được phép thay đổi phương pháp kế toán hàng năm, trừ phi sau khi nộp báo cáo thuế lần đầu tiên, doanh nghiệp có yêu cầu và được Sở Thuế Nội vụ chấp thuận thay đổi phương pháp kế toán. Yêu cầu phê duyệt thay đổi phương pháp kế toán phải được nộp theo *Mẫu 3115* của *Sở Thuế vụ*.

#### *Phương pháp kế toán tiền mặt*

Phương pháp kế toán tiền mặt được nhiều doanh nghiệp nhỏ ưa thích vì nó đơn giản nhất khi sử dụng và dễ học nhất. Tuy nhiên, các doanh nghiệp có lượng hàng tồn kho lớn, một số công ty cổ phần và một số công ty hợp danh nhất định bị cấm sử dụng phương pháp kế toán tiền mặt. Theo các quy tắc kế toán đơn giản mới, hầu hết các nhà cung cấp dịch vụ nhỏ có tổng doanh thu trung bình lên tới 10 triệu USD sẽ có thể sử dụng phương pháp kế toán tiền mặt. Phương pháp tiền mặt là phương pháp đơn giản nhất mà trong đó sổ sách phản ánh dòng tiền vào và ra thực tế của doanh nghiệp. Thu nhập được báo cáo khi nhận

được và chi phí được báo cáo khi được thanh toán.

## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ

### HẠCH TOÁN

#### *Phương pháp kế toán dồn tích*

Hầu hết các doanh nghiệp lớn và các doanh nghiệp duy trì hàng tồn kho đáng kể đều sử dụng phương pháp kế toán dồn tích. Theo phương pháp này, thu nhập được báo cáo trong năm kiếm được chứ không phải năm nhận được. Chi phí được báo cáo trong năm phát sinh, không phải vào thời điểm thực tế thanh toán. Mục đích của phương pháp kế toán này là để phù hợp cả thu nhập và chi phí trong năm phát sinh chứ không phải trong năm nhận.

Lựa chọn một  
Phương pháp  
Kế toán

#### *Phương pháp kế toán dồn tích biến đổi*

Phương pháp kế toán dồn tích biến đổi sử dụng sự kết hợp giữa phương pháp kế toán tiền mặt và kế toán dồn tích. Phương pháp kế toán dồn tích biến đổi là lựa chọn tốt nhất khi có lý do kinh doanh hợp lý; doanh nghiệp phải sử dụng cùng một hệ thống kế toán nhất quán từ năm này sang năm khác. Phương thức dồn tích biến đổi không ghi đè lên các phương pháp khác. Ví dụ: nếu một doanh nghiệp duy trì hàng tồn kho thì phương pháp dồn tích phải xác định chính xác giá vốn hàng bán trong năm. Nếu việc bán hàng được thực hiện bằng hình thức tín dụng thì thu nhập và chi phí phải được ghi nhận theo phương pháp dồn tích. Một ví dụ về phương pháp này là một cửa hàng quà tặng bán nhỏ lẻ, trong đó khách hàng sử dụng tiền mặt và mang đi. Doanh nghiệp phải chịu một số chi phí hoạt động trong thời hạn 60 ngày. Tuy nhiên, doanh nghiệp hạch toán giá vốn hàng bán trên cơ sở dồn tích và sử dụng cơ sở tiền mặt cho chi phí hoạt động, bất kể thời hạn của chúng.

### HÌNH THỨC PHÁP LÝ CỦA DOANH NGHIỆP

Như đã thảo luận trước đây, một trong những quyết định quan trọng đầu tiên mà chủ doanh nghiệp đưa ra là hình thức pháp lý của doanh nghiệp. Loại hình pháp nhân được chọn sẽ có những hệ quả về thuế cũng như các vấn đề pháp lý khác và những tác động về việc thông tin tài chính được ghi chép và báo cáo như thế nào. Việc cung cấp thông tin chi tiết về những hồ sơ được yêu cầu đối với mỗi doanh nghiệp nằm ngoài phạm vi của cuốn sách này. Để biết thêm thông tin về vấn đề này, vui lòng tham khảo trang web [www.irs.gov](http://www.irs.gov), trang web của Sở Thuế vụ. Đối với doanh nghiệp tư nhân, vui lòng xem *Ấn bản 334*. Đối với công ty hợp danh, vui lòng xem *Ấn bản 541*. Đối với công ty cổ phần, vui lòng xem *Ấn bản 542*. Nếu doanh nghiệp của bạn là công ty trách nhiệm hữu hạn (LLC), bạn chọn lựa cách công ty bị đánh thuế: với tư cách là doanh nghiệp tư nhân, công ty hợp danh, công ty hoặc công ty S. Chương sáu của cuốn sách này cung cấp thông tin liên quan đến các phương án lựa chọn hình thức pháp lý cho doanh nghiệp.

### NHỮNG ĐIỀU CƠ BẢN

Trước khi thảo luận về các loại hồ sơ cần lưu giữ, chúng ta hãy đề cập đến hai đặc điểm thiết yếu của hệ thống lưu giữ hạch toán hiệu quả. Thông tin kế toán của bạn phải *kịp thời* và *chính xác*. Thiếu một trong hai đặc điểm thì

Các vấn đề  
Lưu trữ  
Hạch toán

không đầy đủ. Các báo cáo tài chính thì chính xác đến từng xu nhưng lại được tạo ra quá trễ để hành động thì đều vô ích. Tương tự, báo cáo tài chính kịp thời sẽ vô giá trị nếu chúng không chính xác.

## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

---

### Các vấn đề Lưu trữ Hạch toán

Ngoại trừ một số trường hợp, luật pháp không yêu cầu doanh nghiệp phải lưu giữ các loại hồ sơ cụ thể. Bất kỳ hệ thống lưu trữ hạch toán nào mà báo cáo chính xác thu nhập đều được chấp nhận. Như đã thảo luận trước đó, loại hình kinh doanh ảnh hưởng đến các loại hồ sơ được yêu cầu cho mục đích thuế liên bang. Luật yêu cầu hồ sơ tài chính của doanh nghiệp phản ánh tổng thu nhập. Vì mục đích quản lý và thuế, chi phí phải được ghi nhận trong cùng kỳ với thu nhập liên quan được tạo ra. Bất kể hệ thống kế toán nào, hệ thống lưu trữ hạch toán đều phải bao gồm bản tóm tắt các giao dịch kinh doanh. Việc tóm tắt này thường được lập trong sổ nhật ký kế toán và sổ cái. Đối với hầu hết các doanh nghiệp nhỏ, quyển séc kinh doanh là nguồn chính của việc nhập liệu ban đầu trong hệ thống lưu trữ hạch toán của doanh nghiệp. Bên cạnh quyển séc, tài liệu hỗ trợ như các phiếu bán hàng, hóa đơn đã thanh toán, hóa đơn, phiếu nộp tiền, séc đã hủy phải được lưu giữ.

### CÁC HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

#### *Hệ thống lưu trữ hạch toán một lần*

Hệ thống lưu trữ hạch toán một lần là hệ thống duy trì đơn giản nhất nhưng lại không phù hợp và không được khuyến nghị cho nhiều doanh nghiệp. Hệ thống lưu trữ hạch toán một lần dựa trên báo cáo lãi lỗ (báo cáo kết quả kinh doanh), chỉ đơn giản ghi lại dòng thu nhập và chi phí thông qua việc sử dụng các khoản thu tiền mặt và giải ngân tiền mặt. Thành phần phổ biến nhất của hệ thống này là bản tóm tắt hàng ngày và hàng tháng về các khoản thu tiền mặt và giải ngân tiền mặt.



**HẠCH TOÁN**

Bản tóm tắt hàng ngày của các khoản thu tiền mặt

Ngày \_\_\_\_\_

**Các vấn đề  
Lưu trữ Hạch toán**

Bán tiền mặt ..... 263,60 USD

Thuế tiêu thụ ..... 4,20

**TỔNG THU ..... 267,80 USD**

Tiền mặt

Số ghi tiền mặt (bao gồm cả tiền chi vật chưa tiêu)

Tiền xu ..... 23,75 USD

Tiền giấy ..... 143,00

Séc ..... 134,05

**TỔNG TIỀN MẶT ..... 300,80 USD**

Thêm: Phiếu tiền chi vật ..... 17,00

**TỔNG SỐ TIỀN ..... 317,80 USD**

Bớt: Tiền lẻ và tiền chi vật

Phiếu tiền chi vật ..... 17,00 USD

Tiền xu và tiền giấy  
(tiền chi vật chưa tiêu) ..... 33,00

**TỔNG QUỸ TIỀN LẺ VÀ TIỀN CHI VẬT ..... 50,00 USD**

**TỔNG THU ..... 267,80 USD**





## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

Các vấn đề  
Lưu trữ Hạch toán

Bản tóm tắt Hàng tháng của các Khoản thu Tiền mặt

Năm: 20XX      Tháng: 01

Ngày	Doanh thu thuần	Thuế tiêu thụ	Các khoản thu hàng ngày	Ngày
3	263,60	4,20	267,80	
4	212,00	3,39	215,39	
5	194,40	3,10	197,50	680,69
6	222,40	3,54	225,94	
7	231,15	3,68	234,83	
8	137,50	2,13	139,63	600,40
10	187,90	2,99	190,89	
11	207,56	3,31	210,87	401,76
12	128,95	2,05	131,00	
13	231,40	3,77	235,17	
14	201,28	3,21	204,49	
15	88,01	1,40	89,41	660,07
17	210,95	3,36	214,31	
18	221,80	3,53	225,33	439,64
19	225,15	3,59	228,74	
20	221,93	3,52	225,45	
21	133,53	2,13	135,66	589,85
22	130,84	2,08	132,92	
24	216,37	3,45	219,82	352,74
25	220,05	3,50	223,55	
26	197,80	3,15	200,95	
27	272,49	4,34	276,83	701,33
28	150,64	2,40	153,04	
29	224,05	3,56	227,61	
31	133,30	2,13	135,43	516,08
TỔNG	4.865,05	77,51	4.942,56	4.942,56

## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

Nhật ký Giải ngân Séc

Năm: 20XX      Tháng: 01

Ngày	Thanh toán cho	Séc #	Số tiền của séc	Nguyên liệu	Tổng lương	Thuế thu nhập bị khấu trừ liên bang	FICA Dự phòng bảo hiểm xã hội	Ngày
3	Quảng cáo Dale	74	85,00					3
4	Ngân khố thành phố	75	35,00					4
4	Công ty Auto Parts	76	203,00	203,00				4
4	John E, Marks	77	214,11		260,00	(20,00)	(16,12)	4
6	Henry Brown	78	250,00					6
6	Mike's Deli	79	36,00					6
6	Trạm dịch vụ Joe	80	74,50	29,50				6
6	ABC Auto Paint	81	137,50	137,50				6
7	Henry Brown	82	225,00					7
14	Công ty điện thoại	83	27,00					14
15	National Bank (Thuế tiền gửi)	84	119,56			40,00	32,24	15
18	National Bank	85	90,09					18
18	Công ty Auto Parts	86	472,00	472,00				18
18	Henry Brown	87	275,00					18
18	John E, Marks	88	214,11		260,00	(20,00)	(20,00)	18
21	Công ty điện	89	175,30					21
21	M,B, Ignition	90	66,70	66,70				21
21	Công ty Baker's Fender	91	9,80	9,80				21
21	Tiền chi vật	92	17,00	15,00				21
21	Henry Brown	93	225,00					21
25	Công ty Baker's Fender	94	150,00	150,00				25
25	Doanh nghiệp Prop,	95	300,00					25
25	Ngân khố tiểu bang	96	12,00					25
25	Ngân khố tiểu bang	97	65,00					25
			3.478,67	1.083,50	520,00	-0-	-0-	
	Phí dịch vụ ngân hàng		10,00					
<b>TỔNG</b>			<b>3.488,67</b>	<b>1.083,50</b>	<b>520,00</b>	<b>-0-</b>	<b>-0-</b>	<b>TỔNG</b>

## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

Nhật ký Giải ngân Séc (tiếp tục)

Năm: 20XX Tháng: 01

Ngày	Thuế thu nhập được khấu trừ của tiểu bang	Thuế FICA của người sử dụng lao động	Điện	Tiền lãi	Tiền thuê	Điện thoại	Xe tải/ô tô	Chi phiếu	Các tài khoản chung	
3									Quảng cáo	3
4									Giấy phép	4
4										4
4	(6,00)									4
6								250,00		6
6									Mua sắm tiệc nghỉ lễ	6
6							45,00			6
6										6
7								225,00		7
14						27,00				14
15		39,78								15
18				18,09					Vay	18
18										18
18								275,00		18
18	(6,00)									18
21			175,30							21
21										21
21										21
21									Bưu phí	21
21								225,00		21
25										25
25					300,00					25
25	12,00									25
25									Thuế tiêu thụ	25
	-0-	39,78	175,30	18,09	300,00	27,00	45,00	975,00		
TỔNG	-0-	39,78	175,30	18,09	300,00	27,00	45,00	975,00		TỔNG

**HẠCH TOÁN****Hệ thống lưu trữ hạch toán ghi sổ kép**

Hệ thống lưu giữ hạch toán ghi sổ kép phức tạp hơn và sử dụng sổ sách (được gọi là nhật ký và sổ cái) để ghi lại các giao dịch. Nhật ký ghi lại từng giao dịch kinh doanh theo thứ tự thời gian. Một số doanh nghiệp yêu cầu nhật ký riêng cho các giao dịch xảy ra thường xuyên. Sổ cái là một cuốn sổ chứa đựng tổng số từ tất cả các nhật ký. Các tổng số này được tổ chức thành các tài khoản khác nhau. Các giao dịch kinh doanh đầu tiên được ghi vào nhật ký và sau đó được ghi vào tài khoản sổ cái. Các tài khoản này thể hiện thu nhập, chi phí, tài sản (các khoản có giá trị thuộc sở hữu của doanh nghiệp), nợ phải trả (nợ của doanh nghiệp) và vốn chủ sở hữu (tài sản trừ đi nợ phải trả) đại diện cho cổ phần của chủ sở hữu trong công ty

**Các vấn đề  
Lưu trữ Hạch toán**

Bước đầu tiên trong việc tạo ra hệ thống lưu giữ hạch toán ghi sổ kép là xác định các tài khoản cần được theo dõi. Các tài khoản riêng lẻ phải được đánh số, đặt tiêu đề để dễ nhận biết và tập hợp thành sơ đồ tài khoản. Chia khóa cho một biểu đồ tài khoản hiệu quả là giữ cho nó đơn giản: sử dụng các mô tả ngắn gọn và mang tính mô tả, đồng thời thiết kế hệ thống đánh số của bạn để mở rộng. Dưới đây là một biểu đồ mẫu của các tài khoản.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

### Các vấn đề Lưu trữ Hạch toán

#### Sơ đồ các tài khoản

#### Doanh nghiệp nhỏ và vừa, Hoa Kỳ

#### Các tài khoản bảng cân đối kế toán      Các tài khoản bảng kết quả kinh doanh

<b>1. Tổng tài sản</b>	<b>4. Doanh thu</b>
101 Tiền mặt	401 Bán hàng
102 Các khoản phải thu	402 Thu nhập lãi
103 Hàng tồn kho	403 Thu nhập khác
104 Trang thiết bị	
105 Khấu hao lũy kế	
<b>2. Nợ</b>	<b>5. Chi phí giá vốn hàng bán</b>
201 Các khoản phải trả	501 Giá vốn hàng bán
202 Thương phiếu phải trả	
203 Thuế tiêu thụ phải trả	
204 Khoản vay để hạn với cổ đông	502 Phí vận chuyển
<b>3. Vốn chủ sở hữu</b>	<b>6. Chi phí hoạt động</b>
301 Cổ phần thường	601 Tiền lương
302 Vốn góp	602 Tiền thuê
303 Lợi nhuận giữ lại	603 Quảng cáo
	604 Tiện ích
	605 Bảo hiểm
	606 Điện thoại
	607 Thuế quỹ lương
	608 Các khoản phí ngân hàng
	609 Văn phòng phẩm
	610 Khấu hao

Hệ thống lưu trữ hạch toán ghi lại chính xác dòng tiền vào và ra khỏi doanh nghiệp thông qua các tài khoản chính này. Các tài khoản báo cáo kết quả kinh doanh (thu nhập và chi phí) được đóng vào cuối mỗi năm tính thuế. Các tài khoản trên bảng cân đối kế toán (tài sản, nợ phải trả và vốn chủ sở hữu) vẫn mở vĩnh viễn. Trong hệ thống ghi sổ kép, mỗi tài khoản có phía bên trái để ghi nợ và phía bên phải để ghi có. Tài khoản này tự cân bằng vì mọi giao dịch được ghi lại dưới dạng mục ghi nợ trong một tài khoản và dưới dạng mục ghi có trong tài khoản khác.

Theo hệ thống này, tổng số ghi nợ phải bằng tổng số ghi có trong cả sổ nhật ký và sổ cái. Nếu số dư tài khoản ghi nợ và ghi có không

bảng nhau thì lỗi cần được tìm ra và sửa lại.

**HẠCH TOÁN**

Sau đây là mẫu nhật ký chung. Cuốn sách này là tài liệu gốc ghi lại các giao dịch tài chính của doanh nghiệp. Thông tin trong nhật ký chung cần được ghi vào các tài khoản sổ cái cá nhân phù hợp.

**Các vấn đề  
Lưu trữ Hạch toán**

**MẪU NHẬT KÝ CHUNG**

Tài khoản: Tiền mặt

Tài khoản số: 101

Ngày	Mô tả	Mã tài khoản	Ghi nợ	Ghi có
20XX				
15 tháng một	Chi phí quảng cáo	603	50,00 USD	
	Tiền mặt	101		50,00 USD
	Brochures - Séc #1234			
15 tháng một	Tài khoản phải thu	102	350,00 USD	
	Bán hàng	401		350,00 USD
	Bán hai chiếc bàn cho Smith Brothers			
	Hóa đơn #872			
19 tháng một	Tài khoản phải trả	201	50,00 USD	
	Tiền mặt	101		50,00 USD
	Thanh toán cho Công ty Jones			
	Séc #1236			
20 tháng một	Tiền mặt	101	2.000,00 USD	
	Bán hàng	401		2.000,00 USD
	Phí tư vấn thiết kế cho Bà...			

Sau khi các giao dịch được ghi vào nhật ký chung, chúng sẽ được ghi vào các tài khoản sổ cái thích hợp. Tiếp theo là sổ cái mẫu cho tài khoản tiền mặt của công ty, dựa trên nhật ký chung mẫu ở trên. Lưu ý sự nhất quán trong việc sử dụng tên và các số tài khoản.





## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

### Các vấn đề Lưu trữ Hạch toán

### MẪU SỔ CÁI TIỀN MẶT

Ngày	Mô tả	Số tham chiếu	Ghi nợ	Ghi có	Số dư	DR CR
20XX						
	Số dư forward				5.475,00 USD	DR
15 tháng 1	Chi phí quảng cáo	GJ3		50,00 USD	5.425,00 USD	DR
19 tháng 1	Tài khoản phải trả	GJ3		50,00 USD	5.350,00 USD	DR
20 tháng 1	Phí tư vấn thiết kế	GJ3	2.000,00 USD		7.350,00 USD	DR

Xin lưu ý rằng mẫu trên chỉ là một trong những tài khoản sổ cái chung. Cần có một sổ cái chung cho tất cả các tài khoản trong sơ đồ tài khoản của bạn. Đối với những tài khoản sổ cái cần cập nhật thông tin chi tiết hơn như tài khoản phải thu, tài khoản phải trả thì có thể sử dụng sổ cái phụ. Sổ cái phụ theo dõi các hoạt động và số dư tài khoản của khách hàng và/hoặc nhà cung cấp cá nhân. Tổng số tài khoản phụ này phải luôn bằng số dư sổ cái chung của tài khoản đó. Hồ sơ tài khoản phụ cần bao gồm tên khách hàng/nhà cung cấp, ngày mua/bán, số hóa đơn, số tiền hóa đơn, thời hạn, ngày thu tiền/ngày thanh toán và số dư tài khoản.

Các tài khoản sổ cái cần được theo dõi thường xuyên. Các tài khoản phải thu cần được xem xét định kỳ để xác định “thời hạn” của từng tài khoản. Tài khoản càng cũ thì càng khó thu số tiền đến hạn; do đó, điều quan trọng là phải theo dõi các tài khoản quá hạn. Quản lý các tài khoản phải trả một cách có trật tự để thực hiện thanh toán kịp thời, đảm bảo rằng doanh nghiệp duy trì được uy tín tín dụng tốt với các nhà cung cấp.

Hồ sơ bổ sung có thể cần thiết để hỗ trợ việc xác định chính xác các tài khoản trong bảng cân đối kế toán của doanh nghiệp hoặc để đáp ứng các yêu cầu của IRS về chứng từ chi phí. Ví dụ về những điều này bao gồm nhật ký tài sản cố định, hồ sơ chi phí đi lại và hồ sơ tiền lương.

Nhật ký tài sản cố định thì cần để ghi lại thông tin về việc mua bán tài sản cố định của doanh nghiệp như trang thiết bị, phương tiện vận tải và văn phòng. Các mục sau đây cần được ghi vào nhật ký tài sản cố định:

### HẠCH TOÁN

- Mô tả tài sản
- Chi phí tài sản
- Ngày mua
- Tỷ lệ tài sản được sử dụng trong kinh doanh
- Phương pháp khấu hao tài sản
- Ngày bán với giá bán (nếu có)

Các vấn đề  
Lưu trữ Hạch toán

Nhật ký chi phí đi lại là cần thiết nếu phương tiện vận tải được sử dụng trong kinh doanh và vận chuyển cá nhân. Nhật ký đóng vai trò là tài liệu để khấu trừ phần liên quan đến kinh doanh trong việc vận hành và bảo trì phương tiện vận tải. Trong các trường hợp chung, IRS cho phép khấu trừ chi phí thực tế hoặc tỷ lệ số dặm tiêu chuẩn. Các hồ sơ bạn lưu giữ phụ thuộc vào phương pháp bạn sử dụng. Nếu tỷ lệ quãng đường tiêu chuẩn được sử dụng để xác định chi phí của doanh nghiệp thì doanh nghiệp phải duy trì nhật ký quãng đường đi công tác. Nếu muốn khấu trừ chi phí thực tế thì cần có một phương pháp phức tạp hơn để ghi lại tiền xăng, bảo hiểm, bảo trì, v.v. Để biết thêm thông tin về chi phí phương tiện, hãy tham khảo *Ấn bản 463 của IRS*.

### LƯU TRỮ HỒ SƠ NHÂN VIÊN

Việc thuê một nhân viên tạo ra một lượng lớn công việc giấy tờ và hoạt động lưu giữ hồ sơ. Như đã nêu trong chương sáu, các doanh nghiệp có nhân viên cần có mã số nhận dạng nhân viên để nộp thuế tiền lương phù hợp. Mã số nhận dạng nhân viên và các mẫu liên quan có thể được tìm thấy tại các cơ quan trong bảng sau. Cả hướng dẫn thuế của liên bang và tiểu bang sẽ cung cấp các thủ tục và mẫu mới nhất vì chúng thay đổi định kỳ.

## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

### Các vấn đề Lưu trữ Hạch toán

ĐƠN VỊ CUNG CẤP	MẪU BIỂU/BAN HÀNH
<p>Sở Thuế vụ Quan hệ đối tác các bên liên quan, dịch vụ giáo dục và truyền thông 401 W. Đường Peachtree, NW Phòng 410 Atlanta, GA 30308 1-800-829-1040 www.irs.gov</p>	<p>Thông tư E: Hướng dẫn về thuế của người sử dụng lao động</p> <p>Mẫu SS-4: Đơn xin cấp số ID nhà tuyển dụng</p> <p>Mẫu W-4: Mẫu i nhân viên phải điền đơn ủy quyền khấu trừ thuế</p> <p>Mẫu 940: Mẫu biểu khai thuế thất nghiệp liên bang hàng năm của người sử dụng lao động</p> <p>Mẫu 941: Mẫu biểu khai thuế thất nghiệp liên bang hàng quý của người sử dụng lao động</p> <p>Mẫu 8109: Thuế lãi suất tiền gửi liên bang</p>
<p>Sở thuế vụ ở Georgia Phòng Thuế Thu nhập 1800 Century Center Blvd., NE Atlanta, GA 30345-3205 (404)417-4477 (bên trong metro Atlanta) (800)602-8477 (bên ngoài metro Atlanta) www.dor.ga.gov</p>	<p>G-7: Mẫu biểu đối chiếu hàng quý</p> <p>G-4: Giấy chứng nhận trợ cấp khấu trừ nhân vi</p> <p>Hướng dẫn về thuế của người sử dụng lao động</p>
<p>Sở lao động ở Georgia www.dol.state.ga/find_us.htm</p>	<p>DOL-1A: Đơn đăng ký tài khoản thuế GDOL hoặc thay đổi trạng thái</p> <p>DOL-4N: Mẫu báo cáo thuế và tiền lương</p>
<p>Sở di trú và nhập cư Hoa Kỳ Quận Atlanta 2150 Parkland Dr. Atlanta, Ga 30345 (404)331-2762 (800)375-5283 www.uscis.gov</p>	<p>Mẫu I-9: Xác minh người lao động đủ điều kiện</p> <p>Yêu cầu phải xác minh rằng nhân viên là công dân Hoa Kỳ hay người nước ngoài được phép làm việc tại Hoa Kỳ</p>
<p>Chương trình báo cáo tuyển dụng mới tại bang Georgia P.O. Box 38480 Atlanta, GA 30334-0480 (404)525-2985 (888)541-0469 www.ga-newhire.com</p>	<p>Tất cả nhân viên được yêu cầu phải báo cáo việc tuyển dụng mới cho tiểu bang. Thông tin này được sử dụng để xác định các bậc cha mẹ thanh toán trẻ hạn khoản tiền cấp dưỡng con cái</p>

**HẠCH TOÁN**

Các thông tin sau đây là bắt buộc trong hồ sơ của mỗi nhân viên:

- *Mẫu G-4*
- *Mẫu W-4*
  
- *Mẫu I-9*
- Tên, địa chỉ, điện thoại #, và SS #
- Ngày nhân viên được thuê, thuê lại hoặc trở lại làm việc sau khi bị sa thải tạm thời
- Ngày và lý do nhân viên bị thôi việc
- Mức lương và thời gian trả lương

Các vấn đề  
Lưu trữ Hạch toán

**Quan trọng:** Bạn cũng được yêu cầu phải lưu giữ hồ sơ tuyển dụng cho thấy tổng số tiền lương được trả và tổng các khoản khấu trừ (tức là thuế tiểu bang và liên bang, FICA, các tài khoản hưu trí, phí bảo hiểm) được giữ lại từ mỗi nhân viên trong mỗi kỳ lương

Sau đây là ví dụ về hồ sơ bồi thường cho nhân viên từ *IRS Ấn bản 583*.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)



### HẠCH TOÁN

Nếu một cá nhân thực hiện công việc là người lao động độc lập thì doanh nghiệp không chịu trách nhiệm về thuế tiền lương và người lao động độc lập phải hoàn thành *Mẫu W9*. Nếu người lao động độc lập được trả hơn 600 USD trong một năm thì phải hoàn thành và nộp *Mẫu 1099-thu nhập khác* cho IRS và người lao động. Các người lao động độc lập chịu trách nhiệm về thuế lương của mình.

Các vấn đề  
Lưu trữ Hạch toán

Nhiều chủ doanh nghiệp nhỏ mắc sai lầm đắt giá khi coi nhân viên như những người lao động độc lập. IRS có hướng dẫn để xác định liệu một cá nhân có phải là người lao động độc lập hay nhân viên hay không. Các hướng dẫn này được thảo luận trong Chương Sáu của cuốn sách này. Ngoài ra, các thông tin chi tiết cũng có sẵn trong Ấn bản 15A của IRS, hướng dẫn về thuế bổ sung dành cho người sử dụng lao động. Nếu một cá nhân được coi là người lao động độc lập và IRS xác định người lao động đó là nhân viên thì doanh nghiệp có thể phải chịu trách nhiệm về các khoản thuế tiền lương chưa được thu cộng với tiền phạt và tiền lãi.

### CÁC KHOẢN THUẾ

#### *Thuế thu nhập*

Cấu trúc pháp lý của doanh nghiệp sẽ xác định cách doanh nghiệp hoặc chủ doanh nghiệp sẽ nộp thuế thu nhập liên bang và tiểu bang đối với thu nhập của công ty đó. Điều này cũng sẽ xác định phương pháp và thời gian nộp thuế ước tính.

Nếu doanh nghiệp là doanh nghiệp tư nhân, doanh thu và chi phí từ hoạt động kinh doanh sẽ được báo cáo theo Mẫu u C của IRS và kèm theo mẫu khai thuế cá nhân *Mẫu 1040* của bạn. Thu nhập ròng từ kinh doanh (doanh thu trừ chi phí) sẽ bị đánh thuế theo thuế suất cá nhân của chủ sở hữu.

Nếu doanh nghiệp là một công ty hợp danh, thì công ty hợp danh đó được yêu cầu nộp tờ khai thuế theo *Mẫu IRS 1065*. Tuy nhiên, các công ty hợp danh không phải là chủ thể chịu thuế và thu nhập của công ty “chảy qua” theo *Mẫu IRS K-1* để báo cáo cho các khoản lợi nhuận cá nhân của những đối tác. Giống như doanh nghiệp tư nhân, các đối tác bị đánh thuế theo thuế suất riêng của họ.

Nếu doanh nghiệp là một công ty, họ sẽ cần phải nộp mẫu đăng ký thuế doanh nghiệp. Nếu là công ty C, họ sẽ sử dụng *Mẫu IRS 1120* và chịu trách nhiệm nộp thuế của chính mình. Nếu là công ty S, công ty đó phải nộp *Mẫu IRS 1120S* và giống như công ty hợp danh, thu nhập của công ty được báo cáo trên các khoản lợi nhuận cá nhân của cổ đông và bị đánh thuế theo thuế suất cá nhân của cổ đông.

Nếu doanh nghiệp là Công ty trách nhiệm hữu hạn (LLC), bạn phải lựa chọn đóng thuế như là một trong các công ty nêu trên. Bạn có thể tìm

thấy phụ lục C và các *Mẫu 1120, 1120S và K-1* trên trang web IRS tại [www.irs.gov](http://www.irs.gov).



## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

### Các vấn đề Lưu trữ Hạch toán

#### *Thuế tiêu thụ*

Các doanh nghiệp hoạt động tại Georgia bán hoặc cho thuê các mặt hàng hữu hình cho người tiêu dùng cuối cùng (trái ngược với các nhà bán buôn) thì phải tuân thủ các quy định của Sở Thuế vụ Georgia, bao gồm việc thu và nộp thuế bán hàng và sử dụng. Thuế suất bán hàng và sử dụng ở Georgia là 4% (4%). Ngoài ra, hầu hết các quận đã thực hiện lựa chọn địa phương của mình để bổ sung thuế cho các dự án cụ thể. Những khoản bổ sung cụ thể về thuế này được gọi là Thuế bán hàng tùy chọn địa phương cho mục đích đặc biệt (SPLOST). Mỗi doanh nghiệp phải có mã số thuế bán hàng trước khi mở cửa. Bạn có thể lấy mã số thuế bán hàng cũng như hướng dẫn thu, báo cáo và nộp tiền cho tiểu bang hàng tháng từ:

Sở Thuế vụ Georgia  
Phòng Thuế Tiêu thụ và Sử dụng  
<https://dor.georgia.gov/>

#### *Thuế việc làm*

Các doanh nghiệp có nhân viên được yêu cầu phải khấu trừ thuế thu nhập của tiểu bang và liên bang từ tiền lương của mỗi nhân viên. Ngoài ra, công ty phải khấu trừ và đối chiếu các khoản thanh toán bảo hiểm xã hội (6,2% tổng lương) và bảo hiểm y tế (1,45% tổng lương) của nhân viên. Người sử dụng lao động cân chỉ với số tiền này, tổng cộng là 7,65 phần trăm tổng tiền lương của nhân viên. Có mức thuế bảo hiểm xã hội tối đa hàng năm nhưng không có giới hạn về thuế bảo hiểm y tế. Xem Thông tư E của IRS để biết thêm thông tin.

Người sử dụng lao động nộp thuế bảo hiểm xã hội, thuế bảo hiểm y tế và khoản thanh toán tương ứng của người sử dụng lao động, cộng với số tiền thuế thu nhập liên bang được khấu trừ từ người lao động vào một tổ chức tài chính được ủy quyền (phần lớn là các ngân hàng). Thời gian nộp tiền phụ thuộc vào tổng số tiền lương của công ty. Thuế bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế (Mẫu IRS 941) yêu cầu mẫu kê khai hàng quý liệt kê các khoản tiền nộp vào trong quý đó và tính toán xem có các khoản tiền bổ sung khi để nợ hạ n.

Người sử dụng lao động cũng có thể nộp các khoản thanh toán trực tuyến bằng hệ thống thanh toán thuế liên bang điện tử miễn phí hoặc EFTPS. Để biết thêm thông tin, hãy truy cập trang web <https://www.eftps.gov/eftps>.

Người sử dụng lao động cũng có trách nhiệm đóng thuế thất nghiệp của liên bang và tiểu bang. Những khoản tiền này không được giữ lại từ nhân viên. Thuế thất nghiệp liên bang (FUTA) được báo cáo theo tờ khai thuế thất nghiệp liên bang hàng năm của người sử dụng lao động theo Mẫu IRS 940.

**HẠCH TOÁN****Các vấn đề  
Lưu trữ Hạch toán**

Bộ Lao động ở tiểu bang Georgia phụ trách về thuế thất nghiệp của tiểu bang (SUTA). Thuế suất thay đổi dựa trên nhiều yếu tố; tuy nhiên, những người sử dụng lao động mới hoặc mới được bảo hiểm sẽ được ấn định tổng thuế suất là 2,7 phần trăm cho đến khi họ đủ điều kiện để tính thuế suất dựa trên lịch sử xếp hạng kinh nghiệm của họ. Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ với Bộ Lao động ở tiểu bang Georgia qua trang web <http://www.dol.state.ga.us/em/>.

Các doanh nghiệp mới nên ước tính tổng chi phí thuế sử dụng lao động ở mức 10,95% tổng tiền lương. Tỷ lệ phần trăm này bao gồm 6,2% bảo hiểm xã hội, 1,45% bảo hiểm y tế, 2,7% thuế thất nghiệp (SUTA) và 0,6% thuế thất nghiệp liên bang (FUTA). Thuế suất FUTA trước đây là 0,8%, nhưng khoản phụ phí 2% đã hết hạn, khiến tỷ lệ này trở thành 0,6% vào năm 2012. Vui lòng kiểm tra thường xuyên trên các trang web [irs.gov](http://irs.gov) và [ga.dor](http://ga.dor) để biết mức thuế cập nhật.

Vào cuối năm tính thuế, tất cả tiền lương và khoản khấu trừ của nhân viên phải được báo cáo theo Mẫu W-2 của IRS. Nếu doanh nghiệp sử dụng các người lao động độc lập và họ được trả hơn 600 USD mỗi năm thì thu nhập hàng năm của họ phải được báo cáo theo Mẫu IRS 1099.

Tiền lãi và hình phạt đáng kể sẽ được áp dụng nếu doanh nghiệp không thanh toán nghĩa vụ thuế cho nhân viên khi khoản thuế đến hạn.

**Thuế tự kinh doanh**

Các doanh nghiệp tư nhân báo cáo lợi nhuận theo Mẫu C của IRS được yêu cầu phải nộp thuế tự kinh doanh cho phần lợi nhuận đó. Số tiền thuế tự kinh doanh là 15,3% lợi nhuận của doanh nghiệp (bằng mức tổng số tiền đóng góp cho bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế của người sử dụng lao động và nhân viên). Các chủ doanh nghiệp tư nhân không phải chịu khoản khấu trừ theo Mẫu 941 của IRS, nhưng họ có thể bị yêu cầu đặt cọc số tiền thuế ước tính của liên bang và tiểu bang dựa trên lợi nhuận của doanh nghiệp.

**Thuế tài sản**

Các doanh nghiệp hoạt động tại tiểu bang Georgia phải chịu thuế tài sản theo giá trị đối với bất động sản, thiết bị và hàng tồn kho do doanh nghiệp sở hữu kể từ ngày 1 tháng 1 hàng năm. Các quan chức quận hoặc thành phố địa phương xác định giá trị của tài sản và họ thiết lập thuế suất (số tiền thuế phải nộp trên mỗi đô la giá trị đánh giá của tài sản) được sử dụng để xác định số thuế phải nộp. Thuế mà một doanh nghiệp phải trả sẽ rất khác nhau giữa các thành phố và quận. Thuế tài sản là một vấn đề đáng cân nhắc đối với các doanh nghiệp có khoản đầu tư lớn vào hàng tồn kho, tài sản hoặc

thiết bị. Hãy liên hệ với ủy viên thuế quận và/hoặc thành phố của bạn để biết chi tiết.

## CHƯƠNG 7: HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN

---

Xem xét Bổ sung

### CÁC TÀI LIỆU HỖ TRỢ

Hệ thống lưu giữ hạ ch toán nên bao gồm bản tóm tắt các giao dịch. Sổ sách phải báo cáo chính xác tổng thu nhập gộp và chi phí. Các tài liệu hỗ trợ phù hợp phải được lưu giữ để xác minh các giao dịch được tóm tắt. Các tài liệu hỗ trợ bao gồm phiếu bán hàng, hóa đơn đã thanh toán, hóa đơn, biên lai, biên nhận ký gửi và các tờ séc đã hủy.

### BẠN NÊN LƯU TRỮ HỒ SƠ TRONG BAO LÂU?

Theo IRS, bạn phải lưu giữ hồ sơ của mình miễn là việc này có thể cần cho việc quản lý bất kỳ điều khoản nào của Luật thuế vụ. Nói chung, điều này có nghĩa là bạn phải lưu giữ hồ sơ để hỗ trợ một khoản thu nhập hoặc khoản khấu trừ trên mẫu đăng ký cho đến khi hết thời hạn. Để biết thông tin về thời hạn, hãy tham khảo *Ấn bản IRS 583*.

Nếu mẫu đăng ký không được nộp hoặc mẫu đăng ký bị phát hiện là gian lận thì sẽ không có thời hạn hiệu lực. Bạn hãy nhớ rằng mặc dù hồ sơ có thể không còn cần thiết cho mục đích thuế nữa nhưng chúng có thể cần thiết cho các mục đích ngoài thuế, chẳng hạn như cho công ty bảo hiểm hoặc cá chủ nợ của bạn.

### BẠN CÓ CẦN MỘT KẾ TOÁN VIÊN KHÔNG?

Mặc dù một số chủ doanh nghiệp nhỏ có kinh nghiệm và hiểu biết về các vấn đề kế toán và thuế, nhưng đôi khi điều quan trọng là phải tìm kiếm sự trợ giúp của chuyên gia bên ngoài. Khi quyết định chọn một kế toán viên, chủ doanh nghiệp nên cân nhắc trình độ chuyên môn kỹ thuật của kế toán viên, kỹ năng giao tiếp và khả năng phản hồi kịp thời. Trong giai đoạn khởi nghiệp của một doanh nghiệp, kế toán viên có thể đóng vai trò quan trọng trong việc lập sổ sách, bao gồm tạo biểu đồ tài khoản và quy trình vận hành tiêu chuẩn để xử lý các nhu cầu kế toán. Nhiều chủ doanh nghiệp cần sự hỗ trợ của kế toán để giám sát hoạt động kinh doanh hàng tháng cho đến khi chủ sở hữu có thể quản lý hồ sơ đúng cách. Điều đặc biệt quan trọng là phải có kế toán viên hỗ trợ xác định nghĩa vụ thuế. Một cách để tìm một kế toán viên phù hợp là tìm kiếm sự giới thiệu từ ngân hàng, luật sư và các chủ doanh nghiệp nhỏ khác. Để tối đa hóa lợi ích từ việc có kế toán, chủ doanh nghiệp nên tương tác thường xuyên và cung cấp thông tin kịp thời. Tìm kiếm các chiến lược về thuế và lời khuyên trong suốt cả năm thay vì phải chờ đến cuối năm.

### HẠCH TOÁN

#### HỆ THỐNG LƯU TRỮ HẠCH TOÁN TỰ ĐỘNG CỦA BẠN

**Xem xét Bổ sung**

Các chủ doanh nghiệp có thể chọn trong số nhiều gói phần mềm kế toán có giá cả phải chăng. Các chương trình này giúp quản lý hồ sơ và có thể cung cấp quyền truy cập nhanh chóng vào thông tin tài chính thông qua nhiều loại báo cáo. Để tìm được sự kết hợp tương thích, hãy xác định loại thông tin nào là cần thiết cho doanh nghiệp và sau đó kết hợp những nhu cầu này với khả năng của phần mềm và phần cứng. Việc chọn lựa một chương trình kế toán trên máy tính có thể cần đến sự hỗ trợ của kế toán viên. Nhiều kế toán viên thích làm việc với một số chương trình nhất định. Việc này nên được kiểm tra để đảm bảo rằng kế toán viên có trình độ thành thạo với loại phần mềm đang được xem xét. Ngoài ra, chủ doanh nghiệp cần phải hiểu rõ hệ thống kế toán.

Bằng cách lưu giữ các hồ sơ một cách toàn diện và chính xác, chủ doanh nghiệp có thể xác định liệu các mục tiêu tài chính (và các mục tiêu khác) có được đáp ứng hay không. Giám sát tiến độ là bước đầu tiên trong việc phát triển doanh nghiệp thành một tổ chức có tính khả thi và cạnh tranh. Các hoạt động khác cần thiết để xây dựng doanh nghiệp sẽ được thảo luận trong chương tiếp theo.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

---

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

**CHƯƠNG 8:  
SỰ THÀNH CÔNG  
CỦA DOANH  
NGHIỆP MỚI**

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## CHƯƠNG 8: SỰ THÀNH CÔNG CỦA DOANH NGHIỆP MỚI

Cánh cửa đang mở ra. Bạn đang bắt đầu doanh nghiệp mới của mình. Giấc mơ Mỹ là của bạn rồi. Nhưng bạn đã sẵn sàng để *tiếp tục* công việc kinh doanh chưa? Khởi sự một doanh nghiệp thường có vẻ dễ dàng so với những thách thức bạn sẽ phải đối mặt khi duy trì kinh doanh. Dựa trên thống kê gần nhất của Cục Quản lý Doanh nghiệp Nhỏ Hoa Kỳ, 7 trên 10 công ty mới tồn tại ít nhất hai năm, và một nửa trong số này tồn tại ít nhất năm năm<sup>6</sup>. Một chìa khóa quan trọng để thành công trong kinh doanh là *phát triển* hoạt động kinh doanh của bạn trong khi vẫn tiếp tục làm việc *trong* doanh nghiệp của mình.

Bảo trì rất quan trọng với bất kỳ doanh nghiệp mới nào. Hầu hết những thứ đáng lưu giữ đều cần được bảo trì. Ví dụ, một ngôi nhà cần được sơn sửa, vệ sinh, cũng như được cắt cỏ. Cơ thể của chúng ta cần được tập thể dục, đảm bảo dinh dưỡng, và nghỉ ngơi nhiều. Và những chiếc ô tô cũng cần phải có nhiên liệu, thay dầu và cân chỉnh động cơ. Tương tự, doanh nghiệp của bạn không thể tiếp tục hoạt động dưới tiền đề “Nếu bạn xây lên thì họ sẽ đến” (if you build it, they will come). Hơn thế nữa, một nền tảng vững chắc sẽ giúp doanh nghiệp của bạn (nhà, cơ thể hoặc ô tô) chống chọi tốt hơn với những trở ngại tiềm ẩn do tuổi tác hoặc các yếu tố bên ngoài, chẳng hạn như nền kinh tế suy thoái, một đối thủ cạnh tranh mới hoặc là sự thay đổi về nhân khẩu học. Phát triển doanh nghiệp của bạn một cách hệ thống và duy trì hoạt động tốt sẽ giúp doanh nghiệp tăng khả năng tốt hơn để vượt qua những thách thức này một cách thỏa đáng.

Mặc dù trọng tâm của cuốn sách này là về khởi sự doanh nghiệp mới nhưng những vấn đề về quản lý như thế này cũng cần được xem xét, nghiên cứu và áp dụng trong tương lai.

**Tiếp thị và  
Quan hệ  
Công  
chúng**

**T**iếp thị là một quá trình tích hợp nhiều yếu tố tùy chọn. Một số thành phần thể hiện hiệu quả hơn với các loại hình kinh doanh cụ thể, thị trường cụ thể, hoặc tại những thời điểm cụ thể. Hãy nhớ rằng tiếp thị là một hoạt động đang diễn ra. Thị trường không bao giờ tĩnh cả. Vì vậy, đừng bao giờ ngừng việc tiếp thị doanh nghiệp của bạn lại.

Một lưu ý quan trọng khác là thông điệp bạn muốn truyền tải tới khách hàng tiềm năng của mình. Sự ngắn gọn, rõ ràng và nhất quán tạo ra một thông điệp hiệu quả, có thể xây dựng hình ảnh thương hiệu có giá trị. Phillip Kotler của trường Đại học Northwestern đã xác định các yếu tố cốt lõi của tiếp thị là *sản phẩm, giá cả, địa điểm và khuyến mãi*. Trong nhiều năm qua, tuy đã có nhiều phiên bản khác nhau của mô hình này xuất hiện, nhưng cấu trúc cơ bản này vẫn được chấp nhận rộng rãi. Ngoài ra, các chiến lược tiếp thị mới tiếp tục xuất hiện, chẳng hạn như tiếp thị trên mạng xã hội và tiếp thị tới khách hàng thông qua các thiết bị di động được sử dụng rộng rãi hiện nay. Luôn cập nhật những phương pháp mới này và áp dụng khi có thể sẽ thúc đẩy sự phát triển và bền vững trong việc đầu tư mạo hiểm của bạn. Các mục tiêu tiếp thị đã được liệt kê trong nghiên cứu tính khả thi tiếp thị của bạn phải được đưa vào kế hoạch tiếp thị.

<sup>6</sup> SBA Office of Advocacy. *Các Câu hỏi Thường gặp với Doanh nghiệp Nhỏ, 2021*  
[www.advocacy.sba.gov/2021/11/03/frequently-asked-questions-about-small-business-2021/](http://www.advocacy.sba.gov/2021/11/03/frequently-asked-questions-about-small-business-2021/)



### NGHIỆP MỚI

Quan hệ công chúng đồng hành và hỗ trợ cho tiếp thị vì nó đề cập đến hoạt động giao tiếp với tất cả các tổ chức công, dù là để thúc đẩy doanh số bán hàng, đơn giản là truyền đạt thông tin, hay củng cố hình ảnh hoặc lý tưởng quan trọng của doanh nghiệp bạn. Giống như quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi trực tiếp nội bộ khác, hoạt động quan hệ công chúng có thể ảnh hưởng đến nhận thức về doanh nghiệp của bạn, sản phẩm, dịch vụ hoặc nhân viên của doanh nghiệp. Tuy nhiên, đối tượng của hoạt động quan hệ công chúng rộng hơn cơ sở khách hàng. Gồm các nhóm như giới truyền thông, các tổ chức lập pháp và quản lý, cũng như các nhóm cộng đồng mà mối quan tâm của họ với doanh nghiệp có thể vượt xa việc họ có mua bất cứ thứ gì bạn đang bán hay không. Mặc dù các hoạt động quan hệ công chúng có thể không phải là ưu tiên hàng đầu đối với một doanh nghiệp mới, nhưng điều quan trọng là bạn phải bắt đầu suy nghĩ theo hướng này. Trong thời gian điều chỉnh hoặc định hướng lại, các hoạt động quan hệ công chúng trước đây và các hoạt động trong chế độ khủng hoảng có thể quyết định liệu doanh nghiệp của bạn có vượt qua được rào cản thành công hay không.

**Tiếp thị và  
Quan hệ Công chúng**

**C**ác nhu cầu về hệ thống của bạn nên và cần phù hợp với yêu cầu của doanh nghiệp. Các loại hình doanh nghiệp khác nhau sẽ cần các chương trình và thiết bị chuyên dụng. Tối thiểu thì hầu hết mọi doanh nghiệp nên thực hiện việc lưu trữ hồ sơ qua máy tính thông qua bảng tính đơn giản hoặc thông qua phần mềm kế toán uy tín.

**Các hệ thống  
Máy tính và Internet**

Câu hỏi ngày nay không phải là có nên sử dụng Internet hay không, mà là sử dụng như thế nào cho doanh nghiệp của bạn. Loại hình kinh doanh, thị trường và các mục tiêu cụ thể của doanh nghiệp bạn ảnh hưởng đến mức độ bạn nên sử dụng mạng Internet, bao gồm các phương tiện truyền thông xã hội như Facebook, Twitter, LinkedIn, v.v. Bạn cũng nên cân nhắc tới tiếp thị qua thiết bị di động. Số người sử dụng phương tiện truyền thông xã hội trên thiết bị di động đã tăng 62% trong năm 2011<sup>7</sup>. Các doanh nghiệp nhỏ ít nhất phải có một trang web cơ bản làm công cụ cung cấp thông tin cho khách hàng, và phối hợp với các phương pháp tiếp thị khác. Các ứng dụng chính khác của mạng Internet bao gồm email, mua sản phẩm/dịch vụ, tiến hành nghiên cứu, chia sẻ dữ liệu, mạng nội bộ và tuyển dụng nhân viên. Nếu bạn đang xem xét việc sử dụng Internet như một phương tiện phân phối bổ sung, thì bạn nên ghi nhớ kinh nghiệm của một doanh nhân nổi tiếng người Augusta, ông đã tuyên bố rằng nỗ lực này tương đương với việc thành lập một doanh nghiệp khác.

<sup>7</sup> Kevin Shively, Tình trạng của Tiếp thị Xã hội - 2015, Simply Measured, Inc.

## CHƯƠNG 8: SỰ THÀNH CÔNG CỦA DOANH NGHIỆP MỚI

### Dịch vụ Khách hàng

**K**hách hàng luôn luôn đúng. Câu ngạn ngữ này vẫn được áp dụng. Nhiều nghiên cứu cho thấy thực tế là người tiêu dùng chia sẻ trải nghiệm tiêu cực gấp bốn đến năm lần so với trải nghiệm tích cực. Vậy nên, việc đối xử công bằng và trung thực với khách hàng sẽ luôn mang lại lợi ích tốt nhất cho doanh nghiệp. Những lý tưởng về dịch vụ khách hàng đã lan rộng đến niềm tin và lòng trung thành của khách hàng. Nhưng điểm mấu chốt của tất cả những triết lý này về cơ bản là giống nhau: chỉ cần tuân theo Quy tắc Vàng, trong đó nói rằng (trong kinh doanh) chúng ta nên đối xử với từng khách hàng như cách chúng ta muốn được đối xử. Kinh nghiệm đã dạy cho nhiều doanh nghiệp rằng việc ra quyết định ở mức độ tác động (tức là bởi các nhân viên dịch vụ khách hàng được đào tạo bài bản) là phương tiện phục vụ khách hàng hiệu quả nhất.

### Quản lý Dòng tiền

Tiền là huyết mạch của một doanh nghiệp, và do đó, một dòng tiền tốt là yếu tố quan trọng đối với sự thành công của bất kỳ doanh nghiệp nào. Vượt trên việc giải thích bằng cân đối kế toán, việc quản lý dòng tiền đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc hơn về tài chính. Ví dụ, việc thiếu vốn lưu động có thể khiến chủ doanh nghiệp phải tìm kiếm hạn mức tín dụng; tuy nhiên, phân tích sâu hơn về tình hình có thể cho thấy các khoản phải thu quá chậm. Áp dụng các thủ tục thu nợ nghiêm ngặt hơn thì có thể đạt được dòng tiền thoải mái hơn. Một kịch bản khác có thể cho thấy dòng tiền đang bị ảnh hưởng do tỷ suất lợi nhuận thấp hơn tiêu chuẩn ngành. Bằng cách tăng giá, một công ty như vậy có thể khôi phục lại dòng tiền tốt. Tình hình tăng trưởng cao có thể đặt các công ty vào tình trạng dễ bị thương tổn khi họ phải vật lộn với các lựa chọn đầu tư. Mục tiêu cuối cùng là phân bổ tiền mặt theo bất kỳ cách nào sao cho cải thiện được sự ổn định của doanh nghiệp<sup>8</sup>.

### Quản lý Nhân sự

Một khía cạnh tiềm năng khác của quyền sở hữu doanh nghiệp là quản lý nhân sự. Việc tăng số lượng nhân viên cho phép doanh nghiệp phát triển theo cách hiệu quả hơn khi bổ sung được nhiều kỹ năng hơn. Trong các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực dịch vụ, vấn đề quản lý nhân sự đặc biệt quan trọng vì nguồn nhân lực này là tài sản quan trọng nhất. Có rất nhiều luật liên quan đến quản lý nhân sự để đảm bảo các cá nhân được đối xử công bằng và có đạo đức. Ngoài ra còn có các quy định của chính phủ về thuế tiền lương phải được tuân thủ.

### Hoạch định Chiến lược

Như đã nêu trong phần giới thiệu của chương này, tất cả các chủ doanh nghiệp cần phải nghĩ làm một thời gian để có thể tiếp tục công việc kinh doanh của mình. Phiên họp hoạch định chiến lược mang lại cơ hội để phản ánh, đánh giá và xác định xem doanh nghiệp này có đi theo hướng mà chủ doanh nghiệp mong muốn hay không. Việc thay đổi quyết định phức tạp với những tác động bên ngoài là không cần thiết cho phần hoạch định chiến lược hiệu quả.

<sup>8</sup>10 Bí quyết Quản lý Dòng tiền Tốt hơn: <http://quickbooks.intuit.com/r/financial-management/10-tips-managing-cash-flow>. Làm thế nào để Quản lý Dòng tiền của tôi tốt hơn: <http://www.entrepreneur.com/article/66008>. Quản lý Dòng tiền: Kỹ thuật & Công cụ: <http://www.businessnewsdaily.com/4635-cash-flow-management.html>

### NGHIỆP MỚI

Có thể chỉ mất một buổi chiều không gián đoạn để xem các báo cáo tiến độ hoặc có thể là rời khỏi văn phòng một lúc với một vài cố vấn đáng tin cậy. Cuối cùng, quy trình hoạch định chiến lược phải phù hợp với “văn hóa doanh nghiệp” để không gây khó chịu, và tạo ra kế hoạch chi tiết cho các hành động trong tương lai.

**Hoạch định  
Chiến lược**

Cuốn sách này được thiết kế để chỉ ra những vấn đề cơ bản khi bắt đầu kinh doanh. Có rất nhiều nguồn thông tin khác mà bạn có thể thấy hữu ích. Chương cuối cùng là danh sách các quyển sách, bài báo và trang web, chúng có thể là tài liệu tham khảo có giá trị. Ngoài ra, Trung tâm Phát triển Doanh nghiệp Nhỏ Georgia có nhiều văn phòng trên khắp tiểu bang cung cấp tư vấn, giáo dục thường xuyên và nghiên cứu cho các doanh nhân Georgia. Được tài trợ bởi Cục Quản lý Doanh nghiệp Nhỏ Hoa Kỳ, Đại học Georgia và các trường đại học và cao đẳng khác của tiểu bang, các chuyên gia tư vấn cấp giảng viên của chúng tôi cung cấp nhiều kiến thức chuyên môn với nhiều nền tảng kinh doanh khác nhau. Mục đích của tổ chức là cải thiện phúc lợi kinh tế của người Gruzia thông qua sự hỗ trợ rộng rãi tinh thần kinh doanh. Bạn có thể thấy danh sách các văn phòng của chúng tôi ở bìa sau của cuốn sách này. Để tìm hiểu thêm về UGA SBDC và cách chúng tôi có thể giúp bạn cũng như doanh nghiệp của bạn, hãy đăng nhập vào trang web [www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org).

**Kết luận**

Chương đầu của cuốn sách này có đề cập rằng đôi khi tất cả chỉ cần một chút may mắn là có thể đạt được thành công. Một sự thật hiển nhiên khác là may mắn thường đến với những người có sự chuẩn bị tốt nhất. Do đó, nếu UGA SBDC có thể hỗ trợ thêm cho nỗ lực kinh doanh của bạn, vui lòng cho chúng tôi biết. Thành công của bạn là thành công của chúng tôi!

---

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

# CHƯƠNG CHÍN: TÀI NGUYÊN

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

---

## CHƯƠNG 9: TÀI NGUYÊN

Tài  
nguyên  
Sách in

### CÁC SÁCH KHỞI NGHIỆP

Tiêu đề: Khởi sự và Điều hành một Doanh nghiệp tại Georgia (*Starting and Operating a Business in Georgia*)

- Tác giả: Jenkins, Michael D.  
Sách Kindle trên Amazon.com
- Tiêu đề: Khởi đầu Nhỏ, Kết thúc Lớn: 15 Bài học Quan trọng để Bắt đầu – và Vận hành – Doanh nghiệp của Bạn Thành công (*Start Small, Finish Big: Fifteen Key Lessons to Start-- and Run--Your Own Successful Business*)
- Tác giả: Deluca, Fred | Hayes, John Phillip Mandevilla Press, Tháng 12, 2012
- Tiêu đề: Kế hoạch Kinh doanh Thành công: Bí mật và Chiến lược (*The Successful Business Plan: Secrets and Strategies*)
- Tác giả: Abrams, Rhonda M.  
Planning Shop, Tháng 6, 2014
- Tiêu đề: Tóm tắt: Rủi ro thấp, Lợi nhuận cao. Khởi sự và Phát triển Doanh nghiệp của Bạn với Rủi ro Tối thiểu (*Summary: Low Risk, High Reward: Starting and Growing Your Business with Minimal Risk*)
- Tác giả: Reiss, Bob | Cruikshank, Jeffery L. Business News Publishing, Tháng 9, 2014
- Tiêu đề: Khởi nghiệp Công nghệ Cao: Cẩm nang Hoàn chỉnh để Thành lập các Công ty Công nghệ Cao Mới Thành công (*High Tech Start-Up: The Complete Handbook for Creating Successful New High-Tech Companies*)
- Tác giả: Nesheim, John L.  
Free Press, Tháng 3, 2000
- Tiêu đề: Thuế doanh nghiệp nhỏ của J.K. Lesser 2016: Cẩm nang Toàn diện của Bạn cho một Kết quả Kinh doanh Tốt hơn (*J.K. Lesser's Small Business Taxes 2016: Your Complete Guide to a Better Bottom Line*)
- Tác giả: Weltman, Barbara  
J. Wiley và Sons, 2016
- Tiêu đề: Các bước để khởi sự doanh nghiệp nhỏ: Mọi thứ bạn cần biết để biến ý tưởng của mình thành một doanh nghiệp thành công (Loạt sách Chiến lược Doanh nghiệp Nhỏ) (*Steps to Small Business Start-Up: Everything You Need to Know to Turn Your Idea Into a Successful Business (Small Business Strategies Series)*)
- Tác giả: Pinson, Linda  
Ngoài tầm nhìn...Và đi đến đích, Tháng 5, 2014
- Tiêu đề: Những mạo hiểm của Doanh nghiệp Mới và Nhà khởi nghiệp (*New Business Ventures and the Entrepreneur*)
- Tác giả/  
NXB: Stevenson, Howard H. và cộng sự  
Irwin McGraw-Hill, 2006
- Tiêu đề: SmartStart-Làm thế nào để Khởi sự Kinh doanh ở Georgia (*SmartStart-How to Start a Business in Georgia*)
- Tác giả/NXB: Entrepreneur Press, 2007

## CHƯƠNG 9: TÀI NGUYÊN

### SÁCH THAM KHẢO

- Tiêu đề: Hệ thống Phân loại Ngành ở Bắc Mỹ  
(*North American Industry Classification System*)
- Tác giả/ NXB: Cục Quản lý Hành chính và Ngân sách Hoa Kỳ

Tài nguyên  
Sách in

- Tiêu đề: Tóm tắt thống kê của Hoa Kỳ 2012-2013: Sách dữ liệu quốc gia  
(*Statistical Abstract of the United States 2012-2013: The National Data Book*)
- Tác giả: Bộ Thương mại Hoa Kỳ  
NXB: Skyhorse Publishing, Tháng 7, 2012
- Tiêu đề: Các Nghiên cứu Tài chính của Doanh nghiệp Nhỏ, Phiên bản  
thứ 29 (*Financial Studies of the Small Business, 29<sup>th</sup> Edition*)
- Tác giả/ NXB: Financial Research Associates, Tháng 12 2006
- Tiêu đề: Danh mục in: Hướng dẫn mô tả về danh mục in và không in,  
Hướng dẫn dành cho người mua, Bảng phân việc và Các loại  
danh sách địa chỉ khác (*Directories in Print: A Descriptive  
Guide to Print and Non-Print Directories, Buyer's Guides,  
Roster and Other Address Lists of All Kinds*)
- NXB: Gale Research, Tháng 3, 2016
- Tiêu đề: Sản xuất và Phân phối Hoa Kỳ  
(*Manufacturing and Distribution USA*)
- NXB: Gale Research, Tháng 11, 2014
- Tiêu đề: Các Chỉ tiêu Ngành và các Chỉ số Kinh doanh Cốt yếu năm 2014  
(*Industry Norms and Key Business Ratios 2014*)
- NXB: Dun & Bradstreet Information
- Tiêu đề: Bách khoa toàn thư về các Hiệp hội: Các Tổ chức Quốc gia của  
Hoa Kỳ (*Encyclopedia of Associations: National Organizations of  
the U.S.*)
- NXB: Gale Research, Tháng 3, 2016
- Tiêu đề: Sách nguồn cho Doanh nghiệp Nhỏ: Nguồn lực của Nhà khởi nghiệp  
(*Small Business Sourcebook: The Entrepreneur's Resource*)
- NXB: Gale Research, Tháng 2, 2016
- Tiêu đề: Báo cáo Thị phần: Tổng hợp dữ liệu thị phần được báo cáo về các  
công ty, sản phẩm và dịch vụ qua các năm. (*Market Share Reporter:  
An Annual Compilation of Reported Market Share Data on  
Companies, Products, and Services*)
- NXB: Gale Research, Tháng 9, 2015
- Tiêu đề: Hướng dẫn của Quận Georgia năm 2015 (*The 2015 Georgia County Guide*)
- NXB: Cooperative Extension Service và Carl Vinson Institute of  
Government, Đại học Georgia

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)



# PHỤ LỤC

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

### Mẫu Khảo sát qua Điện thoại cho một Dịch vụ Công nghiệp Mới

Xin chào. Em có thể nói chuyện với [TÊN NGƯỜI ĐƯỢC KHẢO SÁT] không ạ?

Xin chào anh/chị. Em là [NGƯỜI PHÒNG VẤN] gọi đến từ [Công ty Khảo sát]. Bên em đang thực hiện một nghiên cứu ngắn về các chuyên viên mua hàng, và muốn hỏi anh/chị một số câu hỏi về cơ sở của mình. Bây giờ không biết anh/chị có vài phút để trả lời một số câu hỏi không ạ?

[CÁC CÂU HỎI CHỈ GÓI GỌN TRONG 5 PHÚT – BÊN EM MUỐN TÌM HIỂU NHU CẦU CỦA ANH/CHỊ VỚI CÁI THIÊN VẬN HÀNH VÀ TĂNG HIỆU QUẢ THÔNG QUA PHẦN MỀM MỚI.]

1. Có [TIẾP TỤC]
2. Không [VẬY KHI NÀO MÌNH CÓ THỂ DÀNH RA 5 PHÚT ĐƯỢC VẬY Ạ?]

Trước khi bắt đầu, em muốn anh/chị biết là tất cả thông tin anh/chị cung cấp sẽ được giữ bí mật tuyệt đối. Nghiên cứu này hoàn toàn tự nguyện, và tên của anh/chị hoặc tên doanh nghiệp mình sẽ không được liên kết riêng lẻ với bất kỳ thông tin nào anh/chị cung cấp. Người giám sát của em có thể nghe một phần cuộc phỏng vấn cho mục đích kiểm soát chất lượng.

Câu 1 – Đầu tiên, trong số các nhà cung cấp phần mềm sau đây, anh/chị sẽ xếp hạng nhà cung cấp nào có thị phần lớn nhất trên thị trường hiện nay?

[NGƯỜI PHÒNG VẤN: ĐỌC CÁC CÂU TRẢ LỜI]

1. Đối thủ cạnh tranh 1 [CHUYỂN TỚI CÂU 2]
2. Đối thủ cạnh tranh 2 [CHUYỂN TỚI CÂU 2]
3. Đối thủ cạnh tranh 3 [CHUYỂN TỚI CÂU 2]
4. Đối thủ cạnh tranh 4 [CHUYỂN TỚI CÂU 2]
5. Đối thủ cạnh tranh 5 [CHUYỂN TỚI CÂU 2]
6. Khác [Xác định] [CHUYỂN TỚI CÂU 2]
7. Không sử dụng hệ thống máy tính
9. Không biết/Không trả lời [CHUYỂN TỚI CÂU 2]

Câu 1.1 – Tại sao anh/chị không sử dụng hệ thống máy tính?

1. [NHẬP CÂU TRẢ LỜI]
9. Không biết/Không trả lời

Câu 1.2 – Anh/Chị có dự tính sử dụng hệ thống máy tính trong tương lai không?

1. Có [Tại sao? NHẬP CÂU TRẢ LỜI]
2. Không [Tại sao? NHẬP CÂU TRẢ LỜI]
9. Không biết/Không trả lời [CHUYỂN TỚI CÂU 13]

Câu 2 – Trong số các nhà cung cấp dưới đây, anh/chị sẽ xếp hạng đơn vị nào đã phục vụ nhiều khách hàng nhất?

1. Đối thủ cạnh tranh 1
  2. Đối thủ cạnh tranh 2
  3. Đối thủ cạnh tranh 3
  4. Đối thủ cạnh tranh 4
  5. Đối thủ cạnh tranh 5
- 9 – Không biết/Không trả lời

Câu 3 – Trong số các sản phẩm phần mềm cá nhân anh/chị đã trải nghiệm, anh/chị sẽ xếp hạng nhà cung cấp nào trong số sau đây là được ưa chuộng nhất dựa trên độ tin cậy của sản phẩm?

1. Đối thủ cạnh tranh 1
  2. Đối thủ cạnh tranh 2
  3. Đối thủ cạnh tranh 3
  4. Đối thủ cạnh tranh 4
  5. Đối thủ cạnh tranh 5
- 9 – Không biết/Không trả lời

Câu 4 – Trong số các dịch vụ hỗ trợ khách hàng của các nhà cung cấp này, anh/chị đánh giá dịch vụ nào là hài lòng nhất?

1. Đối thủ cạnh tranh 1
2. Đối thủ cạnh tranh 2
3. Đối thủ cạnh tranh 3
4. Đối thủ cạnh tranh 4
5. Đối thủ cạnh tranh 5

Câu 5 – Trong các nhận định sau, ấn tượng tích cực nhất của anh/chị về phần mềm mình hiện đang sử dụng là gì?

1. Dễ sử dụng
  2. Mọi thứ đều tự động
  3. Giúp việc vận hành ít phức tạp hơn
  4. Tôi có thể hoàn thành được nhiều công việc hơn
  5. Các hoạt động vận hành hiệu quả hơn
  6. Khác [NGƯỜI TRẢ LỜI CUNG CẤP] \_\_\_\_\_
- 9 – Không biết/Không trả lời

Câu 6 – Trong các nhận định sau, điều gì gần nhất với ấn tượng tiêu cực nhất của anh/chị về phần mềm anh/chị đã từng sử dụng?

1. Cần có bằng khoa học máy tính để vận hành
  2. Liên tục phải đưa ra giải pháp thay thế thì vì phần mềm không phù hợp với doanh nghiệp
  3. Làm trên giấy dễ hơn trên phần mềm nhiều
  4. Tôi mất toàn bộ thời gian bên máy tính
  5. Tôi đang bị quá tải thông tin
  6. Ai biết nó có cải thiện được gì không
  7. Khác [NGƯỜI TRẢ LỜI CUNG CẤP] \_\_\_\_\_
- 9 – Không biết/Không trả lời

## PHỤ LỤC

---

Câu 7 – Nếu có thể thay đổi một điều gì đó của phần mềm, anh chị sẽ.....

[ĐỌC CÂU TRẢ LỜI]

1. Tăng sự tự động
2. Giảm sự tự động
3. Thêm chức năng [ANH/CHỊ MUỐN THÊM CHỨC NĂNG NHƯ THẾ NÀO?] \_\_\_\_\_
4. Giảm chức năng [ANH/CHỊ MUỐN GIẢM CHỨC NĂNG NHƯ THẾ NÀO?] \_\_\_\_\_
5. Bỏ phần mềm và quay trở lại giấy tờ
6. Khác [NGƯỜI TRẢ LỜI CUNG CẤP] \_\_\_\_\_
9. Không biết/Không trả lời

Câu 8 – Anh/chị đánh giá khía cạnh nào sau đây của phần mềm là hữu ích nhất?

[ĐỌC CÂU TRẢ LỜI]

1. Dễ sử dụng hoặc ít nhất là dễ dàng như viết tay trên giấy
2. Cập nhật (“thời gian thực”)
3. Giảm thời gian thao tác bàn phím, chẳng hạn như nhập liệu hoặc thực hiện một tác vụ
4. Công nghệ di động, hoặc văn phòng ít giấy tờ
5. Thực hiện báo cáo dễ dàng hơn và được tùy chỉnh
9. Không biết/Không trả lời

Câu 9 – Nếu được tạo ra một hệ thống lý tưởng của mình thì anh/chị sẽ.....

1. Chuyển đổi sang một hệ thống mới
2. Điều chỉnh hệ thống cũ
3. Tạo ra nhiều giải pháp thay thế hơn với hệ thống hiện có để đạt được hiệu quả mong muốn
4. Chỉ tiếp tục với hệ thống hiện tại nếu không thể sửa đổi được
5. Thành lập công ty riêng vì mọi thứ khác đều đã được thử trước đây
6. Khác [NGƯỜI TRẢ LỜI CUNG CẤP] \_\_\_\_\_
9. Không biết/Không trả lời

Câu 10 – Anh/Chị đánh giá Dịch vụ Khách hàng của phần mềm mình đang dùng hỗ trợ là xuất sắc, tốt, đầy đủ, kém hay không hỗ trợ?

1. Xuất sắc
2. Tốt
3. Đầy đủ
4. Kém
5. Không hỗ trợ
9. Không biết/Không trả lời

Câu 11 – Anh/Chị cho rằng mức độ dịch vụ mình nhận được là gì? Anh/Chị sẽ đề cập đến quy mô, nguồn lực, chuyên môn, cam kết của nhà cung cấp hay quy mô công ty của anh/chị so với các khách hàng khác của nhà cung cấp?

1. Quy mô nhà cung cấp
2. Nguồn lực của nhà cung cấp
3. Chuyên môn của nhà cung cấp
4. Cam kết của nhà cung cấp
5. Quy mô công ty so với các khách hàng khác của nhà cung cấp
6. Khác [NGƯỜI TRẢ LỜI CUNG CẤP] \_\_\_\_\_
9. Không biết/Không trả lời

Câu 12 – Anh/Chị sử dụng cách nào sau đây để tìm hiểu thông tin về các sản phẩm phần mềm mới?

12.1 – Anh/Chị có sử dụng kiến thức truyền miệng không?

1. Có
2. Không
9. Không biết/Không trả lời

12.2 – Anh/Chị có nhận được thông tin từ các quảng cáo của tạp chí thương mại không?

1. Có [TÊN TẠP CHÍ CỤ THỂ] \_\_\_\_\_
2. Không
9. Không biết/Không trả lời

12.3 – Anh/Chị có nhận được thông tin từ Triển lãm Thương mại không?

1. [TÊN TRIỂN LÃM CỤ THỂ] \_\_\_\_\_
2. Không
9. Không biết/Không trả lời

Câu 12.4 – Anh/Chị có nhận được thông tin từ Nhân viên Bán hàng không?

1. Có [ĐẠI DIỆN CỦA CÔNG TY NÀO] \_\_\_\_\_
2. Không
9. Không biết/Không trả lời

Câu 12.5 – Có nguồn nào khác để anh/chị lấy thông tin sản phẩm phần mềm không?

1. Có [NGUỒN NÀO] \_\_\_\_\_
2. Không
9. Không biết/Không trả lời

## PHỤ LỤC

---

Câu 13 – Cơ sở của anh/chị sẵn sàng trả bao nhiêu cho một hệ thống mới?

\_\_\_\_\_ USD [THANG GIÁ 0 – 999.995 USD]

- 999.995 – 999.995 hoặc hơn
- 999.996 – Không áp dụng
- 999.999 – Không biết/Không trả lời

Câu 13.1 – Giới hạn hoặc ngưỡng số tiền của bộ phận của anh/chị là bao nhiêu để mua hàng mà không phải thông qua các báo giá chính thức, cạnh tranh hoặc quy trình đấu thầu chính thức?

\_\_\_\_\_ USD [THANG GIÁ 0 – 999.995 USD]

- 999.995 – 999.995 hoặc hơn
- 999.996 – Không áp dụng
- 999.999 – Không biết/Không trả lời

Câu 14 – Anh/Chị có muốn thuê phần mềm ứng dụng thông qua world wide web không?

- 1. Có
- 2. Không
- 9. Không biết/Không trả lời

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

Câu 15 – Anh/Chị có muốn sử dụng công nghệ di động, không dây để ghi lại công việc tại hiện trường không?

- 1. Có [hoặc đã sử dụng rồi]
- 2. Không
- 9. Không biết/Không trả lời

Câu 16 – Bộ phận của anh/chị có bộ phận lập kế hoạch riêng đưa ra quyết định mua hàng cho cơ sở của anh/chị không?

- 1. Có
- 2. Không [CHUYỂN TỚI CÂU 17]
- 9. Không biết/Không trả lời

Câu 17 – Anh/Chị còn bất kỳ nhận xét nào khác mà cảm thấy có thể giúp nhà cung cấp cải thiện phần mềm, sản phẩm hoặc dịch vụ không? [NẾU CÓ, NHẬP CÂU TRẢ LỜI]

---

---

---

Câu 18 – Đó là toàn bộ câu hỏi khảo sát rồi ạ. Bên em rất trân trọng sự giúp đỡ của anh/chị hôm nay. Liệu sau này bên em có thể gọi lại cho anh/chị nếu vẫn còn những câu hỏi khác được không ạ?

1. Có. Có thể gọi lại
2. Không. Không được gọi lại [KẾT THÚC PHÒNG VẤN]

Câu 19 – Em có thể biết họ tên anh/chị [HỌ VÀ TÊN] cũng như số điện thoại để bên em có thể hỏi cụ thể về anh/chị không ạ?

1. Có [NHẬP HỌ TÊN] \_\_\_\_\_  
[NHẬP SỐ ĐIỆN THOẠI] \_\_\_\_\_
2. Không

Cảm ơn sự giúp đỡ của anh/chị hôm nay.  
Phản hồi của anh/chị sẽ giúp bên em hiểu rõ hơn về nhu cầu của cơ sở.  
Tạm biệt anh/chị.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## PHỤ LỤC

---

### Mẫu câu hỏi về Tính khả thi của Khu liên hợp Quần vợt và Thể hình qua đường bưu điện

Xin chào, tôi tên là \_\_\_\_\_ và tôi đến từ \_\_\_\_\_, một công ty thăm dò địa phương. Chúng tôi đang tiến hành một nghiên cứu về việc tham gia quần vợt ở khu vực Atlanta. Tôi có thể nói chuyện với một người lớn trong nhà được không?

Có → (Sau khi gặp thì giới thiệu lại về bản thân và mục đích nghiên cứu).

Không → Khi nào tiện để chúng tôi gọi lại cho anh ấy/chị ấy?

Ngày tháng năm: \_\_\_\_\_

Thời gian: \_\_\_\_\_

Câu 1. Anh/chị hoặc một người khác trong nhà có thường chơi quần vợt không?

\_\_\_\_\_ Không bao giờ

\_\_\_\_\_ Một lần mỗi tháng hoặc ít hơn

\_\_\_\_\_ 2-3 lần mỗi tháng

\_\_\_\_\_ Một lần mỗi tuần hoặc nhiều hơn

Câu 2. Anh/Chị có đang là thành viên của ..... Đơn vị nào?

\_\_\_\_\_ Chi nhánh Quần vợt? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Câu lạc bộ Quần vợt? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Câu lạc bộ Miền quê? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Phúc hợp/Trung tâm Thể hình? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Không/Không áp dụng (Chuyển tới Câu 10)

Câu 3. Điều anh/chị thích nhất về (Chi nhánh/Câu lạc bộ/Trung tâm) quần vợt anh/chị đang tham gia là gì?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Câu 4. Điều anh/chị không thích nhất về (Chi nhánh/Câu lạc bộ/Trung tâm) quần vợt anh/chị đang tham gia là gì?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Câu 5. Nếu được thay đổi một điều cho (Chi nhánh/Câu lạc bộ/Trung tâm) quần vợt anh/chị đang tham gia, đó sẽ là gì?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



Câu 6. Phí thành viên hàng tháng của (Chi nhánh/Câu lạc bộ/Trung tâm) quần vợt mà anh/chị đang tham gia là bao nhiêu?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Thấp hơn 100 USD | <input type="checkbox"/> 150 - 179 USD |
| <input type="checkbox"/> 100 - 129 USD    | <input type="checkbox"/> 180 - 200 USD |
| <input type="checkbox"/> 130 - 149 USD    | <input type="checkbox"/> Hơn 200 USD   |

Câu 7. Và có bất kỳ loại phí khởi đầu hay phí thành viên nào để tham gia không?

Có → Hãy mô tả: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Không

Câu 8. Những khoản phí này có phải là một phần của hợp đồng trọn gói, ví dụ như gói dành cho gia đình hoặc gói đặc biệt có giới hạn thời gian không?

Có → Hãy mô tả: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Không

Câu 9. Bây giờ tôi sẽ đọc cho anh/chị một danh mục ngắn các tính năng, sau đó anh/chị cho biết liệu những tính năng này có được cung cấp tại (Chi nhánh/Câu lạc bộ/Trung tâm) quần vợt của anh/chị hay không (Chỉ đánh dấu vào những mục có).

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Thiết bị Nautilus                                     | <input type="checkbox"/> Phòng tập thể dục nhịp điệu             |
| <input type="checkbox"/> Cửa hàng quần áo và dụng cụ thể thao                  | <input type="checkbox"/> Có sẵn đồ uống giải khát                |
| <input type="checkbox"/> Lớp học/ Tiết học/ Hướng dẫn                          | <input type="checkbox"/> Tiết học cá nhân                        |
| <input type="checkbox"/> Sân tennis trong nhà                                  | <input type="checkbox"/> Các sự kiện xã hội đã được lên kế hoạch |
| <input type="checkbox"/> Cho thuê hội trường sinh hoạt chung hoặc khu tiếp tân |  |

Câu 10. Tôi muốn anh/chị đánh giá tầm quan trọng của mỗi đặc điểm sau đây đối với anh/chị. Chúng tôi sẽ sử dụng thang điểm từ 1 đến 5 với 1 đại diện cho “Việc (Chi nhánh/Câu lạc bộ/Trung tâm) quần vợt của tôi cung cấp tính năng này **không quan trọng chút nào**” và 5 đại diện cho “Việc (Chi nhánh/Câu lạc bộ/Trung tâm) của tôi cung cấp tính năng này là **rất quan trọng**”. Và hãy nhớ rằng anh/chị có thể sử dụng bất kỳ số nào từ 1 đến 5.

- Thiết bị Nautilus
- Phòng tập thể dục nhịp điệu
- Cửa hàng quần áo và dụng cụ thể thao
- Có sẵn đồ uống giải khát
- Tiết học quần vợt nhóm (mỗi người là một tuần một lần)
- Tiết học quần vợt cá nhân (tính phí thêm)
- Các sự kiện xã hội dự kiến
- Cho thuê hội trường sinh hoạt chung hoặc khu tiếp tân

## PHỤ LỤC

---

- Sân tennis trong nhà
- Sân đất nện
- Sân cứng
- Sân vận động
- Cách nhà khoảng 20 phút lái xe
- Cách văn phòng khoảng 20 phút lái xe

Câu 11(a). Nếu một cơ sở quần vợt mới được mở ở phía bắc Atlanta cung cấp tất cả các tiện nghi mà chúng ta đã thảo luận, anh/chị có sẵn sàng trả phí thành viên **gia đình** một lần là **4.000 USD** cộng thêm \_\_\_\_ mỗi tháng để trở thành thành viên không?

- 200 USD (Chuyển tới Câu 12)
- 150 USD (Chuyển tới Câu 12)

Câu 11(b). Nếu một cơ sở quần vợt mới được mở ở phía bắc Atlanta cung cấp tất cả các tiện nghi mà chúng ta đã thảo luận, anh/chị có sẵn sàng trả phí thành viên **gia đình** một lần là **3.000 USD** cộng thêm \_\_\_\_ mỗi tháng để trở thành thành viên không?

- 200 USD (Chuyển tới Câu 12)
- 150 USD (Chuyển tới Câu 12)

Câu 11(c). Nếu một cơ sở quần vợt mới được mở ở phía bắc Atlanta cung cấp tất cả các tiện nghi mà chúng ta đã thảo luận, anh/chị có sẵn sàng trả phí thành viên **cá nhân** một lần là **2.500 USD** cộng thêm \_\_\_\_ mỗi tháng để trở thành thành viên không?

- 150 USD (Chuyển tới Câu 12)
- 200 USD (Chuyển tới Câu 12)
- Không muốn thay đổi thẻ thành viên
- Không hứng thú thay đổi thẻ thành viên

Câu 12. Lý do là gì? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Các câu hỏi sau đây chỉ nhằm mục đích phân loại và sẽ không truy ngược lại cá nhân.

D1. Hãy dừng tôi lại khi tôi đọc tới mục mô tả đúng nhất về tuổi của anh/chị:

- 18 - 24                       25 - 34
- 35 - 44                       45 - 56
- 55 - 64                       65+

D2. Mã zip của khu dân cư anh/chị ở là gì: \_\_\_\_\_

Mã zip của văn phòng anh/chị là gì: \_\_\_\_\_

D3. Gia đình anh chị có bao nhiêu người lớn? \_\_\_\_\_

Gia đình anh chị có bao nhiêu trẻ em? \_\_\_\_\_

D4. Hãy dừng tôi lại khi tôi đọc tới mục mô tả đúng nhất về thu nhập hộ gia đình hàng năm của anh/chị.

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 19,999 USD hoặc ít hơn | <input type="checkbox"/> 20,000 tới 29,999 USD   |
| <input type="checkbox"/> 30,000 tới 49,999 USD  | <input type="checkbox"/> 50,000 tới 74,999 USD   |
| <input type="checkbox"/> 75,000 tới 99,999 USD  | <input type="checkbox"/> 100,000 tới 149,999 USD |
| <input type="checkbox"/> 150,000 hoặc nhiều hơn | <input type="checkbox"/> Từ chối trả lời         |

Cảm ơn anh/chị đã giúp đánh giá các trung tâm quần vợt hiện tại và được đề xuất ở Atlanta.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

**Mẫu Phỏng vấn ngắn nơi công cộng  
Bảng khảo sát Tính khả thi của Tiệm cà phê**

Chúng tôi đang thực hiện một cuộc thăm dò nhanh về người tiêu dùng và hy vọng bạn có thể tham gia. Cuộc khảo sát này không mất quá mười phút đâu ạ.

1. Bạn có thường xuyên uống cà phê hoặc các đồ uống liên quan đến cà phê không?
- |                          |                                   |
|--------------------------|-----------------------------------|
| ___ Hơn một lần mỗi ngày | ___ Một lần mỗi tuần              |
| ___ Một lần mỗi ngày     | ___ Vài lần mỗi tháng -> *        |
| ___ Vài lần mỗi tuần     | ___ Ít hơn một lần mỗi tháng -> * |
- \*Cảm ơn và chúc bạn một ngày tốt lành.

2. Bây giờ, bạn có thể chia sẻ thêm bạn uống cà phê khi nào, ở đâu, và lượng cà phê như thế nào. Bạn có uống cà phê vào Buổi sáng không? Buổi chiều? Buổi tối? Đêm khuya?
- 1= Gần như luôn luôn      2=Thỉnh thoảng      3=Không bao giờ\*
- (\*Không hỏi những câu hỏi bên dưới)

(Lặp lại các câu hỏi sau cho mỗi khung giờ trong ngày, và ghi câu trả lời vào bảng).

Vậy bạn uống khoảng bao nhiêu cốc cà phê?

Bạn uống cà phê ở đâu (nhà/ xe ô tô/ văn phòng/ nhà hàng/khác)?

Cà phê này được mua hay được pha chế ở đâu (cửa hàng tạp hóa/ cửa hàng tiện lợi/ nhà hàng thức ăn nhanh/ quán cà phê/ nhà hàng/ khác)?

Và cuối cùng, tại sao bạn thường mua cà phê vào thời gian và địa điểm như vậy (vị trí thuận tiện/ hương vị cao cấp/ giá cả phải chăng/ thức uống cà phê đa dạng/ có sẵn các món ăn miễn phí/ không khí cửa hàng/ khác - liệt kê ra)?

	1, 2, 3	Số cốc/ ly cà phê?	Uống tại đâu?	Nơi mua/ pha chế?	Lý do mua
Buổi sáng					
Buổi chiều					
Buổi tối					
Đêm khuya					

3. Bạn có uống thức uống cà phê không?
- |                        | Yes   | No    |
|------------------------|-------|-------|
| Chỉ khi nào ăn?        | _____ | _____ |
| Chỉ uống chứ không ăn? | _____ | _____ |
| Chỉ khi được khao?     | _____ | _____ |
4. Có thời điểm nhất định nào trong năm mà bạn uống cà phê thường xuyên hơn bình thường không? Nếu có thì khi nào? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
5. Khi mua cà phê hoặc các thức uống liên quan đến cà phê, bạn thường chi bao nhiêu tiền cho một cốc/ ly cà phê?
- \_\_\_\_\_ Ít hơn 1 USD
- \_\_\_\_\_ 1 – 2 USD
- \_\_\_\_\_ 2 – 5 USD
- \_\_\_\_\_ Nhiều hơn 5 USD

Đây là toàn bộ câu hỏi của tôi. Cảm ơn bạn đã dành thời gian giúp đỡ chúng tôi hoàn thành khảo sát.

Xin cảm ơn.



---

GHI CHÚ

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)



[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)