



Vụ Giáo dục Thường xuyên



Giáo dục về kinh doanh
trong nhà trường và các cơ sở
đào tạo nghề và kỹ thuật

Tài liệu Giáo dục Khởi nghiệp

DÙNG CHO HỌC SINH TRUNG HỌC PHỔ THÔNG



LƯU HÀNH NỘI BỘ

Tài liệu Giáo dục Khởi nghiệp

DÙNG CHO HỌC SINH TRUNG HỌC PHỔ THÔNG

LƯU HÀNH NỘI BỘ

Tài liệu này được thực hiện từ nguồn hỗ trợ Bộ Lao động Hoa Kỳ tài trợ theo Thỏa thuận Hợp tác số IL-26682-14-75-K-11. Tài liệu này không nhất thiết phản ánh quan điểm hay các chính sách của Bộ Lao động Hoa Kỳ, cũng như việc đề cập đến thương hiệu, sản phẩm thương mại hay tổ chức nào không có nghĩa bao hàm sự chứng thực của Chính phủ Hoa Kỳ. Một trăm phần trăm tổng chi phí Dự án do chính phủ Hoa Kỳ tài trợ với tổng số tiền là 8 triệu đô la.

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	vii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	viii
MỘT SỐ BIỂU TƯỢNG DÙNG TRONG TÀI LIỆU KAB	ix
PHẦN 1: GIỚI THIỆU VỀ BỘ TÀI LIỆU	1
1. GIÁO DỤC KHỞI NGHIỆP LÀ GÌ?	1
2. SỰ CẦN THIẾT PHÁT TRIỂN VÀ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH	1
3. TÀI LIỆU HỖ TRỢ AI?	2
4. MỤC TIÊU CỦA CHƯƠNG TRÌNH	2
5. NỘI DUNG	2
6. TÀI LIỆU ĐÀO TẠO	2
PHẦN 2: BÀI TẬP, TÀI LIỆU DÙNG CHO HỌC SINH	3
MÔ ĐUN 1: KINH DOANH RẤT THÚ VỊ, TẠI SAO TÔI CHƯA NGHĨ ĐẾN KHỞI NGHIỆP BẰNG KINH DOANH (9 TIẾT)	4
Bài 1: Vai trò và khả năng của doanh nhân trong kinh doanh (3 tiết)	6
Bài 2: Phát triển tư duy và hành động có tính kinh doanh cho bản thân (3 tiết)	24
Bài 3: Tâm quan trọng của kinh doanh trong xã hội (3 tiết)	23
MÔ ĐUN 2: KHỞI NGHIỆP BẰNG KINH DOANH, TÔI CẦN PHÁT TRIỂN NHỮNG NĂNG LỰC GÌ? (9 TIẾT)	34
Bài 1: Tự đánh giá năng lực kinh doanh tiềm ẩn của bản thân (3 tiết)	35
Bài 2: Ba nhóm năng lực của người làm kinh doanh (3 tiết)	42
Bài 3: Những năng lực cần phát triển của người làm kinh doanh (3 tiết)	51

MÔ ĐUN 3: KHỞI NGHIỆP BẰNG KINH DOANH CÓ THỂ THẤT BẠI, TÔI PHẢI CHUẨN BỊ NHỮNG GÌ ĐỂ KHÔNG THẤT BẠI KHI KHỞI NGHIỆP BẰNG KINH DOANH (9 TIẾT)	60
Bài 1: Sáng tạo và tiềm năng của cá nhân (3 tiết)	61
Bài 2: Những hành động tăng cường sự tự tin của bản thân (3 tiết)	75
Bài 3: Mạo hiểm trong kinh doanh (3 tiết)	84
PHẦN 3: MỘT SỐ THUẬT NGỮ CƠ BẢN	95
TÀI LIỆU THAM KHẢO	101

LỜI NÓI ĐẦU

Trong những năm gần đây Đảng, Chính phủ đã rất quan tâm đến nội dung giáo dục hướng nghiệp, phân luồng học sinh sau trung học cơ sở, giáo dục khởi nghiệp trong các nhà trường phổ thông,...

Để thực hiện những nội dung chỉ đạo trên của Đảng và Chính phủ, tại Hướng dẫn nhiệm vụ năm học 2016-2017, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã chỉ đạo các sở giáo dục và đào tạo, cơ sở giáo dục “Hoàn thiện chương trình giáo dục hướng nghiệp trong trường phổ thông; biên soạn tài liệu giáo dục hướng nghiệp, khởi nghiệp kinh doanh và quản lý giáo dục hướng nghiệp. Đổi mới phương pháp, hình thức hoạt động giáo dục hướng nghiệp, đáp ứng mục tiêu phân luồng học sinh, nhất là phân luồng sau THCS”.

Để làm phong phú và có thêm cơ hội cho các nhà trường, giáo viên có thể thực hiện tốt nhiệm vụ trên, Vụ Giáo dục thường xuyên phối hợp với Tổ chức Lao động quốc tế tại Việt Nam (ILO) tổ chức biên soạn bộ tài liệu Giáo dục khởi nghiệp. Bộ tài liệu này gồm 4 cuốn, trong đó có 2 cuốn hướng dẫn giáo viên và 2 cuốn bài tập cho học sinh ở 2 cấp THCS và THPT.

Các nhà trường, giáo viên có thể lựa chọn các bài, mô đun phù hợp để làm tư liệu giảng dạy cho các chủ đề giáo dục hướng nghiệp hoặc môn công nghệ.

Vụ Giáo dục thường xuyên trân trọng cảm ơn Văn phòng Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) tại Việt Nam đã hỗ trợ thực hiện nội dung, kinh phí biên soạn tài liệu này.

Bộ Tài liệu biên soạn lần đầu chắc không tránh khỏi có những hạn chế, sai sót, rất mong nhận được sự góp ý của các nhà trường và các cô giáo, thầy giáo để chúng tôi có thể chỉnh sửa để tài liệu được hoàn thiện tốt hơn.

Hà Nội, ngày 24 tháng 4 năm 2017
VỤ GIÁO DỤC THƯỜNG XUYÊN

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

KAB	Giáo dục khởi nghiệp kinh doanh
ILO	Tổ chức Lao động Quốc tế
MOET	Bộ Giáo dục và Đào tạo
VNIES	Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam
THPT	Trung học phổ thông
TOT	Lớp tập huấn cho giáo viên
ĐG	Đơn giá
SL	Số lượng
NVL	Nguyên vật liệu
KQ	Kết quả
SXKD	Sản xuất kinh doanh
SIYB	Khởi sự doanh nghiệp và Tăng cường khả năng kinh doanh

MỘT SỐ BIỂU TƯỢNG DÙNG TRONG TÀI LIỆU KAB



Biểu tượng này thể hiện Slide nội dung bài học.



Biểu tượng này thể hiện các bài tập, các hoạt động để làm hoặc câu hỏi để trả lời.



Biểu tượng này thể hiện tài liệu cần đọc để có thông tin làm bài, trả lời câu hỏi hoặc tham khảo.



Biểu tượng này yêu cầu điền vào chỗ trống hoặc ghi ý kiến



Biểu tượng này thể hiện trò chơi kinh doanh



Biểu tượng này thể hiện những tóm tắt, ghi nhớ của bạn về các nội dung chính của từng bài học.

PHẦN 1 GIỚI THIỆU VỀ BỘ TÀI LIỆU

1. GIÁO DỤC KHỞI NGHIỆP LÀ GÌ ?

Giáo dục cho người học có được nhận thức và một số kiến thức thực tế về cơ hội, thách thức, quy trình, đặc điểm, tính cách và kỹ năng cần thiết đối với người làm kinh doanh, khởi sự doanh nghiệp.

Giáo dục khởi nghiệp cũng có thể gọi là giáo dục công dân vì nó cung cấp các kỹ năng hành động và tạo ra những thay đổi góp phần cải thiện môi trường trong cộng đồng.

2. SỰ CẦN THIẾT PHÁT TRIỂN VÀ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

Với tỷ lệ thất nghiệp cao, xu hướng cắt giảm biên chế khu vực công, sự tinh giản và tái cấu trúc của các tập đoàn và các chương trình khác đang diễn ra ở nhiều nước. Tự tạo việc làm thông qua phát triển doanh nghiệp nhỏ đang được hầu như tất cả các nước trên thế giới ưu tiên. Một số nước đã khởi tạo các chương trình đưa kiến thức kinh doanh vào chương trình giáo dục của mình và Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), đã hỗ trợ kỹ thuật trong khía cạnh này cho nhiều quốc gia.

Năm 2005, ILO đã giới thiệu bộ tài liệu Giáo dục kinh doanh (KAB) cho Việt Nam thông qua Chương trình thí điểm về Việc làm cho Thanh niên. ILO đã hỗ trợ Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam (VNIES), thông qua nhóm chuyên gia của VNIES xây dựng Giáo trình mới về Giáo dục Kinh doanh (KAB) cho các trường Trung học Phổ thông (THPT) ở Việt Nam bằng cách dịch và chỉnh sửa bộ tài liệu KAB sang tiếng Việt. Đã xuất bản thí điểm tiếng Việt có hiệu chỉnh lần thứ năm vào tháng 11/2009.

Nghị quyết 35/NQ-CP ngày 16/5/2016 (Nghị quyết 35) của Chính phủ về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020. Xây dựng doanh nghiệp Việt Nam có năng lực cạnh tranh phát triển bền vững, cả nước có ít nhất một triệu doanh nghiệp. Việc thực hiện Chương trình giáo dục Khởi nghiệp trong nhà trường THPT là bước đi cần thiết, phù hợp trong việc thực hiện các nhiệm vụ và giải pháp để thực hiện Nghị quyết 35.

Thực tế cho thấy, việc đào tạo các nhà kinh doanh tương lai không nên để đợi đến khi họ trưởng thành, khi họ đã tiếp nhận một số thói quen không phù hợp với kinh doanh.

3. TÀI LIỆU HỖ TRỢ AI?

Tài liệu dành cho giáo viên được thiết kế để hỗ trợ giáo viên thực hiện đào tạo các bài học nêu trong tài liệu. Đào tạo cho đối tượng học sinh THPT chưa từng có kinh nghiệm kinh doanh.

Sách bài tập dùng cho học sinh THPT. Sách bài tập được thiết kế dành cho học sinh THPT, tuy nhiên sách bài tập được giáo viên sử dụng đồng thời trong quá trình đào tạo cho học sinh.

4. MỤC TIÊU CỦA CHƯƠNG TRÌNH

Giúp học sinh xác định được kinh doanh là gì và tầm quan trọng của kinh doanh trong xã hội. Học sinh sẽ phát triển được tư duy và hành động có tính kinh doanh cho bản thân. Những thành quả có thể có được và những thách thức phải vượt qua của người làm kinh doanh. Học sinh phát triển được sự tự tin và khả năng chấp nhận mạo hiểm một cách có tính toán. Học sinh có suy nghĩ tích cực, cởi mở về khởi nghiệp kinh doanh.

5. NỘI DUNG

Chương trình được thiết kế thành ba Mô đun, gồm:

Mô đun 1: Kinh doanh rất thú vị, tại sao Tôi chưa nghĩ đến khởi nghiệp bằng kinh doanh? (9 tiết)

Mô đun 2: Khởi nghiệp bằng kinh doanh, Tôi cần phát triển những năng lực gì? (9 tiết)

Mô đun 3: Khởi nghiệp bằng kinh doanh có thể thất bại, Tôi phải chuẩn bị những gì để không thất bại khi khởi nghiệp bằng kinh doanh? (9 tiết)

6. TÀI LIỆU ĐÀO TẠO

Gồm 2 quyển:

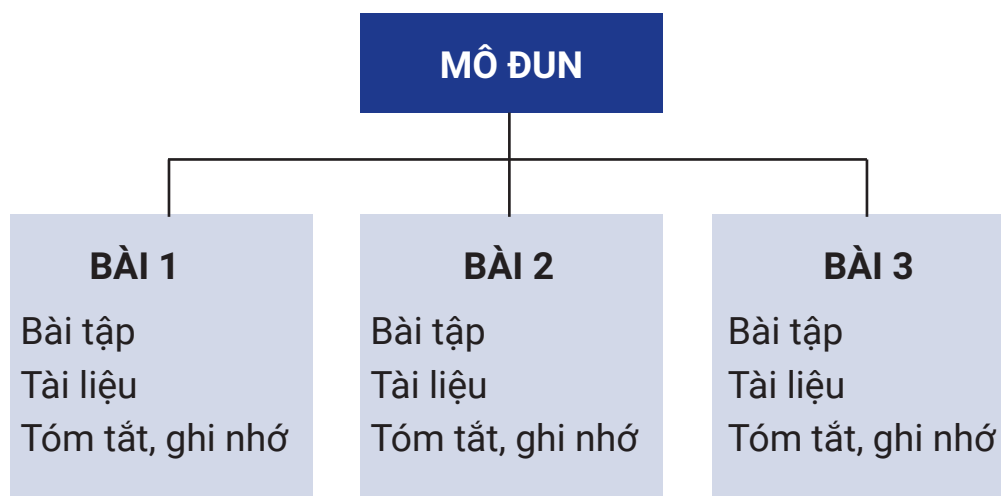
- Tài liệu dùng cho giáo viên THPT.
- Tài liệu dùng cho học sinh THPT.

PHẦN 2 BÀI TẬP, TÀI LIỆU DÙNG CHO HỌC SINH

MỤC TIÊU:

Tập hợp các BÀI TẬP của 3 MÔ ĐUN, bao gồm 9 bài học và một số tài liệu, thuật ngữ cơ bản được sử dụng nhiều trong chương trình KAB, giúp học sinh có phương tiện thực hiện các BÀI TẬP và lưu lại thành cuốn vở ghi nhớ của mình.

CẤU TRÚC CỦA MÔ ĐUN:



MÔ ĐUN 1:

***KINH DOANH RẤT THÚ VỊ,
TẠI SAO TÔI CHƯA NGHĨ ĐẾN
KHỞI NGHIỆP BẰNG KINH DOANH***
(9 TIẾT)

Bài 1

Vai trò và khả năng của doanh nhân trong kinh doanh (3 tiết)



BÀI TẬP 1

MÔ ĐUN 1, BÀI 1



Điền vào chỗ trống khái niệm về tính kinh doanh?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



BÀI TẬP 2

MÔ ĐUN 1, BÀI 1



Liệt kê những nguồn lực mà người kinh doanh cần có để thực thi ý tưởng kinh doanh của mình

1.
.....
2.
.....
3.
.....
4.
.....
5.
.....
6.
.....



TÀI LIỆU 1

MÔ ĐUN 1, BÀI 1

Những gương khởi nghiệp thành công từ khởi đầu khiêm tốn

Lưu ý: Giáo viên sưu tầm câu chuyện có tính thời sự trên các phương tiện truyền thông như báo, đài phát thanh và truyền hình (khuyến khích sưu tầm câu chuyện tại địa phương).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

TÓM TẮT MÔ ĐUN 1, BÀI 1



Bạn hãy ghi nhớ những nội dung chính, những điều ấn tượng nhất mà bạn đã học được sau mỗi phần học để áp dụng trong công việc và cuộc sống của bạn. Hãy vui vẻ và thành công!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

A series of 32 horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for student writing.



BÀI TẬP 1

MÔ ĐUN 1, BÀI 2



Liệt kê những vấn đề/tình huống xảy ra trong cuộc sống

1.
.....
2.
.....
3.
.....
4.
.....
5.
.....
6.
.....



BÀI TẬP 2

MÔ ĐUN 1, BÀI 2



Xây dựng kế hoạch sử dụng thời gian của bạn

BIỂU ĐỒ THỜI GIAN			
Nhiệm vụ chính:.....			Ngày:.....
Thời gian	Mục tiêu	Hoạt động	Kết quả đầu ra
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			

:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			
:00			
:30			



Quy trình các bước ra quyết định

Để có thể trở thành doanh nhân, chúng ta phải sáng tạo, đặc biệt là trong những lúc phải đưa ra các quyết định. Doanh nhân phải có niềm tin mạnh mẽ vào bản thân, và vào khả năng đưa ra những quyết định đúng đắn. Chính việc đưa ra các quyết định đúng đắn sẽ làm nên dấu ấn riêng biệt của nhà kinh doanh. Doanh nhân phải đưa ra những quyết định quan trọng có ảnh hưởng sâu sắc đến tương lai của doanh nghiệp. Khả năng ra quyết định mang tính trực giác, là một khả năng đặc biệt thường có ở những người làm kinh doanh, được đúc kết qua những kinh nghiệm trong những tình huống phức tạp buộc họ phải đưa ra quyết định.

Doanh nhân phải sáng tạo hơn người quản lý thông thường trong cách tiếp cận đưa ra quyết định. Họ phải tiếp cận vấn đề từ nhiều góc nhìn và tìm những giải pháp mới để giải quyết chúng. Trong một trường hợp cụ thể, họ phải sử dụng trực giác để hình dung ra các kết quả và hậu quả có thể có của những giải pháp.

Phần lớn những quyết định kinh doanh đều mang tính chủ quan, chúng không thể hoàn toàn không bị chi phối bởi yếu tố tình cảm. Để xem xét đến những khía cạnh cảm tính của quyết định, doanh nhân phải xác định được những mặt thuận lợi và bất lợi của một giải pháp có thể có, điều này giúp doanh nhân thấy được những kết quả của một giải pháp cụ thể khách quan hơn.

“Phương pháp khoa học” của việc đưa ra quyết định chỉ ra rằng phải có một phương thức đặc thù khi giải quyết vấn đề và đưa ra quyết định. Quá trình trên thường bao gồm những bước sau:

- Xác định vấn đề cốt lõi.
- Xác định nguyên nhân chủ yếu của vấn đề.
- Xác định những giải pháp có thể.
- Đánh giá những giải pháp có thể.
- Lựa chọn giải pháp tốt nhất.
- Thực hiện giải pháp đã lựa chọn.
- Xác minh tính đúng đắn của giải pháp.

Mặc dù cách tiếp cận này là logic và thực tế, “phương pháp khoa học” này không nhất thiết phải đưa ra một quyết định cho một vấn đề. Khả năng lãnh đạo và quyền lực của một doanh nhân cũng rất cần thiết để thực hiện thành công giải pháp. Thực hiện một quyết định cũng đòi hỏi sự kiên định và nhiệt tình. Doanh nhân phải chắc chắn về kết quả tương lai của giải pháp, họ không mất thời gian vào việc phỏng đoán quyết định lần thứ hai. Một khi đã thực hiện quyết định, tất cả những hồ nghi sẽ phải để lại sau lưng.

Doanh nhân phải quyết đoán trong mọi hành động. Một tổ chức phải có mục đích nhất định và phải có mục tiêu rõ ràng để phấn đấu. Nhiều doanh nhân hơi e ngại việc đưa ra quyết định vì họ lo sợ thất bại. Họ đặt tiêu chuẩn riêng cho bản thân về khái niệm thế nào là thành công .

Yếu tố thời gian đóng vai trò cực kì quan trọng khi đưa ra quyết định, đặc biệt đối với một doanh nghiệp đang phát triển. Trong một vài trường hợp, quyết định phải được đưa ra nhanh chóng và lập tức thực hiện. Một số quyết định kinh doanh được đưa ra không xem xét đến lợi ích hoặc thiếu hiểu biết về các điều kiện trong tương lai, sự phát triển hay sự thay đổi điều kiện... Việc giám sát hiệu quả quá trình thực hiện quyết định sẽ làm lộ rõ những điểm yếu trong quyết định và cung cấp cơ sở thông tin cho những hành động tiếp theo.

Những quyết định quan trọng không dễ thực hiện nhưng lại đòi hỏi thực hiện thường xuyên. Một điều tệ hại hơn dẫn đến những quyết định sai lầm là khi doanh nhân lảng tránh và không đưa ra bất cứ một quyết định nào cả. Hãy nhớ rằng việc đưa ra quyết định là một nghệ thuật, càng thực hành nhiều, doanh nhân càng trở nên thành thạo.

Một khi vấn đề được định rõ và tất cả những thông tin dữ liệu có liên quan đã được thu thập, doanh nhân phải xác định một giải pháp thích hợp cho vấn đề. Họ có thể bắt đầu bằng một buổi họp động não nơi mà một nhóm nhân viên có thể trao đổi qua lại và có thể phát triển thành một danh sách những giải pháp thích hợp. Mặc dù vấn đề mang tính sáng tạo cao và không có một giải pháp đúng nhưng nó phụ thuộc vào doanh nhân để xác định giải pháp thích hợp tốt nhất.



Phân tích việc sử dụng thời gian của bạn

Lập biểu đồ thời gian, viết ra các hoạt động đặc trưng và giải quyết khi nào hoạt động của bạn là cần thiết hay không. Một ví dụ về biểu đồ thời gian được trình bày ở trang sau. Trong bảng có 16h để làm các công việc (giả định trung bình 8 giờ hầu hết mọi người dùng để ngủ/nghỉ ngơi). Biểu đồ này được chia thành các phần 30 phút; đó là nơi để học sinh trình bày giờ làm việc trên cột “thời gian”, một số người bắt đầu làm việc ở các thời điểm khác nhau.

Biểu đồ này có các ô trống để ghi thời gian, hoạt động, mục tiêu và kết quả. Mỗi hoạt động mô tả một mục tiêu cụ thể, với kết quả được ghi ở cột “đầu ra”. Độ dài của cột “thời gian” và “đầu ra” liên quan đến “mục tiêu” được đưa ra khá rõ ràng về hiệu quả của việc tiêu tốn thời gian dành cho mỗi hoạt động. Cuối mỗi ngày, đánh dấu vào những hoạt động không cần thiết và cố từ bỏ nó trong tương lai.

Các học sinh điền đầy đủ vào biểu đồ cho 1 tuần và chỉ ra chính xác họ đã sử dụng thời gian của mình như thế nào trong mối liên quan tới mục tiêu. Trên thực tế, học sinh có thể làm một số việc không liên quan đến mục tiêu chính của họ. Chỉ khen thưởng những thời gian quan trọng mà hoạt động của học sinh có hiệu quả. Hộp trên cùng của biểu đồ thời gian có đủ chỗ cho việc trình bày mục tiêu của ngày và ngày tháng thực hiện. Tập trung vào việc hoàn thành mục tiêu chính giúp cho học sinh hoàn thành kết quả tích cực khi kết thúc một ngày.

Nếu có thể, học sinh sử dụng biểu đồ thời gian hàng ngày trong 3 hoặc 4 tuần, điều này giúp họ quyết định bao nhiêu thời gian cho mỗi hoạt động khác nhau, những loại việc được họ coi là quan trọng và các kết quả từ mỗi hoạt động khác nhau. Việc tổng kết được thực hiện vào cuối tuần.

Có vài điều có thể được hoàn thành trong suốt tuần. Kết quả thu được từ biểu đồ thời gian trong quá trình một tuần làm việc hay lâu hơn có thể giúp nhìn lại các hoạt động đã qua và hướng dẫn cho các hoạt động trong tương lai để cho thời gian được sử dụng hiệu quả nhất.

- Người kinh doanh thường lãng phí thời gian bao gồm:
- Nói chuyện về vấn đề nhân sự không liên quan đến công việc
- Họp nhóm trong thời gian dài hay không cần thiết
- Quá nhiều thời gian tạm ngừng công việc

- Tổ chức kém
- Ủy quyền quá ít hay không ủy quyền
- Không quyết đoán
- Đến muộn hay vắng trí.

TÓM TẮT MÔ ĐUN 1, BÀI 2



Bạn hãy ghi nhớ những nội dung chính, những điều ấn tượng nhất mà bạn đã học được sau mỗi phần học để áp dụng trong công việc và cuộc sống của bạn. Hãy vui vẻ và thành công!

A series of 20 horizontal dotted lines for writing.

Lined writing area consisting of approximately 32 horizontal dotted lines for student use.



KẾT LUẬN CHUNG (3)

- Một kế hoạch tốt sẽ giúp xác định các vấn đề một cách dễ dàng và tìm kiếm được các giải pháp.
- Tự quản lí tốt có thể giúp bạn đánh giá được tiến độ công việc để đi đến thành công - đạt được mục tiêu của mình. Nếu bạn có thể đánh giá được sự thành công về công việc của mình, bạn sẽ có thể chủ động chỉnh sửa và bổ sung thêm các mục tiêu mới.



KẾT LUẬN CHUNG (4)

- Tự quản lí không khó để đạt được. Tuy nhiên, bạn phải thật sự cố gắng để có được các kĩ năng tự quản lí trong tất cả các công việc thường ngày. Khi càng dành nhiều thời gian trong việc lập kế hoạch các hoạt động của mình bao nhiêu thì bạn càng có nhiều thời gian hơn để phải hoàn thành các hoạt động đó.



BÀI TẬP 1

MÔ ĐUN 1, BÀI 2



Liệt kê những vấn đề/tình huống xảy ra trong cuộc sống

1.
.....
2.
.....
3.
.....
4.
.....
5.
.....
6.
.....



BÀI TẬP 1

MÔ ĐUN 1, BÀI 3



Liệt kê những đóng góp của kinh doanh cho xã hội

1.
.....
2.
.....
3.
.....
4.
.....
5.
.....
6.
.....



BÀI TẬP 2

MÔ ĐUN 1, BÀI 3

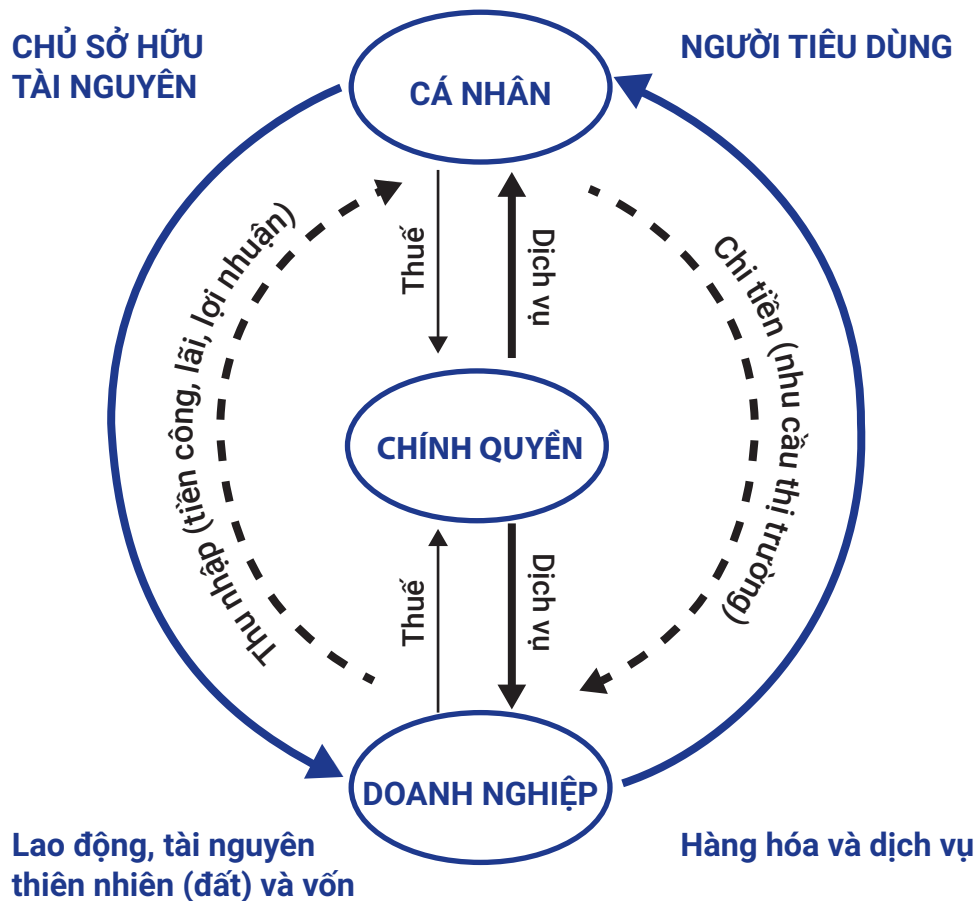


Cho các chữ cái ở cột bên trái, xác định các phẩm chất (mở đầu bằng chữ cái này) giúp bạn trở thành người kinh doanh thành đạt

Chữ cái	Các thuật ngữ có liên quan
N	
S	
M	
T	
Đ	
C	
K	
Y	



Vận hành của một nền kinh tế



Đa phần hoạt động kinh tế của một quốc gia dựa trên hoạt động của doanh nghiệp. Hoạt động đó thể hiện qua hai dòng chuyển động: Dòng hàng hoá dịch vụ và dòng tiền. Dòng hàng hoá dịch vụ bắt đầu từ nhà cung cấp như đất đai, hầm mỏ... Nguyên, nhiên vật liệu được chuyển đến các doanh nghiệp sản xuất, dịch vụ và chúng sẽ được chế biến thành sản phẩm, hàng hoá/dịch vụ để cung cấp cho người tiêu dùng (các cá nhân). Dòng chuyển động của đồng tiền do người tiêu dùng (các cá nhân) trả cho các hàng hoá/dịch vụ họ mua của các doanh nghiệp cũng như tiền các doanh nghiệp phải trả để mua/thuê tài nguyên (cho chủ sở hữu tài nguyên), trả tiền công cho các cá nhân. Thị trường đầu vào của doanh nghiệp là tài nguyên, lao động và vốn. Thị trường đầu ra là hàng hoá và dịch vụ. Thị trường đầu vào và đầu ra được gắn với nhau để điều phối và xác định việc sử dụng nguồn lực trong nền kinh tế. Chính phủ đóng vai trò là người trọng tài, thực hiện dịch vụ công, duy trì an ninh trật tự và các quy định trong xã hội.



Ý nghĩa, phạm vi bao trùm của khái niệm “tổ chức”

Sự khác biệt của những người có tố chất kinh doanh là giải quyết một cách tích cực những thách thức và vấn đề gặp phải trong cuộc sống. Tất cả các hoạt động của tổ chức đều đòi hỏi tuân thủ 5 bước sau: xác định ý tưởng, lên kế hoạch, thực hiện, hoạt động có kết quả và tiếp nhận thành quả.

Trở thành người có đầu óc tổ chức kinh doanh, bạn có thể đem lại lợi ích cho bản thân và giúp bạn trở thành một thành viên có giá trị trong gia đình của mình, cộng đồng, nơi làm việc và xã hội nói chung. Bạn có thể đạt được nhiều điều mong muốn thông qua việc trở thành người có đầu óc tổ chức, kinh doanh. Khi trở thành người có đầu óc tổ chức, kinh doanh, bạn sẽ biết cần phải làm gì trong bất kỳ tình huống nào mà bạn gặp phải. Điều đó sẽ giúp bạn vượt qua được các thách thức của cuộc sống do bạn luôn sẵn sàng vươn tới để đạt được những kết quả tích cực từ những thách thức này.

Những yếu tố nào có thể giúp cả nam và nữ trở thành người có đầu óc kinh doanh:

1. Sức khoẻ, nghị lực

Làm việc chăm chỉ và khoa học chính là chìa khoá của sự thành đạt. Cần thiết phải có thể chất khoẻ mạnh cũng như tinh thần trong việc đương đầu với thách thức liên quan đến những giải pháp cho việc thực hiện thành công dự án. Để có được sự nhiệt huyết này, bạn cần vận động trí óc cũng như các giác quan của bạn như: thị giác, thính giác, vị giác, khứu giác, xúc giác. Điều đó sẽ giúp bạn nhận biết cần phải làm gì trong các tình huống khác nhau. Bạn cũng cần có sức khoẻ tốt - điều này có thể đạt được thông qua luyện tập và chế độ ăn uống phù hợp.

2. Nhu cầu đạt được MỤC TIÊU

Bạn đặt mục đích là dành thắng lợi và hoàn thành tất cả các công việc mà bạn tham gia. Thái độ và khả năng cảm thụ của bạn sẽ giúp bạn đạt được thành quả khi bạn đặt mục tiêu làm một việc gì đó. Điều này sẽ giúp bạn làm việc hiệu suất hơn so với những người khác.

3. Hướng tới nhiệm vụ

Như bạn đã biết, để gặt hái được kết quả mong muốn thì mọi yêu cầu, nhiệm vụ phải được thực hiện tốt và kết thúc đúng thời gian. Hiệu suất, tính hiệu quả và làm chủ thời gian là những nhân tố quan trọng giúp bạn thực hiện được các yêu cầu của nhiệm vụ.

4. Sự đồng cảm

Có sự đồng cảm sẽ giúp bạn có khả năng đặt mình vào vị trí của một người hay những người mà bạn dự định tác động tới để có thể biết được suy nghĩ của họ. Trong trường hợp của một doanh nghiệp, bạn có khả năng cảm nhận được suy nghĩ của khách hàng mà bạn cần quan tâm.

5. Tháo vát

Bạn có khả năng lãnh đạo và đưa ra những chỉ đạo cần thiết cho doanh nghiệp hoạt động. Sự nhận dạng, khuyến khích và sử dụng hiệu quả các nguồn lực vật chất và phi vật chất đóng vai trò rất quan trọng trong quá trình điều hành doanh nghiệp.

6. Lập kế hoạch

Để có thể có được bức tranh toàn cảnh của doanh nghiệp về các phương diện: Tại sao doanh nghiệp được thành lập? Cần phải làm gì? Những việc đó sẽ được thực hiện như thế nào? Ai sẽ thực hiện chúng? và Khi nào chúng sẽ đem lại kết quả?... thì cần thiết đưa ra một kế hoạch bằng văn bản.

7. Chấp nhận rủi ro

Cần phải đưa ra quyết định tiến lên phía trước và bắt đầu với công việc kinh doanh hay thực thi một cam kết. Người thành đạt thường đưa ra quyết định sau khi họ đã có nghiên cứu nhất định. Do đó, cuối cùng họ thường đạt được những kết quả mong muốn. Bạn luôn luôn phải trải qua thử thách đầu tiên này. Đó chính là sự khác biệt giữa những người thành đạt và không thành đạt.

8. Đổi mới

Khả năng áp dụng những ý tưởng mới sẽ giúp bạn thực thi hành động một cách đa dạng. Đó chính là điểm mạnh của những người thành đạt. Thông qua sáng kiến cá nhân, sự tưởng tượng, trực giác nhạy bén và sự hiểu biết sự vật sâu sắc, bạn có thể làm thay đổi mọi thứ và vạch ra cách thức tiến hành công việc trong bất kỳ tình huống nào mà bạn gặp phải.

9. Kỹ năng

Những người thành đạt thường có năng lực, cách thức tiến hành và kết thúc hoạt động. Phần lớn những người thành đạt đều có một lượng kiến thức nhất định, thái độ và kỹ năng thực hành cần thiết để điều hành tổ chức, doanh nghiệp. Do đó bạn cần phải đánh giá đúng khả năng và kỹ năng mà bạn có và làm cách nào để tôi luyện chúng.

10. Kiên nhẫn, nhẫn nại

Có rất nhiều thách thức phải đương đầu khi tiến hành thành lập một doanh nghiệp. Những người phụ nữ thường phải đương đầu với những thách thức nhiều hơn, và một vài trong số đó rất khó vượt qua. Khả năng theo đuổi mục tiêu đến cùng bất chấp trở ngại gặp phải là rất cần thiết trong quá trình điều hành doanh nghiệp. Đức tính kiên nhẫn, nhẫn nại và niềm tin là một trong số những nhân tố mà bạn cần, để đương đầu với những thách thức vật chất và tinh thần mà bạn có thể gặp phải.

11. Có ý tưởng

Cuộc sống thay đổi từng ngày. Vì thế, nắm vững được tình hình và yêu cầu của xã hội, mạnh dạn đưa ra những ý tưởng mới, sát thực, sẽ giúp bạn thành công. Trong doanh nghiệp, việc luôn tìm tòi để đưa ra các ý tưởng kinh doanh mới, độc đáo sẽ giúp bạn thu được nhiều thành quả trong kinh doanh.



TÀI LIỆU 3 - LÀM THEO NHÓM

MÔ ĐUN 1, BÀI 3



Mỗi học sinh tham gia một trong bốn nhóm (A, B, C và D), các nhóm hãy đọc câu chuyện về “Việc kinh doanh của anh Hoàng” ở dưới đây và mỗi nhóm trả lời hai câu hỏi được quy định sau đây về việc anh Hoàng (một doanh nhân) đã đóng góp vào sự phát triển kinh tế quốc gia như thế nào.

- NHÓM A**
1. Anh Hoàng đã tạo công ăn việc làm cho thanh niên như thế nào?
 2. Anh Hoàng đã nâng cao mức sống của thợ trong công ty mình như thế nào?
- NHÓM B**
1. Anh Hoàng đã tăng cường cạnh tranh như thế nào trong ngành may?
 2. Anh đã bán hàng thu ngoại tệ ra sao?
- NHÓM C**
1. Anh Hoàng đã góp phần vào tăng trưởng kinh tế địa phương, góp phần tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội ra sao?
 2. Anh đã quan tâm đến công nhân thế nào, ngoài lương?
- NHÓM D**
1. Anh Hoàng đã sử dụng các nguồn lực địa phương ra sao và điều này đã đóng góp thế nào cho sự giàu mạnh của địa phương?
 2. Anh đã học nghề và tự đào tạo, cung cấp các kĩ năng qua học tập nơi làm việc cho công nhân như thế nào?

Sau phần thảo luận của từng nhóm, mỗi nhóm cử một người báo cáo về việc thảo luận của nhóm mình. Sau mỗi báo cáo cả nhóm có thể góp thêm ý kiến.



Câu chuyện về việc kinh doanh của anh Hoàng

Anh Hoàng quê ở thị xã Bần, Yên Nhân. Sau khi tốt nghiệp trung học phổ thông anh không vào được cao đẳng, nhưng được tuyển vào một trường kỹ thuật nơi anh đã học hai năm nghề may. Khi học xong, anh được nhận vào làm ở một công ty may tại Bần. Anh đã làm việc cho công ty này hai năm. Trong khi làm việc, anh thấy nhu cầu về may mặc ngày càng phát triển. Anh quyết định xin ra khỏi công ty và khởi sự doanh nghiệp riêng của mình. Anh đã vay từ ngân hàng thương mại một số tiền làm vốn kinh doanh. Ngoài ra anh còn tiết kiệm thêm được một số tiền để làm vốn.

Anh Hoàng đã sửa lại nhà của bố mẹ gần thị xã để làm cửa hàng. Anh mua 4 máy khâu, mua vải. Ban đầu anh tự sử dụng một máy khâu và thuê thêm 3 thợ may lành nghề để cắt và may quần áo. Anh may váy đầm và quần áo cho người trong thị xã. Anh trưng bày sản phẩm trong cửa hàng để khách hàng ngắm và mua. Sau đó anh Hoàng đã liên hệ với các công ty trong vùng để may đồng phục cho họ. Hai doanh nghiệp đã thuê anh cung cấp đồng phục. Để có thể đáp ứng các đơn hàng này anh đã phải thuê thêm 5 thợ lành nghề cả ngày và hai thợ phụ. Anh đề nghị một vài thợ lành nghề truyền đạt kinh nghiệm cho những thợ mới. Anh cũng phải mua thêm 3 máy khâu nữa. Anh Hoàng đã đáp ứng được các đơn đặt hàng và khách hàng hài lòng với sản phẩm của anh.

Khi việc kinh doanh của anh Hoàng mở rộng, anh cần thêm diện tích. Anh thuê một ngôi nhà to hơn tại thị xã. Như vậy, anh đã tiến đến gần khách hàng hơn. Anh tiếp tục cung cấp đồng phục cho một số công ty và đồng thời bán quần áo cho các khách khác. Kinh doanh mở rộng, anh quyết định lập công ty. Đến lúc này anh phải tuyển thêm một kế toán để xử lý sổ sách và tiền nong của cửa hàng, và một người đưa hàng. Anh Hoàng không trực tiếp may nữa, mà là người quản lý chung.

Anh Hoàng tham gia triển lãm ở Hà Nội để quảng cáo sản phẩm của mình cho khách hàng trong nước và cả nước ngoài. Ngay sau khi tham gia hai triển lãm đầu tiên, anh đã bắt đầu ký được hợp đồng xuất khẩu một số sản phẩm sang các nước khác. Thu nhập chung tăng lên nhanh chóng.

Anh Hoàng là người thân thiện với khách hàng. Họ thích anh vì chất lượng sản phẩm và tính trung thực của anh. Nhân viên của anh cũng hài lòng về anh và trung thành với công ty. Năm người trong số nhóm thợ của anh đã làm việc hơn 10 năm. Anh Hoàng trả lương cho thợ khá. Anh cũng mua bảo hiểm cho họ. Anh thanh toán thêm phụ cấp đi lại vào lương tháng cho họ. Mọi người hài lòng và gắn bó với công ty.



TÓM TẮT MÔ ĐUN 1, BÀI 3



Bạn hãy ghi nhớ những nội dung chính, những điều ấn tượng nhất mà bạn đã học được sau mỗi phần học để áp dụng trong công việc và cuộc sống của bạn. Hãy vui vẻ và thành công!

A series of horizontal dotted lines for writing notes.



.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

MÔ ĐUN 2:

**KHỞI NGHIỆP BẰNG KINH DOANH,
TÔI CẦN PHÁT TRIỂN NHỮNG NĂNG LỰC GÌ?
(9 TIẾT)**



BÀI TẬP 1

MÔ ĐUN 2, BÀI 1



Mục đích của cuộc đánh giá này là xác định điểm mạnh, điểm yếu của bạn. Hãy trả lời mẫu câu hỏi bằng cách đánh dấu (x), lựa chọn "**Hiếm khi hoặc không**" hay "**Thường xuyên hoặc có**"

Liệt kê những đóng góp của kinh doanh cho xã hội

	CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM	HIẾM KHI HOẶC KHÔNG	THƯỜNG XUYẾN HOẶC CÓ
1	Bạn có lo lắng xem người khác nghĩ gì về mình không?		
2	Bạn có đọc sách không?		
3	Bạn có ưa mạo hiểm không?		
4	Bạn có dễ dàng nhờ người khác làm một việc gì đó cho mình không?		
5	Đã ai trong gia đình của bạn thảo luận về kinh nghiệm khởi sự doanh nghiệp với bạn chưa?		
6	Bạn có tin vào việc tổ chức các công việc của mình trước khi bắt đầu không?		
7	Bạn có hay ốm không?		
8	Bạn có thích thú với những công việc mà bạn thực hiện chỉ để chứng minh rằng bạn có thể làm được không?		
9	Bạn đã bao giờ làm việc hết mình vì một công việc chưa?		
10	Bạn có luôn nghĩ ra các ý tưởng mới không?		
11	Bạn có muốn để cho một người bạn quyết định hộ mình trong các hoạt động xã hội?		
12	Bạn có thích trường học không?		
13	Bạn đã là một học viên giỏi chưa?		
14	Bạn có chơi với một nhóm bạn khi còn ở trường trung học không?		

	CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM	HIẾM KHI HOẶC KHÔNG	THƯỜNG XUYÊN HOẶC CÓ
15	Bạn có tham gia vào các hoạt động thể thao hay các hoạt động khác của trường học không?		
16	Bạn có thích chú ý đến chi tiết không?		
17	Bạn có tin rằng cần phải có sự ổn định và an toàn trong công việc không?		
18	Bạn có cân nhắc kĩ lưỡng khi lựa chọn phương pháp đấu tranh trực tiếp để đạt được kết quả mong muốn hay không?		
19	Bạn có phải là con cả trong gia đình không?		
20	Bố và mẹ của bạn có thường xuyên ở bên cạnh bạn trong suốt thời thơ ấu của bạn không?		
21	Hồi nhỏ dưới 10 tuổi bạn có phải làm các công việc vặt trong nhà không?		
22	Bạn có dễ bị xúc động không?		
23	Bạn có thỉnh thoảng kiêu ngạo về các thành quả của mình không?		
24	Bạn có thể tập trung vào một vấn đề nào đó trong một khoảng thời gian không?		
25	Thỉnh thoảng, bạn có cần đến lời cổ vũ của người khác để động viên mình không?		
26	Bạn có bao giờ bị thất vọng về năng lực của mình khi xử trí một vấn đề theo mong muốn của bạn không?		
27	Đối với bạn, sự thoả mãn cá nhân có ý nghĩa hơn là việc có tiền để chi trả cho cuộc sống không?		
28	Bạn có bao giờ làm gì vượt quá quyền hạn của mình trong công việc không?		
29	Bạn có thích thường xuyên tham gia các hoạt động xã hội không?		
30	Bạn có cố gắng kiếm lợi nhuận từ những tình huống khó khăn không?		
31	Bạn có khiển trách người khác khi có một việc nào đó sai lầm không?		
32	Bạn có thích giải quyết các vấn đề khi không biết tất cả các khó khăn tiềm ẩn không ?		
33	Bản thân bạn có bị từ chối bao giờ không?		

	CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM	HIẾM KHI HOẶC KHÔNG	THƯỜNG XUYÊN HOẶC CÓ
34	Bạn có tin rằng nói chung bạn rất may mắn, điều đó lí giải cho những thành công của bạn?		
35	Bạn có hứng thú làm việc trong một thời gian dài để đạt được mục đích của mình không?		
36	Bạn có muốn được tự quyết định trong công việc của mình không?		
37	Trong cuộc đời mình, bạn có thường xuyên thức dậy vui vẻ vào mỗi buổi sáng không?		
38	Bạn có chấp nhận thất bại mà không băn khoăn gì hay không?		
39	Bạn có tài khoản tiết kiệm và các nguồn vốn đầu tư nào khác không?		
40	Bạn có tin rằng mọi doanh nhân đều rất mạo hiểm hay không?		
41	Bạn có nghĩ rằng một doanh nhân thành đạt phải có được sự ủng hộ của đồng nghiệp không?		
42	Bạn có cố gắng học hỏi qua những sai lầm mà mình đã mắc phải không?		
43	Bạn có là người quan tâm đến ý kiến của người khác không?		
44	Bạn có tìm câu trả lời cho bất cứ vấn đề nào xảy ra với bạn không?		
45	Bạn có hứng thú trong việc tìm kiếm câu trả lời cho các nguyên nhân thất bại hay không?		
46	Bạn có thích một mình đưa ra quyết định cuối cùng không?		
47	Trong các cuộc nói chuyện, bạn có thảo luận về con người nhiều hơn là sự kiện hay ý tưởng không?		
48	Bạn có cảm thấy hài lòng về bản thân mình, bất chấp sự chỉ trích của người khác hay không?		
49	Bạn có thích ngủ càng ít càng tốt không?		
50	Bạn có cương quyết tiếp tục công việc khi người khác nói với bạn rằng việc đó là không thể làm được không?		



Hãy tự tin bởi phía trước bạn có rất nhiều cánh cửa mở

Hiện nay ngày càng có nhiều người làm công cảm thấy không thoả mãn về công việc của mình, vì một số nguyên nhân sau:

1. Họ không thích bị ra lệnh.
2. Năng lực của họ chưa được nhìn nhận.
3. Thu nhập không tăng.
4. Quyền hạn của họ bị hạn chế.
5. Việc thực hiện ý tưởng của riêng mình là rất khó khăn.
6. Họ không thoả mãn vì sự phụ thuộc vào người chủ.

Những nhân viên này có thể sẽ tìm kiếm những cơ hội mới để có thể tự kinh doanh. Họ dự kiến sẽ thâm nhập vào ngành kinh doanh vì một số lí do sau đây:

1. Độc lập - họ muốn là ông chủ của chính mình.
2. Muốn có ngay việc làm.
3. Họ muốn có thêm thu nhập.
4. Họ muốn phát triển doanh nghiệp cho con cái của họ trong tương lai.
5. Họ muốn kiếm được nhiều tiền hơn là đi làm thuê.
6. Họ muốn có cơ hội để chứng tỏ năng lực của bản thân.

Mặc dù thuật ngữ *doanh nhân thường để chỉ người kinh doanh, nhưng thật ra, làm doanh nhân không chỉ có nghĩa là có một công việc hay một việc làm, nó còn có nghĩa là một phong cách sống*. Chính vì vậy, bạn nên khách quan nhìn nhận các khả năng của bản thân mình. Xem các câu hỏi sau để có được câu trả lời thích hợp về năng lực của bản thân:

1. Bạn có là người năng nổ và sẵn sàng làm việc để đạt được mục đích không?
2. Bạn có thể hợp tác làm việc tốt với những người khác không?
3. Trong một nhóm thì bạn có luôn đóng vai trò là người lãnh đạo không?
4. Bạn có thể giao tiếp tốt chứ?
5. Bạn có phải là một người biết lắng nghe không?
6. Bạn có tự tin không?
7. Trong mắt mọi người, hình ảnh của bạn tốt chứ?
8. Bạn có kiên quyết khi đưa ra một quyết định nào đó không?

Nếu bạn có nhiều câu trả lời CÓ hơn thì bạn càng có nhiều khả năng trở thành doanh nhân hơn. Một trong những nhân tố quan trọng để trở thành một doanh nhân là bạn có thể cung cấp cho người khác một cái gì đó có giá trị. Mọi người càng cần đến sản phẩm hay dịch vụ của bạn thì bạn càng thu được nhiều lợi nhuận hơn. Nếu công việc của bạn giúp người khác cải thiện và nâng cao điều kiện sống của họ, bạn đã góp phần thực hiện các nhu cầu của xã hội. Làm một doanh nhân giỏi cũng có nghĩa là một công dân tốt.

TÓM TẮT MÔ ĐUN 2, BÀI 1



Bạn hãy ghi nhớ những nội dung chính, những điều ấn tượng nhất mà bạn đã học được sau mỗi phần học để áp dụng trong công việc và cuộc sống của bạn. Hãy vui vẻ và thành công!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

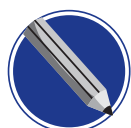
.....

.....



BÀI TẬP 1 - THẢO LUẬN NHÓM

MÔ ĐUN 2, BÀI 2



Vẽ 3 nhóm năng lực của mỗi con người/doanh nhân

Kiến thức

1.
.....
2.
.....
3.
.....

Kĩ năng

1.
.....
2.
.....
3.
.....

Tính cách

1.
.....
2.
.....
3.
.....



BÀI TẬP 2

MÔ ĐUN 2, BÀI 2



Để tự đánh giá về tính cách doanh nhân của bản thân. Bạn hãy khoanh tròn vào một phương án mà bạn cho là phù hợp với mình nhất. (Lưu ý chỉ chọn một phương án cho mỗi câu hỏi)

Tự phân tích những lỗ hổng về năng lực của bản thân

- a. Tôi tự làm mọi việc, không ai phải bảo tôi làm gì.
 - b. Chỉ khi có ai đó khuyến khích tôi làm việc thì tôi mới tiếp tục làm tốt.
 - c. Việc đó quá dễ dàng nên tôi sẽ không tự làm cho đến khi tôi phải làm.
-
- a. Tôi yêu quý mọi người nên tôi có thể hoà nhập với bất cứ ai.
 - b. Tôi có vô khối bạn bè nên tôi không cần ai khác nữa.
 - c. Tôi thấy hầu hết mọi người đều phiền phức.
-
- a. Khi bắt đầu làm việc gì đó, tôi có thể làm cho mọi người cùng bắt tay vào công việc với tôi.
 - b. Tôi có thể đưa ra các mệnh lệnh khi ai đó nói cho tôi biết nên làm gì.
 - c. Tôi để cho người khác làm việc, sau đó nếu tôi thích thì tôi có thể làm cùng.
-
- a. Tôi thích chịu trách nhiệm về mọi việc và xem chúng xảy ra như thế nào.
 - b. Tôi sẽ có trách nhiệm nếu tôi phải làm như vậy nhưng tôi thích để ai đó chịu trách nhiệm hơn.
 - c. Xung quanh chúng ta luôn có ai đó muốn chứng tỏ mình. Hãy để cho họ làm như vậy.
-
- a. Tôi muốn có kế hoạch trước khi bắt đầu công việc. Tôi luôn là người muốn mọi việc phải được chỉ ra rõ ràng, trước khi đồng nghiệp của tôi muốn làm việc gì.

- b. Tôi làm mọi việc khá ổn nhưng khi mọi thứ trở nên khó khăn hơn, lúc đó thì tôi từ bỏ.
 - c. Tôi đã sắp xếp mọi thứ, bỗng nhiên một điều gì đó xảy đến làm đảo lộn tất cả. Vì vậy, tôi chấp nhận mọi thứ như chúng vốn có.
-
- a. Tôi có thể tiếp tục công việc cho đến lúc tôi thấy cần. Tôi không ngại phải làm việc vất vả vì điều mà mình muốn.
 - b. Tôi sẽ làm việc chăm chỉ cho đến lúc tôi thấy đủ thì thôi.
 - c. Tôi thấy làm việc chăm chỉ chẳng đưa bạn tới đâu.
-
- a. Trong lúc vội vã nếu phải quyết định, tôi có thể quyết định và mọi việc đều ổn cả.
 - b. Tôi có thể ra quyết định nếu tôi có nhiều thời gian. Nếu phải quyết định ngay, tôi nghĩ, lúc sau tôi lại quyết định theo một cách khác.
 - c. Tôi không muốn là người phải ra quyết định. Tôi có thể mắc lỗi ngay.
-
- a. Mọi người có thể tin tưởng những gì tôi nói. Tôi không nói những điều mà tôi không có ngụ ý.
 - b. Hầu hết mọi lúc tôi luôn cố gắng giữ đúng vị trí, nhưng đôi khi tôi cũng mắc kẹ.
 - c. Tại sao tôi phải nói ra sự thật trong khi những người khác không nhận ra nó.
-
- a. Nếu tôi quyết định làm gì, tôi không để bất cứ điều gì ngăn cản mình.
 - b. Tôi thường kết thúc những gì tôi bắt đầu nếu không có vấn đề gì xảy ra.
 - c. Nếu tôi bắt đầu công việc gì mà nó không theo đúng cách của mình thì tôi sẽ dừng lại và từ bỏ ngay.
-
- a. Tôi có sức khoẻ tốt. Tôi không bao giờ kiệt sức.
 - b. Tôi có đủ sức khoẻ để làm hầu hết những gì tôi muốn làm.
 - c. Tôi mệt mỏi nhanh hơn hầu hết các bạn tôi.



BÀI TẬP 3

MÔ ĐUN 2, BÀI 2

Liệt kê những lý do chính mà trước đây đến giờ bạn chưa nghĩ đến khởi nghiệp bằng kinh doanh

1.
.....
2.
.....
3.
.....
4.
.....
5.
.....
6.
.....



Hãy chuẩn bị tốt 3 nhóm năng lực để thành công trong sự nghiệp

Muốn thiết lập và quản lí thành công một doanh nghiệp nhỏ, cần có những năng lực sau: Kiến thức; Kỹ năng và Tính cách.

KIẾN THỨC: bao gồm một lượng thông tin được tích lũy và có thể được gọi nhớ vào một thời điểm phù hợp. Kiến thức trong kinh doanh có thể là các thông tin hoặc tương tự như:

Một cơ hội kinh doanh

Các khách hàng
Các quá trình sản xuất
Cách quản lí kinh doanh

Thị trường

Các đối thủ cạnh tranh
Các vấn đề về kỹ thuật
Các nguồn hỗ trợ

Kiến thức kinh doanh không đủ để thành công trong việc điều hành 1 công việc kinh doanh. Nó cũng giống như việc bạn đọc, bạn học lái máy bay, lái ô tô, hoặc học bơi nhưng không có nghĩa là bạn biết lái máy bay, biết lái xe và bơi được trong bể.

KỸ NĂNG: là khả năng có thể áp dụng kiến thức vào thực tiễn hoặc phát triển qua thực hành, ví dụ như lái được máy bay, lái được ô tô, bơi. Trong kinh doanh, nó có thể phân biệt giữa kĩ năng về quản lí hoặc kỹ thuật. Dưới đây là ví dụ minh họa:

Kỹ năng về kỹ thuật:

Máy móc
Máy tính
Khâu vá

Nghề mọt

Cơ khí
Dịch vụ

Kỹ năng quản lí:

Marketing (bao gồm cả bán hàng)
Quản lí tài chính
Quản lí thời gian

Tổ chức

Lập kế hoạch
Lãnh đạo

Kiến thức và kĩ năng có liên quan đến khả năng tiếp thu và phát triển chúng.

Trong xã hội, phụ nữ và nam giới rất sẵn sàng hoặc không sẵn sàng để tiếp thu kỹ thuật và kĩ năng mà họ coi đó là dành riêng cho những cá nhân của giới họ. Điều này lí giải vì sao nam giới có xu hướng quan tâm đến lĩnh vực kinh doanh, thậm chí đó không phải là lựa chọn có lợi nhất. Phụ nữ thường ít có cơ hội để tiếp cận kiến thức và thông tin một cách đầy đủ, bởi vì có rất nhiều rào cản trong xã hội. Họ có thể tiếp thu và phát triển kiến thức cũng như kĩ năng nếu họ có đủ tự tin và nhận được sự hỗ trợ của giáo viên và đặc biệt từ các tổ chức và cá nhân khác. Tuy nhiên cả kiến thức và kĩ năng phải có thời gian để hình thành và không dễ gì thay đổi hoặc tiếp thu được.

TÍNH CÁCH:

Là sự tập hợp các phẩm chất và đặc tính riêng cấu thành tính cách cá nhân. Nghiên cứu cắt ngang về văn hóa của Ấn Độ, Malawi và Ecuador, cho thấy có 14 đặc điểm tính cách cá nhân của những doanh nhân thành đạt. Nghiên cứu được tài trợ bởi USAID và do McBer & Company and Management Systems International. 14 đặc điểm tính cách cá nhân đó là:

1. Có tính chủ động	8. Nhận biết và tận dụng được các cơ hội
2. Kiên quyết	9. Luôn tìm kiếm thông tin
3. Quan tâm đến chất lượng cao	10. Luôn có trách nhiệm hoàn thành các hợp đồng
4. Hướng tới hiệu quả	11. Lập kế hoạch có hệ thống
5. Giải quyết vấn đề theo những cách độc đáo	12. Chứng tỏ sự tự tin
6. Chấp nhận mạo hiểm có sự tính toán trước	13. Quyết đoán
7. Đầy tính thuyết phục	14. Sử dụng các chiến lược hữu hiệu

Có thể nói rằng một người không có đủ ba năng lực chính trên sẽ gặp những khó khăn nhất định trong việc điều hành thành công một doanh nghiệp. Tuy nhiên, những cá nhân trong doanh nghiệp sẽ có thể hỗ trợ và bổ sung cho nhau, vì vậy, không nhất thiết buộc phải có đủ ba năng lực trên trước khi khởi sự kinh doanh.

ĐIỀU GÌ SẼ XẢY RA NẾU MỘT NGƯỜI:

1. Chỉ có kiến thức và các kĩ năng:

Cá nhân chỉ có kiến thức và kĩ năng thì không thể chống chọi lâu dài được, kể cả khi cá nhân đó đã thành công trong việc khởi sự doanh nghiệp. Ví dụ: không có các đặc tính cá nhân thì người này ít có tính cương quyết khi đối mặt với các khó khăn; hoặc người này sẽ không nhận biết và tận dụng được các cơ hội; hoặc đơn giản là không sẵn lòng chấp nhận các mạo hiểm có tính toán hoặc mạo hiểm trong kinh doanh.

2. Chỉ có kiến thức và tính cách cá nhân:

Những người này sẽ gặp khó khăn trong việc áp dụng kiến thức và tính cách cá nhân vào thực tiễn vì họ không có các kĩ năng kỹ thuật. Hoặc họ thấy rằng mình trở nên quá phụ thuộc vào người khác và vì vậy họ dễ bị tổn thương. Phương án là có thể tìm một đối tác hoặc thuê ai đó có các kĩ năng cần có.

3. Chỉ có các kĩ năng và tính cách cá nhân:

Một doanh nhân tiềm năng có các kĩ năng và có tính kinh doanh nhưng thiếu kiến thức để có thể khởi sự một doanh nghiệp. Trong một môi trường cạnh tranh, việc thiếu kiến thức hoặc tương tự như vậy; ví dụ thiếu kiến thức về khách hàng, về thị trường (bao gồm cả xu hướng của thị trường) thì kết cục sẽ dẫn đến thất bại. Thông tin là cần thiết đối với sự thành công của bất cứ một công việc kinh doanh nào.

TÓM TẮT MÔ ĐUN 2, BÀI 2



Bạn hãy ghi nhớ những nội dung chính, những điều ấn tượng nhất mà bạn đã học được sau mỗi phần học để áp dụng trong công việc và cuộc sống của bạn. Hãy vui vẻ và thành công!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for writing or drawing.



BÀI TẬP 1 - ĐÓNG VAI

MÔ ĐUN 2, BÀI 3

Thể hiện năng lực thuyết trình và đàm phán (Giám đốc ngân hàng và doanh nhân)

Doanh nhân: Xin chào ông Giám đốc.

Giám đốc: Xin chào bà, mời bà ngồi.

Doanh nhân: Tôi tên là Hạnh. Tôi muốn đến vay vốn để xây dựng một nhà máy nhỏ để sản xuất tinh bột sắn từ củ sắn.

Giám đốc: Bà là đại diện của Bà Loan?

Doanh nhân: Không, tôi là giám đốc và là chủ sở hữu doanh nghiệp.

Giám đốc: Một giám đốc mặc quần Jean!

Doanh nhân: Đây là phong cách sống của tôi và tôi là khách hàng của ông trong bảy năm nay rồi.

Giám đốc: Khách hàng của tôi!!!?

Doanh nhân: Vâng, tôi có tài khoản ở ngân hàng này!

Giám đốc: Tôi rất xin lỗi cho câu hỏi vừa rồi. Tôi cũng muốn biết Bà là ai? Bà có mang tất cả các tài liệu tôi yêu cầu trong lá thư hẹn gặp không?

Doanh nhân: Vâng, thưa Ông đây. (Bà ta đưa ra một phong bì). Bên trong là các tài liệu bao gồm bản báo cáo dòng tiền, báo cáo nghiên cứu khả thi và báo cáo dự án được bạn tôi, Bà Liên, chuẩn bị.

Giám đốc: Tốt rồi, tất cả các tài liệu đây rồi, nhưng chữ viết cầu thả quá. Bà nên ghi chép theo đúng mẫu quy định. Bà hãy liên hệ tới nhân viên phòng xúc tiến các doanh nghiệp qui mô nhỏ. Nhân viên đó sẽ nói cho Bà các thủ tục liên quan.

Doanh nhân: Ý ông muốn nói là tôi phải bắt đầu mọi thứ từ đầu!

- Doanh nhân: Ngài giám đốc, bạn của tôi – Bà Liên là một chuyên gia trong các lĩnh vực đó và có trình độ tốt hơn so với cán bộ của ông. Ngoài ra, để chuẩn bị được các tài liệu đó sẽ rất đắt đỏ, ông đang trì hoãn thời gian cho vay vốn và hiện đang là vụ sấn chính. Tôi cần vay tiền.
- Giám đốc: Những kì vọng của bà đối với Dự án là gì? Bà có biết các khách hàng, thị trường và nguồn nguyên liệu thô của bà không?
- Doanh nhân: Bà Liên nói rằng, ở khu vực này có rất nhiều sấn. Lượng bột sấn sản xuất ra có thể bán cho nông dân để chăn nuôi. Các khách hàng khác sẽ đến mua khi sản phẩm bột sấn được bán ra thị trường.
- Giám đốc: Xin cảm ơn Bà, Bà hãy đi và làm những gì tôi đã nói để vay vốn. Xin chào tạm biệt!!!
- Doanh nhân: Oh, Mất thời gian quá! (người doanh nhân bức xúc). Tôi sẽ đến sau!

Các câu hỏi:

1. Có điều gì chưa đúng đối với cách cư xử của người doanh nhân trên?
2. Liệu người doanh nhân trên có hiểu rõ về dự án của mình không? Hãy giải thích.
3. Người doanh nhân trên sẽ làm gì để thuyết phục ông giám đốc ngân hàng?
4. Hãy viết mười điều chỉ rõ ra rằng doanh nhân trên không phải là một người đàm phán tốt.
5. Doanh nhân trên nên làm gì để cải thiện các kĩ năng đàm phán của mình?



BÀI TẬP 2 - THẢO LUẬN NHÓM

MÔ ĐUN 2, BÀI 3



Một số nhóm liệt kê các phẩm chất của doanh nhân thành đạt; Một số nhóm liệt kê các loại phong cách lãnh đạo và nhiệm vụ của doanh nhân.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Các tính cách (phẩm chất) của doanh nhân

- 1. Chăm chỉ**

Để làm một công việc kinh doanh cần đến rất nhiều sức lực và sự bền chí. Điều này bao gồm cả khả năng làm việc liên tục trong nhiều giờ liền khi cần thiết, làm việc với cường độ cao vào lúc đỉnh điểm và ngủ ít hơn cả thời gian tối thiểu cho phép.
- 2. Tự tin**

Để thành công, các doanh nhân phải tin vào bản thân mình và tin vào khả năng đạt được mục đích của mình. Thường thì điều này được thể hiện bởi một niềm tin rằng: “Nếu bạn gặp điều gì xấu và đã chuẩn bị để đối phó với nó, bạn sẽ vượt qua”.
- 3. Biết lo xa**

Mục đích để trở thành một doanh nhân thành công là biết tạo dựng một công việc an toàn và thu nhập tốt cho mình dựa trên các khả năng của bản thân. Điều này có nghĩa là một doanh nhân hiểu rằng có thể mất nhiều năm để tạo dựng sự nghiệp kinh doanh trên một tiêu chuẩn hợp lí.
- 4. Hướng lợi nhuận**

Quan tâm đến việc kiếm ra tiền là một chỉ tiêu rõ ràng của một chủ doanh nghiệp. Một khi có lợi nhuận, doanh nhân có thể quyết định xem bao nhiêu phần trăm lợi nhuận sẽ được sử dụng để mở rộng doanh nghiệp và bao nhiêu phần trăm để dùng cho mục đích riêng.
- 5. Có mục đích**

Thành công trong kinh doanh phụ thuộc vào việc có khả năng đặt ra các mục tiêu có tính thực tế hay không và làm việc một cách quyết tâm để đạt được thành quả.

Tất cả các công việc kinh doanh đều có những trở ngại và khó khăn. Kiên trì giải quyết các vấn đề là chìa khóa của sự thành công.
- 6. Kiên trì**

Tất cả các dự án kinh doanh chắc chắn đều tiềm ẩn cả thành công và thất bại. Đương đầu với thất bại bao gồm cả việc nhận ra lỗi lầm, học được bài học từ thất bại và tìm kiếm các cơ hội mới. Nếu thiếu đặc tính này thì chỉ một lần thất bại thôi, người ta sẽ sớm từ bỏ công việc tự kinh doanh của mình.
- 7. Đương đầu với thất bại**

- 8. Quan tâm đến ý kiến góp ý của người xung quanh** Các doanh nhân thường quan tâm xem họ thể hiện có tốt không. Nhận được lời khuyên hay phản hồi từ người khác là một đặc tính quan trọng của một doanh nhân.
- 9. Có tính sáng tạo** Nghiên cứu chỉ ra rằng, các doanh nhân thành đạt rất sáng tạo và thường đưa ra ý tưởng sáng tạo - và đặt mình vào vị thế của người quyết định sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp.
- 10. Sẵn sàng lắng nghe** Các doanh nhân thành đạt không phải là người thiếu cặn. Họ luôn tìm cách tận dụng nguồn lực bên ngoài. Sự tự lập không có nghĩa là không yêu cầu giúp đỡ từ người khác. Những người có thể hỗ trợ và tư vấn cho doanh nhân bao gồm: nhân viên ngân hàng, chuyên gia về kế toán, chuyên gia tư vấn doanh nghiệp. Có khả năng lắng nghe lời khuyên của người khác chính là chìa khoá để thành công cho mọi doanh nhân.
- 11. Đặt ra các tiêu chuẩn cho bản thân** Đặt ra các tiêu chuẩn cho bản thân khi thực hiện công việc và làm việc để đạt được chúng là một tiêu chí quan trọng để có thể trở thành một doanh nhân thành đạt. Các tiêu chuẩn này có thể là lợi nhuận, chất lượng hay doanh thu. Hầu hết doanh nhân đều mong muốn kinh doanh ngày một tốt hơn, vì thế sau mỗi năm họ lại đặt ra các mục tiêu mới cho bản thân mình với mức độ cao hơn.
- 12. Đương đầu được với các bất lường** Doanh nhân sẽ gặp phải nhiều điều thách thức hơn là người làm công ăn lương. Thách thức này có thể là về doanh thu hay lượng hàng bán ra, nhưng thường là có liên quan đến các lĩnh vực khác trong kinh doanh như cung cấp nguyên liệu hay sự hỗ trợ của ngân hàng. Năng lực bình tĩnh đương đầu với các thách thức này là một đặc điểm cần thiết đối với một doanh nhân.
- 13. Tận tụy** Khi bắt đầu và điều hành một doanh nghiệp, doanh nhân phải tận tụy với công việc cả về thời gian, tiền bạc và phong cách sống. Đó là một trong những ưu tiên chủ yếu trong tính cách của một doanh nhân.
- 14. Dựa vào ưu điểm** Những người thành công trong kinh doanh tạo dựng công việc dựa trên điểm mạnh mà họ có, như là tay nghề, kĩ năng giao tiếp, kĩ năng bán hàng, kĩ năng tổ chức, kĩ năng nói và viết, kiến thức về một sản phẩm/dịch vụ cụ thể nào đó, kĩ năng biết tạo dựng và tận dụng mối quan hệ.
- 15. Đáng tin cậy và liêm chính** Trung thực, hoà nhã và đáng tin cậy về những điều đã hứa là những đặc điểm cần thiết cho một doanh nhân thành công.



Chuẩn bị cho phong cách lãnh đạo của bạn

Doanh nhân chịu trách nhiệm đề ra mục tiêu và lập kế hoạch kinh doanh. Đến một phạm vi nào đó, công việc của các nhân viên đóng một vai trò quan trọng trong việc thực thi những kế hoạch này và đạt mục đích. Do đó, việc giữ vững và động viên tinh thần làm việc của nhân viên/người làm công là một trong những nhiệm vụ quan trọng của doanh nhân.

Những phẩm chất của người lãnh đạo có được là do tự rèn luyện bởi vì những phẩm chất này ở mỗi người là khác nhau. Việc biết rằng bạn chịu trách nhiệm cho năng lực lãnh đạo của chính mình sẽ giúp bạn không ngừng phấn đấu để tự hoàn thiện. Không có một cách tốt nhất và duy nhất nào để trở thành một người lãnh đạo. Các doanh nhân là những cá nhân tự phát triển phong cách lãnh đạo cho riêng mình. Sau đây là ba phong cách lãnh đạo thường gặp:

- Người lãnh đạo với **“bàn tay sắt”** hay với sự độc đoán sẽ quyết định và ra lệnh mà không cần hỏi ý kiến của người khác.
- Người lãnh đạo với tinh thần **“dân chủ”** sẽ cho các thành viên trong nhóm đưa ra tiếng nói trong quyết định.
- Người lãnh đạo với tinh thần **“buông xuôi”** hay với chính sách tự do, sẽ ra quyết định phụ thuộc vào các thành viên trong nhóm.

Hầu hết những người lãnh đạo kết hợp những phong cách này tùy theo nhóm và tình huống.

Người lãnh đạo trong thế giới kinh doanh có hai nhiệm vụ chính sau:

- Chịu trách nhiệm công việc/hoặc hoàn thành công việc.
- Chịu trách nhiệm về con người/hoặc giữ vững tinh thần cho nhân viên.

Đến một mức độ nào đó, lãnh đạo là một thái độ được thể hiện trong cách tiếp cận của doanh nhân đối với “việc hoàn thành công việc”. Một người lãnh đạo thường sẵn sàng chấp nhận thử thách, mà trong đó có cả mối nguy hiểm lớn và cơ hội tiềm năng cao.

Một người lãnh đạo phải hiểu toàn bộ nhiệm vụ cần phải hoàn thành và có khả năng quyết định những phương pháp mới và sáng tạo để hoàn thành nhiệm vụ đó. Để giữ vững tinh thần, một lời khuyên cho những nhà lãnh đạo giỏi là **“đối xử với người khác như bạn muốn người khác đối xử lại với mình”**. Việc cố gắng nhìn một tình huống bằng cách nhìn của những người liên quan sẽ giúp bạn phát huy thái độ tích cực đối với nhân viên.

Một người lãnh đạo tốt thường có sự cân bằng giữa hai loại nhiệm vụ. Đôi khi trong một số tình huống nào đó như thành lập một nhóm mới thì cần chú ý đến con người hơn là nhiệm vụ. Trong những tình huống khác như áp dụng một thủ tục mới sẽ đòi hỏi sự chú ý đến nhiệm vụ hơn là đến con người. Việc hiểu về vai trò lãnh đạo sẽ giúp doanh nhân trở thành một người lãnh đạo có hiệu quả.

TÓM TẮT MÔ ĐUN 2, BÀI 3



Bạn hãy ghi nhớ những nội dung chính, những điều ấn tượng nhất mà bạn đã học được sau mỗi phần học để áp dụng trong công việc và cuộc sống của bạn. Hãy vui vẻ và thành công!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

MÔ ĐUN 3:

**KHỞI NGHIỆP BẰNG KINH DOANH
CÓ THỂ THẤT BẠI, TÔI PHẢI CHUẨN BỊ
NHỮNG GÌ ĐỂ KHÔNG THẤT BẠI
KHI KHỞI NGHIỆP BẰNG KINH DOANH
(9 TIẾT)**



BÀI TẬP 1

MÔ ĐUN 3, BÀI 1

Thử khả năng sáng tạo của bạn

Hãy trả lời từng câu sau bằng cách đọc những câu ở cột cuối cùng bên phải và đánh dấu vào một trong ba ô phía trước “Đúng” hoặc “Sai” hoặc “Không chắc chắn” phù hợp nhất với bạn. Lưu ý rằng đây không phải là bài kiểm tra. Hãy suy nghĩ kỹ về mỗi câu trước khi trả lời.

	ĐÚNG	SAI	KHÔNG CHẮC CHẴN	DANH MỤC
A				Các ý tưởng của tôi luôn không dễ dàng để giải thích rõ ràng cho những người khác.
B				Tôi muốn làm công việc để khám phá ra được những ý tưởng mới hơn là dạy những người khác.
C				Tôi không muốn lãng phí thời gian và công sức vào những ý tưởng mà chúng có thể không giúp ích gì.
D				Tôi cảm thấy dễ dàng diễn đạt các ý tưởng hơn là nghĩ về những ý tưởng mới.
E				Tôi thích các giải pháp chậm mà an toàn hơn là phải đương đầu với những giải pháp nhanh không chắc chắn về kết quả.
F				Cách suy nghĩ của tôi luôn khác thường và mới mẻ.
G				Tôi dễ dàng bỏ dở một công việc đang làm khi có bạn bè gọi điện rủ đi chơi hoặc đến thăm tôi.
H				Tôi cảm thấy thoải mái với thực tế hơn là lý thuyết.

	ĐÚNG	SAI	KHÔNG CHẮC CHẮN	DANH MỤC
I				Tôi muốn mình là người viết truyện giỏi hơn là người kể chuyện hay.
J				Tôi gặp khó khăn khi từ bỏ ý tưởng của mình chỉ để làm hài lòng người khác.
K				Tôi thích thiết kế quần áo hơn là trình diễn quần áo.
L				Tôi thích tự mình làm việc với những ý tưởng của mình hơn là thực hiện ý tưởng của những người khác.
M				Những điều xảy ra với tôi có nhiều sự khác thường hơn là sự thông thường.
N				Khi tôi có ý tưởng, tôi sẽ làm việc với ý tưởng đó, ngay cả khi những người khác nghĩ rằng ý tưởng đó xa vời và không thực tiễn.
O				Tôi muốn theo đuổi các ý tưởng của mình, kể cả trong trường hợp những ý tưởng này không được ai ủng hộ.



BÀI TẬP 2- BÀI TẬP NHÓM

MÔ ĐUN 3, BÀI 1

Các phương thức sáng tạo

(Đưa ra ví dụ với mỗi cách làm, bao gồm: Mở rộng; Thu hẹp; Thay đổi; Sắp xếp lại; Đảo ngược; Thay thế; Phối kết hợp).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Ba mẫu người

Dưới đây là những mô tả về 3 mẫu người. Hãy đọc một cách cẩn thận cả ba đoạn mô tả này. Đánh dấu “x” bên cạnh đoạn mô tả mẫu người mà bạn cho rằng nó đúng với bạn nhất.

Mô tả mẫu người thứ nhất

Bạn không bị bó buộc bởi các lối suy nghĩ bình thường. Bạn có thể phát triển và thừa nhận những cách thức kết hợp các ý tưởng để có được những cách làm mới. Bạn sẽ sẵn sàng làm thử nghiệm một việc gì đó ngay cả khi bạn không chắc chắn lắm về tính hiệu quả của công việc mà bạn muốn làm. Bởi vì bạn hiếm khi phụ thuộc vào những người khác, bạn có thể tự sắp xếp thời gian cho chính mình, tự nỗ lực và tạo sự tách biệt cần thiết cho các hoạt động sáng tạo. Bạn không dễ bị nhụt chí hay chán nản bởi người khác một khi bạn quan tâm và muốn thử thách với một công việc nào đó.

Mô tả mẫu người thứ hai

Bạn có thể nhận ra và đánh giá cao về những ý tưởng sáng tạo, mặc dù bạn không phải là người đưa ra những ý tưởng này. Bạn sẽ có thể tham gia vào các hoạt động sáng tạo mà nó liên quan đến việc sử dụng chân tay của bạn hoặc các đồ vật mà bạn có thể nhìn thấy và sờ thấy được. Đôi lúc bạn tự mình bắt đầu những dự án, công việc có tính sáng tạo, nhưng bạn có thể mất kiên trì hoặc hứng thú khi dự án hay công việc đó yêu cầu bạn phải nỗ lực làm việc trong một thời gian dài.

Mô tả mẫu người thứ ba

Bạn thường xuyên quan tâm đến những vấn đề thực tiễn hơn là theo đuổi những vấn đề viển vông. Bởi vì bạn luôn có xu hướng thực tế trong suy nghĩ, bạn có thể không để ý nhiều đến những ý tưởng khác thường mà nó cần thiết để giải quyết vấn đề theo cách sáng tạo. Bởi vì bạn thích làm việc với người khác, nên hiếm khi bạn dành thời gian riêng để làm việc với những ý tưởng của mình. Bạn sẽ sẵn sàng tham gia các hoạt động mà chúng tạo cho bạn các kết quả tức thì và có thể chia sẻ được với những người khác.



Sáng tạo và các phương thức sáng tạo

Phần lớn mọi người có thể nghĩ về một số nghề nghiệp mà chúng đòi hỏi phải có sự sáng tạo như: người nghệ sĩ, nhạc sĩ, đạo diễn, vũ công, nhà thiết kế và nhà khoa học. Tuy nhiên sự cần thiết phải sáng tạo không hạn chế ở những nghề nghiệp này. Các ý tưởng sáng tạo luôn cần thiết với những vấn đề chưa tìm ra được các giải pháp. Trong thế giới kinh doanh, các doanh nhân sử dụng tính sáng tạo để giải quyết các vấn đề hàng ngày như: Khuyến mại sản phẩm, cải thiện dịch vụ, nâng cấp sản phẩm/dịch vụ và tận dụng tối đa nguồn lực có hạn.

Một số người cho rằng mình không có khả năng sáng tạo. Có thể do những người này nghĩ rằng sáng tạo là những gì quá cao siêu và chỉ có những người giỏi mới có các ý tưởng hay, hoặc có thể do những người này không muốn chia sẻ các ý tưởng của mình với những người khác. Trên thực tế, tất cả mọi người đều có khả năng và tiềm năng sáng tạo. Thông qua việc nhận ra và chia sẻ các ý tưởng, mọi người có thể phát triển được khả năng sáng tạo của mình.

Bởi vì mọi người vẫn thường nghĩ và hành động theo những cách quen thuộc nhất định, họ có thể gặp khó khăn trong việc nghĩ về các ý tưởng mới khác với những gì họ vẫn làm. Chúng ta có thể phát triển tiềm năng sáng tạo của mình qua việc học và thực hành. Một số phương pháp có thể được sử dụng để phát triển các thói quen suy nghĩ có tính sáng tạo cho mọi người là: Nâng cao nhận thức về môi trường xung quanh, động não và thay đổi các ý tưởng hiện tại.

Nâng cao nhận thức về môi trường xung quanh có nghĩa là học cách chú ý tới cảnh quan và âm thanh nhất định mà chúng ta thường không để ý đến. Phần lớn mọi người có thói quen bỏ qua toàn cảnh và các âm thanh mà chỉ tập trung vào một thứ vào một thời điểm. Bằng việc chú ý tới những gì chúng ta thờ ơ, chúng ta có thể mở rộng tầm mắt quan sát và tiến tới những cách suy nghĩ mới.

Động não là một phương pháp trong đó mọi người nảy sinh một số ý tưởng từ một tình huống hay một câu hỏi được nêu ra. Mục tiêu chính của động não là nhằm khuyến khích đưa ra được nhiều ý tưởng, từ đó có thể xác định được một số ý tưởng khác biệt, có tính sáng tạo. Khi tổ chức động não để đưa ra các ý tưởng, người điều hành không bao giờ được phán xét và bình luận các ý tưởng được đưa ra trong quá trình điều hành động não. Các thành viên tham gia động não có thể kết hợp và cải thiện các ý tưởng của nhiều người lại để xây dựng và thống nhất những ý tưởng mới có tính sáng tạo.

Thay đổi các ý tưởng hiện tại có thể được phát triển bằng việc sử dụng ý tưởng hiện có như là điểm bắt đầu. Các phần của ý tưởng hiện tại có thể được thay đổi bằng nhiều cách như: mở rộng hơn; thu hẹp lại; thay đổi về màu sắc, hương vị hoặc kiểu cách; sắp xếp lại; thay thế, hoặc kết hợp lại với nhau. Ví dụ: Các doanh nghiệp thường sử dụng những phương pháp này để đổi mới các sản phẩm/dịch vụ nhằm làm cho chúng hấp dẫn hơn đối với khách hàng. Phương pháp này cũng có thể được các doanh nhân áp dụng nhằm nâng cao tính hiệu quả cho công việc kinh doanh của doanh nghiệp.

Bằng việc phát triển và sử dụng sự sáng tạo, các doanh nhân có thể tăng tiềm năng thành công của họ.

Đánh giá cao khả năng sáng tạo đóng vai trò quan trọng đối với các doanh nhân trong những năm qua. Thế giới ngày càng cho thấy rõ rằng trí tuệ và trình độ là nền tảng cho khả năng đáp ứng một cách sáng tạo với các tình huống có thử thách.

Sau đây là bảy bước nhằm phát triển tiềm năng sáng tạo của bạn:

1. Xem xét kỹ càng cách mà bạn phân biệt sự sáng tạo và những con người sáng tạo. Văn hóa định hướng kết quả của chúng ta là nhìn vào những người mà sự sáng tạo của họ đã tạo ra những sản phẩm tốt – một cuốn sách hay, một bức tranh đẹp, hoặc một chiếc bánh ngon – đây là sự sáng tạo thực sự. Chúng ta có ít khả năng nhận ra được những người đã đưa ra được các cách suy nghĩ và ứng xử theo cách sáng tạo, đặc biệt trong cuộc sống hàng ngày và trong kinh doanh.
2. Dành thời gian với những người sáng tạo. Quan sát xem cách họ hành động, suy nghĩ, thư giãn và các câu trả lời của họ. Mời họ nói về những sự kiện và yếu tố trong cuộc sống đã làm xuất hiện và tác động tới sự sáng tạo của họ.
3. Học quá trình tự suy nghĩ và hành động. Quá trình này làm tăng khả năng của bạn để sẵn sàng phát triển khả năng sáng tạo và tính mạo hiểm của mình – chấp nhận rủi ro tích cực trong việc tạo ra các thay đổi, thậm chí cả các rủi ro nhỏ. Hãy luôn suy nghĩ về những sự kiện có thể kích thích bạn thử thách với những hành động sáng tạo.
4. Vận động. Múa, tập thể dục, đi xe đạp, đi bộ và vượn thỏ, tập yoga hoặc thái cực quyền. Những hoạt động thể lực này giúp chúng ta cảm thấy sảng khoái và mở rộng sự suy nghĩ cho trí não và cho phép chúng ta tăng cường sức lực, cơ thể của mình đúng như qui luật tự nhiên. Khi cơ thể vận động, phía phải và trái của bộ não (phía tưởng tượng và phía quan sát) có thể làm việc với nhau hiệu quả hơn.

5. Hãy nghe nhạc và thử nghiệm các vận động cải thiện sức khỏe. Nghe các loại nhạc khác nhau để cải thiện khả năng cảm nhận về âm nhạc của bạn, từ đó nâng cao khả năng cảm nhận và phản ứng của bạn. Các bài tập như diễn kịch và sân khấu sẽ giúp bạn thực hành các cách khác nhau về phản ứng, ngoài các thói quen hàng ngày của bạn.
6. Hãy lấy một quyển vở ghi lại những ý tưởng, những quan sát thú vị về sự sáng tạo. Hãy cắt và dán lên một quyển vở những bức tranh từ tạp chí mà bạn thấy thích, thậm chí là bạn không cần biết lý do tại sao bạn cần nó. Hãy tập phác thảo và vẽ nó. Khi làm bất cứ một việc gì, bạn không nên quá chủ động và vội vàng thực hiện, hãy quan sát và làm thử trước.
7. Tìm người tư vấn hoặc người có thể hướng dẫn bạn phát triển sự sáng tạo của bạn tới mức độ cao hơn. Hãy nghĩ đến những người bạn, những người thân, những người quan tâm, sẵn sàng giúp đỡ cùng tư vấn cho bạn. Bạn sẽ học được rất nhiều từ họ nếu bạn biết lắng nghe và thực sự muốn được giúp đỡ.



Tạo ý tưởng kinh doanh, các nguồn giúp tạo lập ý tưởng kinh doanh

A. TẠO Ý TƯỞNG KINH DOANH

Có được một ý tưởng kinh doanh tốt là điều hết sức cần thiết, và thậm chí là điều kiện tiên quyết cho một công việc kinh doanh thành công. Tuy nhiên, những ý tưởng kinh doanh tốt không tự đến với doanh nhân mà nó là kết quả của quá trình cần cù làm việc và cố gắng của doanh nhân trong việc tạo ra, xác định và đánh giá các cơ hội.

1. Ý tưởng kinh doanh là gì?

Ý tưởng kinh doanh là sự hưởng ứng của một người, một số người, hay của một tổ chức để giải quyết một vấn đề đã được xác định hay để đáp ứng nhu cầu đã được nhận diện trong môi trường (thị trường, cộng đồng v.v...). Tìm được ý tưởng tốt là bước đi quan trọng đầu tiên trong việc biến nguyện vọng và sự sáng tạo của doanh nhân thành cơ hội kinh doanh.

Mặc dù vậy, có hai điều nên chú ý:

- Một ý tưởng kinh doanh tốt cần đạt được hai yêu cầu chính sau: **Sáng tạo và Khả thi**.
- Một ý tưởng rất tốt vẫn là chưa đủ cho sự thành công, doanh nhân cần lập kế hoạch chi tiết để triển khai thực hiện ý tưởng kinh doanh sau khi đã xác định được nó.

Nói tóm lại, mặc dù quan trọng, ý tưởng chỉ là công cụ cần được phát triển và biến thành cơ hội kinh doanh bền vững.

2. Sáng tạo là gì?

Sự sáng tạo là khả năng thiết kế, hình thành và tạo nên hay làm điều gì đó mới hoặc theo cách khác biệt.

Khả năng tìm ra những giải pháp sáng tạo trước những nhu cầu/vấn đề và tiếp cận các giải pháp này thường đánh dấu sự khác nhau giữa thành công và thất bại trong kinh doanh. Đồng thời, khả năng này tạo sự khác biệt giữa doanh nghiệp năng động và có khả năng phát triển tốt với các doanh nghiệp bình thường. Doanh nhân thành công là người có óc sáng tạo trong việc xác định được sản phẩm mới, dịch vụ hay các cơ hội kinh doanh.

Để sáng tạo, bạn cần luôn chú tâm quan sát và suy nghĩ. Bạn hãy nghiên cứu kỹ các nguồn giúp tạo lập ý tưởng kinh doanh nêu dưới đây:

B. CÁC NGUỒN GIÚP TẠO LẬP Ý TƯỞNG KINH DOANH

Đã có hàng triệu doanh nhân trên toàn thế giới và những bằng chứng xác thực của họ cho thấy có nhiều nguồn ý tưởng kinh doanh tiềm năng. Dưới đây giới thiệu sơ lược một số nguồn hữu dụng hơn cả.

1. Sở thích/Mối quan tâm

Sở thích là hoạt động ưa thích trong thời gian rỗi. Nhiều người trong khi theo đuổi sở thích hay mối quan tâm của mình đã hình thành nên công việc kinh doanh. Ví dụ nếu bạn thích chơi máy tính, nấu ăn, âm nhạc, du lịch, thể thao hay biểu diễn - hãy kể ra vài sở thích của bạn và bạn có thể phát triển chúng thành một công việc kinh doanh. Để minh họa thêm điều này, bạn có thể hình dung nếu bạn thích đi du lịch, biểu diễn và có lòng hiếu khách, bạn có thể cân nhắc việc kinh doanh ngành du lịch, một trong những ngành công nghiệp không khói lớn nhất trên thế giới.

2. Các kĩ năng và kinh nghiệm cá nhân

Hơn nữa, những ý tưởng của công việc kinh doanh thành công bắt nguồn từ kinh nghiệm làm việc. Ví dụ như một công nhân cơ khí có kinh nghiệm làm việc ở một xưởng sửa chữa ô tô lớn, cuối cùng anh ta lập một xưởng sửa chữa xe ô tô riêng hoặc kinh doanh xe ô tô cũ. Vì vậy, kiến thức và kinh nghiệm của doanh nhân tiềm năng đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc quyết định công việc kinh doanh cũng như loại hình kinh doanh. Những kĩ năng và kinh nghiệm của bạn có thể xếp vào nguồn lực quan trọng bậc nhất, không chỉ trong việc tạo ra những ý tưởng mà cả trong việc sử dụng chúng như một nguồn vốn.

3. Nhượng quyền thương mại (franchise)

Nhượng quyền thương mại (franchise) là một sự sắp xếp mà nhờ đó nhà sản xuất hay nhà phân phối của một thương hiệu, sản phẩm/dịch vụ cho phép những người buôn bán nhỏ lẻ độc lập trả phí quyền sử dụng thương hiệu, sản phẩm/dịch vụ đó và tuân thủ quy trình vận hành chuẩn hoá của họ. Những người, doanh nghiệp mua quyền thương mại được độc quyền trong việc phân phối tại địa phương. Nhượng quyền thương mại có thể được thể hiện dưới một số hình thức khác nhau, nhưng một trong những hình thức được quan tâm nhất là loại hình cung cấp thương hiệu, danh tiếng, phương thức kinh doanh và các quy trình vận hành.

Trong những năm 1980 và đầu những năm 1990, nhượng quyền thương mại có bước phát triển mạnh mẽ, và trở thành cách thức khởi sự doanh nghiệp của hàng triệu doanh nghiệp Mỹ và châu Âu. Chỉ riêng ở Mỹ, có khoảng hơn 2.000 doanh nghiệp hoạt động dưới hình thức thức nhượng quyền thương mại, đóng góp hơn 300 tỉ đô la thu nhập hàng năm và khoảng 1/3 trong số họ là các doanh nghiệp bán lẻ. Ngoài mua quyền thương mại, doanh nghiệp cũng có thể phát triển hình thức bán quyền thương mại. Có nhiều tài liệu, sách hướng dẫn, cũng như các hiệp hội, cũng có thể giúp cho bạn có thêm các thông tin liên quan.

Nếu bạn có kỹ năng bán hàng, quản lý tốt, bạn có thể triển khai công việc kinh doanh theo hình thức mua nhượng quyền thương mại của một doanh nghiệp mà sản phẩm/dịch vụ của họ đã có thương hiệu và uy tín. Nếu thương hiệu và uy tín doanh nghiệp của bạn đã được thiết lập, bạn cũng có thể kinh doanh thương hiệu và uy tín của doanh nghiệp mình thông qua hình thức bán nhượng quyền thương mại.

4. Thông tin đại chúng

Thông tin đại chúng là nguồn thông tin, nguồn ý tưởng lớn và cung cấp cơ hội thường xuyên. Báo, tạp chí, vô tuyến truyền hình và ngày nay internet là tất cả những ví dụ của thông tin đại chúng. Ví dụ, hãy để ý đến các quảng cáo thương mại trên một tờ báo, hay tạp chí, bạn có thể tìm thấy có những doanh nghiệp được rao bán. Như vậy, có một cách để trở thành doanh nhân là trả lời những lời chào hàng như vậy.

Những bài báo đăng trên báo chí, trên internet hay các chương trình phim tài liệu trên vô tuyến truyền hình có thể cho biết những thay đổi về thị hiếu hay các nhu cầu tiêu dùng. Ví dụ, bạn có thể đọc hay nghe và biết được rằng người ta bây giờ đang ngày càng quan tâm đến việc ăn uống an toàn hay thể dục thể hình hoặc thẩm mỹ.

Bạn cũng có thể tìm thấy được những quảng cáo giới thiệu cung cấp các dịch vụ nào đó cần kỹ năng, ví dụ như kế toán, cung cấp đồ ăn hay an ninh. Hoặc bạn cũng có thể phát hiện ra một loại hình kinh doanh mới cần nhà đầu tư.

5. Triển lãm

Còn có một cách tìm ra ý tưởng cho công việc kinh doanh khác là tham dự các cuộc triển lãm và hội chợ thương mại. Những hoạt động này thường được quảng cáo trên báo đài. Bằng cách đến những nơi này thường xuyên, bạn sẽ không những khám phá ra nhiều sản phẩm và dịch vụ mới, mà đồng thời bạn cũng có thể gặp gỡ người đại diện thương mại, nhà sản xuất, nhà bán buôn, các nhà cung cấp và các nhà Nhượng quyền thương mại (franchiser), đây là nguồn ý tưởng, thông tin kinh doanh tuyệt vời và giúp bạn trong bước đầu khởi sự kinh doanh. Cũng có thể ai đó trong số họ cũng đang tìm kiếm đối tác như bạn chẳng hạn.

6. Điều tra khảo sát

Mục tiêu chính của một ý tưởng kinh doanh phải là khách hàng. Những nhu cầu và mong muốn của khách hàng tạo cơ sở cho sự ra đời của một sản phẩm/dịch vụ nào đó, chúng có thể được xác định qua khảo sát. Những cuộc khảo sát như vậy có thể thu thập thông tin một cách chính thức hoặc không chính thức thông qua việc nói chuyện, trao đổi với mọi người, dùng phiếu hỏi hay thông qua phỏng vấn và/hoặc có thể qua quan sát.

Bạn có thể bắt đầu bằng việc nói chuyện với người thân trong gia đình, bạn bè để tìm hiểu xem họ cần gì hoặc muốn gì mà hiện không có sẵn. Hoặc giả, ví dụ như họ không thoả mãn với những sản phẩm hay dịch vụ hiện có và họ mong đợi

những thay đổi hay cải thiện gì. Sau đó, bạn có thể chuyển sang tiếp cận với những người tham gia phân phối sản phẩm/dịch vụ, đó là nhà sản xuất, người bán buôn, nhà phân phối, các đại lý và người bán lẻ. Việc chuẩn bị sẵn một bộ câu hỏi để dùng trong phiếu hỏi hay phỏng vấn sẽ giúp ích rất nhiều cho bạn. Những mối quan hệ gần gũi của những người này với khách hàng và các thành viên trong kênh phân phối sẽ cung cấp được những thông tin hữu ích về những gì khách hàng đang cần và những gì sẽ không bán được. Cuối cùng bạn nên tiếp cận được càng nhiều khách hàng càng tốt, với cả hai loại khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng. Càng thu thập được nhiều thông tin bao nhiêu thì càng tốt cho bạn bấy nhiêu.

Ngoài việc tiếp cận với mọi người, bạn cũng cần thu thập thông tin qua quan sát. Ví dụ, khi cân nhắc xem có quyết định mở cửa hàng trên một phố nào đó, bạn có thể quan sát và đếm số người qua lại con phố đó vào một số ngày và so sánh các con số này với số liệu thu được ở các vị trí khác. Nếu bạn quan tâm đến khu vực có nhiều khách du lịch, bạn có thể thiết lập cơ sở kinh doanh những sản phẩm thủ công mỹ nghệ. Hoặc bạn có thể nhận thấy là không có nhà hàng/ khách sạn nào đạt tiêu chuẩn trong tuyến du lịch hoặc ở thành phố mà bạn hay đến.

Cách đó đảm bảo rằng bạn không lơ là trong vấn đề này và lúc nào cũng để mắt tới các nhu cầu và cơ hội để kinh doanh. Chúng ta biết rằng, đôi khi có những doanh nghiệp lui tới mọi cuộc chiêu đãi để tìm hiểu xem ai đang sử dụng những sản phẩm gì không đáp ứng thoả đáng mục đích họ mong đợi. Có người lại quan sát đồ chơi của trẻ em trong gia đình khi tìm kiếm những ý tưởng phù hợp với thị trường.

7. Những lời phàn nàn

Lời phàn nàn và thất vọng của một số khách hàng đã dẫn đến việc xuất hiện nhiều sản phẩm hay dịch vụ mới. Khi nào người tiêu dùng hay khách hàng phàn nàn sự thất vọng về một sản phẩm hay một dịch vụ, hoặc khi bạn nghe thấy ai đó nói rằng “tôi muốn có...” hay “nếu có một sản phẩm/dịch vụ có thể...”, nghĩa là bạn đang có cơ hội cho một ý tưởng kinh doanh. Từ một ý tưởng có thể thành lập một doanh nghiệp cạnh tranh cung cấp một sản phẩm/dịch vụ tốt hơn hoặc nó có thể là tạo ra một sản phẩm/dịch vụ mới để bán cho doanh nghiệp có nhu cầu và/hoặc bán cho những người khác.

8. Động não

Động não là một kỹ thuật dùng để giải quyết vấn đề một cách sáng tạo cũng như để sáng tạo ra các ý tưởng. Mục tiêu là để đưa ra được càng nhiều ý tưởng càng tốt. Động não thường bắt đầu với một câu hỏi hay một vấn đề. Ví dụ bạn có thể hỏi “Sản phẩm nào hay dịch vụ nào cần trong gia đình ngày nay và những sản phẩm nào đang sẵn có?”. Bạn tự động não hoặc tổ chức động não với những người khác để đưa ra được nhiều câu trả lời cho câu hỏi trên. Mỗi ý tưởng dẫn đến một ý tưởng khác hoặc phát triển thêm nhiều ý tưởng, kết quả là thu về được nhiều ý tưởng có giá trị.

Khi sử dụng kỹ thuật này, bạn cần tuân theo 4 nguyên tắc:

- Không chỉ trích hoặc đánh giá ý tưởng của người khác.
- Khuyến khích tự do đưa ra ý tưởng - những ý tưởng phi lý hay điên rồ cũng được hoan nghênh.
- Quan tâm nhiều đến số lượng - càng nhiều ý tưởng càng tốt.
- Hoàn thiện ý tưởng trên cơ sở phân tích và kết hợp ý tưởng của nhiều người.

Hơn nữa tất cả các ý tưởng cho dù đúng hay sai cũng phải được ghi lại và xem xét một cách nghiêm túc.

TÓM TẮT MÔ ĐUN 3, BÀI 1



Bạn hãy ghi nhớ những nội dung chính, những điều ấn tượng nhất mà bạn đã học được sau mỗi phần học để áp dụng trong công việc và cuộc sống của bạn. Hãy vui vẻ và thành công!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



BÀI TẬP 1

MÔ ĐUN 3, BÀI 2

THỬ KHẢ NĂNG TỰ TIN CỦA BẠN?



Những câu hỏi sau có thể quan trọng đối với bạn. Nó giúp bạn hiểu về sự tự tin của mình. Có thể bạn không trả lời được một số câu hỏi, song hãy cố gắng lựa chọn những câu nào bạn thấy đúng với mình nhất. Đối với một số câu bạn chưa từng trải nghiệm, bạn cũng có thể nghĩ xem nếu gặp tình huống như vậy, bạn sẽ hành động như thế nào?

CÂU HỎI	CÓ	KHÔNG
1. Bạn có hay quên không?		
2. Tâm trạng của bạn có lúc nào thay đổi mà chính bạn cũng không hiểu vì sao hay không?		
3. Bạn có cảm thấy bị nhiều người quấy rầy không?		
4. Có những thất bại đến với bạn mà không phải lỗi do bạn hay không?		
5. Có khi nào bạn nghĩ rằng mình gặp nhiều thất bại?		
6. Có khi nào bạn nản lòng khi thấy mình không thể làm tốt được công việc?		
7. Khi phải nói trước công chúng bạn có thấy khó khăn không?		
8. Bạn có thường tự kiểm chế được mình không?		
9. Bạn có thường cảm thấy rất buồn hoặc chán nản không?		
10. Bạn có dễ bị tổn thương về tình cảm không?		
11. Bạn có thấy không thoải mái ở chốn đông người không?		
12. Bạn có sẵn sàng gặp những người lạ không?		

CÂU HỎI	CÓ	KHÔNG
13. Bạn có thiếu tự tin không?		
14. Bạn có hay cầu nài, gắt gỏng không?		
15. Trong công việc bạn có chóng bị mệt không?		
16. Bạn có nghĩ rằng người ta thấy bạn có nhiều khuyết điểm hơn là bạn tưởng?		
17. Có lúc nào bạn lưỡng lự về việc làm gì tiếp theo không?		
18. Bạn có lo lắng rằng có thể phạm sai lầm không?		
19. Bạn có những kế hoạch không thực hiện được không?		
20. Bạn có nghĩ rằng nói chung mình không hấp dẫn bằng người cùng giới không?		
21. Bạn có hay “tự ái” trước nhiều việc không?		
22. Bạn có dễ khóc không?		
23. Bạn có nghĩ rằng mình là người dễ bị kích động không?		
24. Bạn có cảm thấy thật khó kết bạn không?		
25. Bạn có dễ bị nản chí không?		
26. Bạn có thường thấy tình cảm của mình yếu đuối không?		
27. Bạn có thấy tương lai sáng sủa đối với mình không?		



BÀI TẬP 2 - THẢO LUẬN NHÓM

MÔ ĐUN 3, BÀI 2



Các phương thức để xây dựng, phát triển sự tự tin của bản thân



BÀI TẬP 3

MÔ ĐUN 3, BÀI 2

Thử khả năng tự tin của bạn?



Hãy suy nghĩ nghiêm túc và tự lập cho mình một Kế hoạch hành động bằng cách điền vào các khoảng trống dưới đây:

SỐ	ĐẦU ĐỀ	HÀNH ĐỘNG ĐỂ THỰC HIỆN	KHI NÀO SẼ XẢY RA
1	TỰ PHÂN TÍCH		
2	DỰ THẢO KẾ HOẠCH HÀNH		
3	ĐỘNG CÁ NHÂN		
4	ĐƯA KẾ HOẠCH VÀO		
5	THỰC HÀNH		
6	TỰ KIỂM TRA ĐỊNH KỲ		



Hãy tự tin và luôn nghĩ rằng “Tôi có thể”

Nhiều người trong chúng ta tỏ ra thiếu tự tin. Họ sợ làm những công việc khó, thường tránh hoặc không làm nếu có thể. Họ tìm mọi cách thoái thác để biện bạch trước bạn bè hoặc ngay cả đối với chính mình. Họ thường “gác mọi việc lại”.

Những người như vậy lại thường rụt rè không thoải mái trước đông người, tự ti cho rằng những người khác có khả năng hơn mình. Họ cảm thấy mình kém cỏi hơn người khác.

Mọi người cần tự tin ở chính mình, tin rằng có những việc mình có thể làm tốt. Anh cần làm công việc của mình và tin rằng sẽ thành công. Khi thất bại và có phần nản chí, anh không được bỏ cuộc. Cần cố gắng hoàn thành tốt mỗi việc và nghĩ rằng không có việc gì là nhỏ và đơn giản. Thắng lợi trong những việc nhỏ có thể giúp ta mạnh dạn làm những việc khó hơn.

Bất kể nam hay nữ nếu muốn học tập tốt cần tận dụng mọi cơ hội may mắn để rèn luyện sự tự tin. Mỗi BÀI TẬP hoặc bài đọc giáo viên cho đều là cơ hội tốt cho việc rèn luyện. Mỗi lần một bài học được tiếp thu tốt, đầy đủ, đúng thời gian thì sự tự tin được tăng thêm. Học viên nào mà chuẩn bị tốt bài nói hoặc viết tốt một bài chính là luyện được lòng tự tin. Cũng như vậy học sinh cần toàn tâm toàn ý làm công việc của mình và tham gia tích cực vào các hoạt động của nhà trường cũng như giúp gia đình làm các việc vặt ở nhà.

Tập giáo trình này đã hướng cho các bạn suy nghĩ về việc bắt đầu công việc kinh doanh trong tương lai.

Nghĩ về công việc kinh doanh là bước đầu tiên, còn nhiều bước khác nữa phải làm trước khi nhà doanh nghiệp có thể nói rằng đã thực sự thành công.

Việc học không thể quá cứng nhắc thụ động vì bản chất năng động của thế giới chúng ta đang sống và kinh doanh.

Trên hết, các bạn cần có một triết lý thật rõ ràng về kinh doanh để làm động cơ thúc đẩy trên đường lập nghiệp. Thành công hay thất bại trong bước đầu trở thành chủ doanh nghiệp phụ thuộc vào bạn. Những người khác chỉ có thể hỗ trợ cho quyết định của bạn. Điều quan trọng đó là những hành động của chính bạn, chứ không phải là hành động của những người khác.

Điều quan trọng nữa là phải có mục tiêu và những dự định thật rõ ràng có thể giúp bạn theo đuổi tiến trình của việc kinh doanh. Việc hiểu rõ và chấp nhận sự thất bại đôi khi là khó tránh và qua mỗi lần thất bại lại rút ra được những bài học

bổ ích đó mới là điều quan trọng. Trải qua những cố gắng bền bỉ bạn có thể đạt được tất cả những điều bạn đã muốn làm.

Thái độ tích cực và cách nhìn lạc quan về cuộc sống sẽ giúp bạn không bị rối trí hoặc mất can đảm và ngay cả những trạng thái tiêu cực đôi khi bạn gặp phải trong phần lớn các trường hợp cũng chứa đựng những điều tích cực. Cũng phải ghi nhận rằng, sự hoàn thiện là điều lý tưởng và không nhất thiết cứ phải thực hiện được thật đầy đủ. Làm việc theo hướng đạt được kết quả là điều chấp nhận được với bạn và với những người khác, và như thế bạn sẽ tránh được nhiều trở ngại.

Hãy làm cho mọi cố gắng của bạn có mục đích rõ ràng và thể hiện chúng để góp phần làm tăng những tham vọng kinh doanh của bạn. Qua cách đặt vấn đề như vậy, bạn sẽ thích thú với mọi hình thái của đời sống hàng ngày.



Kế hoạch hành động cá nhân

Để chuẩn bị Khởi nghiệp kinh doanh, bạn cần có những suy nghĩ nghiêm túc về những hành động sau:

Bước 1 **Tự phân tích**

- A. Bạn hãy đánh giá ý chí, nghị lực và tính cách xã hội nổi bật của bạn một cách trung thực nhất?
- B. Gia đình và bạn bè có đánh giá những nét nổi bật đó của bạn không và hãy so sánh sự đánh giá của họ với sự tự đánh giá của bạn?

Bước 2 **Dự thảo kế hoạch hành động cá nhân**

- A. Hãy tự xác định rằng bạn muốn rèn luyện ý chí, nghị lực và tính cách xã hội của mình.
- B. Hãy nhìn vào bạn bè, cha mẹ và thầy giáo để lên kế hoạch rèn luyện nghị lực và tính cách xã hội.
- C. Hãy đề nghị bạn bè, cha mẹ và thầy giáo giúp bạn dự thảo kế hoạch rèn luyện nghị lực và tính cách xã hội.

Bước 3 **Đưa kế hoạch vào thực hành**

- A. Làm việc cần mẫn nhằm rèn luyện những nhân cách tốt.
- B. Cố gắng từ bỏ những thói quen xấu càng nhanh càng tốt.
- C. Đặt mục tiêu rèn luyện ngắn hạn từng tuần một.

Bước 4 **Tự kiểm tra định kỳ**

- A. Tự đánh giá ý chí, nghị lực và tính cách xã hội của mình xem có tốt hơn không.
- B. Sửa chữa những mặt còn yếu.
- C. Xem còn lại những thói quen nào đối chiếu với kế hoạch rèn luyện.

TÓM TẮT MÔ ĐUN 3, BÀI 2



Bạn hãy ghi nhớ những nội dung chính, những điều ấn tượng nhất mà bạn đã học được sau mỗi phần học để áp dụng trong công việc và cuộc sống của bạn. Hãy vui vẻ và thành công!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



TÀI LIỆU 1

MÔ ĐUN 3, BÀI 3

Rủi ro có dự tính

Đa số doanh nhân dự tính được trước và điều chỉnh bớt rủi ro. Doanh nhân tránh những tình huống rủi ro thấp vì thiếu thử thách, nhưng họ cũng tránh những tình huống có độ rủi ro cao vì họ muốn thành công. Họ đặt mục tiêu cao và tận hưởng thú vui thử thách, nhưng không phải họ đánh bạc với điều đó. Vì thế, họ đều tránh những tình huống có độ rủi ro thấp hay cao vì chúng không làm thoả mãn họ. Nói ngắn gọn, doanh nhân thích đối đầu với khó khăn nhưng muốn vượt qua được thử thách.

Định nghĩa tình huống rủi ro

Một tình huống rủi ro xảy ra khi phải quyết định giữa hai hay nhiều lựa chọn khác nhau mà không biết kết quả tiềm ẩn ra sao và phải dựa vào những đánh giá chủ quan. Một tình huống rủi ro bao gồm khả năng thành công cũng như thất bại tiềm ẩn. Càng thành công hay càng thất bại thì càng có nhiều rủi ro.

Nhiều người mạo hiểm ra quyết định trong những điều kiện chưa chắc chắn và họ biết cân bằng khả năng thành công tiềm ẩn với khả năng thất bại tiềm ẩn. Một lựa chọn rủi ro tùy thuộc vào:

- Lựa chọn ấy có sức thu hút thế nào,
- Phạm vi mà người mạo hiểm được chuẩn bị để chấp nhận thất bại tiềm ẩn,
- Quan hệ giữa các khả năng thành công và thất bại,
- Mức độ tự nỗ lực mà một người có được để tăng khả năng thành công cũng như giảm khả năng thất bại.

Ví dụ như bạn có một công việc bảo đảm, lương cao, cứ hai năm được thăng tiến. Bạn có cơ hội mua lại một công ty mà tương lai không mấy chắc chắn, nhưng thu nhập của người chủ nhiều gấp rưỡi lương bạn đang ở vị trí nhân viên. Công ty có thể sẽ rất thành công hoặc sẽ phá sản trong vòng một hoặc hai năm nữa. Bạn phải chọn lựa giữa một vị trí bảo đảm với thu nhập rõ ràng, ổn định hoặc chấp nhận rủi ro có hưởng mức lương rất cao kèm theo địa vị.

Hầu hết mọi người không nghĩ đến việc mạo hiểm mặc dù vẫn có khả năng thành công. Họ thích một vị trí ổn định hơn. Những người khác thì không kiên nhẫn, không hài lòng với vị trí hiện tại của họ và luôn tìm kiếm “hũ vàng kì diệu” có thể làm họ trở nên giàu có. Những người này có xu hướng bị ảnh hưởng bởi những lợi ích trước mắt. Họ ít quan tâm đến khả năng thành công và không nghĩ nhiều đến mức độ nỗ lực đòi hỏi ở họ. Bị cuốn hút bởi hi vọng thu lợi nhiều dù chỉ với nỗ lực ít, họ trở thành những kẻ đánh cược.

Đánh giá những tình huống rủi ro

Doanh nhân có sự đánh giá tình huống rất khác với hai kiểu người ở trên, mặc dù họ có những điểm chung nhất định. Sự khác nhau cơ bản là doanh nhân biết đánh giá một cách hệ thống, toàn diện khả năng thành công của công ty và phạm vi ảnh hưởng bởi nỗ lực của họ đến khả năng này. Họ tìm hiểu các tình huống trên thị trường, thăm dò khả năng lợi nhuận trong những hướng kinh doanh, sản phẩm, máy móc và qui trình, tài chính và có sự so sánh trước khi đưa ra quyết định cuối cùng.

Họ muốn tác động đến kết quả bằng chính nỗ lực của họ và cảm nhận thành quả đạt được. Vạch ra kế hoạch được xem là một mấu chốt của hành vi mạo hiểm có dự tính của nhà kinh doanh. Lập kế hoạch có thể giúp họ tránh khỏi những khó khăn có thể lường trước. Nếu doanh nhân có thể gây được ảnh hưởng thì mặc dù công ty có thành công hay không, họ cũng rất có thể mua lại công ty như ví dụ trên đã đưa ra.

Doanh nhân luôn sẵn lòng nhận trách nhiệm cá nhân cho những kết quả do quyết định của họ mang lại, bất kể kết quả này có được mong đợi hay không. Những người khác thấy khó khăn khi nhận trách nhiệm cá nhân cho những quyết định có thể dẫn đến thất bại và họ thường quy cho những sự việc diễn ra trong cuộc sống, cho may rủi hay cho những thế lực họ không kiểm soát được, như sự cạnh tranh của đối thủ kinh doanh hay sự can thiệp của chính phủ. Những người này từ chối mạo hiểm vì họ tin rằng không thể tác động đến kết quả.

Đa số các đặc tính của doanh nhân có mối liên quan mật thiết với nhau. Hành vi mạo hiểm liên quan đến:

- Sự sáng tạo và đổi mới là một phần thiết yếu biến ý tưởng thành hiện thực.
- Sự tự tin: Bạn càng tin tưởng vào năng lực bản thân thì bạn càng có khả năng gây ảnh hưởng đến kết quả của quyết định mình đưa ra và bạn càng có thêm ý chí để mạo hiểm.

Các kiểu người mạo hiểm

Bạn thuộc kiểu người nào, tùy vào mức độ phạm vi bạn bị ảnh hưởng bởi người khác, kinh nghiệm đã có, tình huống hiện tại và những mong đợi cho tương lai. Trong việc kinh doanh, cần có nhiều kiểu người mạo hiểm khác nhau.

Ở trình độ công nhân, bạn cần những người có tính mạo hiểm thấp để họ có thể làm những công việc hàng ngày và góp phần ổn định về mặt tổ chức.

Ở trình độ quản lý trung bình, có thể cần những người có tính mạo hiểm cao hơn. Một nhà quản lý trung bình nên có sự tự do sáng tạo và có thể tạo ra những thay đổi nhỏ trong các qui trình và chức năng. Những người này có thể xem là người mạo hiểm nhưng ảnh hưởng của họ đến toàn thể tổ chức chỉ ở mức độ nhỏ. Những doanh nhân hàng đầu trong mạng lưới tổ chức có khả năng trình bày ý tưởng theo hệ thống và thực hiện những ý tưởng sáng tạo. Để thành công trong kinh doanh, doanh nhân phải mạo hiểm biến ý tưởng thành hiện thực.

Doanh nhân biết định hướng và có đủ tự tin chấp nhận rủi ro khi vận dụng ý tưởng. Tuy nhiên họ cũng đủ thực dụng để nhận ra giới hạn cho phép và họ chỉ giới hạn công việc trong phạm vi những gì có thể làm.

Những người có tính sáng tạo cao và tư duy đổi mới là những người có tính mạo hiểm cao, sẵn sàng chấp nhận thay đổi, thử nhiều lựa chọn khác nhau, phát triển việc đổi mới trong những lĩnh vực kinh doanh sản phẩm và dịch vụ mới. Những người có tư duy đổi mới cao thường là những nhà lãnh đạo trong kinh doanh. Họ có nhiều ý tưởng và có thể kết hợp được yếu tố con người và các nguồn lực khác để giúp họ thực hiện ý tưởng.

Quyền hạn và trách nhiệm

Doanh nhân là những nhà lãnh đạo theo nghĩa họ trực tiếp điều khiển hoạt động của những người khác để đạt được mục tiêu tập thể. Xây dựng đội ngũ và đạt được thành quả tập thể là trách nhiệm của họ. Là người lãnh đạo một tổ chức gồm có nhiều người, họ phải sẵn lòng ủy thác quyền hạn và trách nhiệm cho đội ngũ nhân viên trong những hoạt động nhất định.

Giao quyền và trách nhiệm cho người khác mang tính rủi ro trong đó. Nó có thể có hiệu ứng tích cực hoặc tiêu cực và doanh nhân phải chấp nhận kết quả. Để mang lại lợi ích cao nhất, nhân viên phải có quyền và mức tự do nhất định để thi hành nghĩa vụ và trách nhiệm. Doanh nhân cần sự giúp đỡ từ những người khác, tuy nhiên lại không tốn thời gian để giám sát công việc của họ.

Khi giao quyền và trách nhiệm cho đội ngũ nhân viên thì yếu tố rủi ro rất quan trọng. Và cho phép người khác cùng hưởng quyền lợi là một đặc tính của những doanh nhân có chí tiến thủ. Càng nhiều trách nhiệm được giao, doanh nhân càng có nhiều thời gian tham gia vào những hoạt động có ảnh hưởng lớn nhất đến thành công trong tương lai của tổ chức.

Thực hiện những thay đổi

Trong bất kỳ hoạt động nào, đầu tiên doanh nhân phải xác định xem có rủi ro hay không. Trong một tình huống rủi ro, năng lực, vị trí và quyền hạn của doanh nhân có thể được thử thách. Khi có sự cố trong kinh doanh, doanh nhân nên biết đánh giá tình huống theo thực tế và cố gắng giải quyết vấn đề. Doanh

nhân chắc chắn phải có những bước sửa sai cần thiết. Khi tình huống rủi ro là hiển nhiên, quyết định có mạo hiểm hay không trở nên rất quan trọng. Khi quyết định mạo hiểm, doanh nhân nên tuân theo một kế hoạch chắc chắn ngay từ hành động đầu tiên. Những kế hoạch khác có thể được thảo ra trong trường hợp kế hoạch đầu không thành công. Những kế hoạch này giúp ta linh động khi các điều kiện rủi ro thay đổi.

Một khi đã lên kế hoạch hành động, cần phải thực hiện nó. Chỉ khi nào kế hoạch được bắt đầu thì doanh nhân mới thật sự biết và hiểu được những rủi ro kèm theo. Ban đầu, kèm theo quyết định có thể nhận được một vài phản hồi. Thiếu sự phản hồi có thể gây ra hoài nghi. Trong suốt những chặng đầu, sau khi tiến hành theo quyết định, doanh nhân phải luôn theo sát quyết định của mình cho đến khi vấn đề được giải quyết. Nếu thuyết phục được rằng một quá trình hành động nhất định sẽ giải quyết được vấn đề, những hành động cụ thể sẽ giúp định rõ kết quả.

Nâng cao quyết định và tăng cường sự hỗ trợ từ người khác sẽ giúp quyết định thành công.

TÓM TẮT

Khả năng mạo hiểm của doanh nhân có những điểm nổi bật sau đây:

- Sự thiện chí, sử dụng toàn bộ năng lực để làm thay đổi những vấn đề cần hoàn thiện theo ý muốn của họ
- Khả năng đánh giá tình huống mạo hiểm theo thực tiễn và khả năng thay đổi những vấn đề cần hoàn thiện
- Nhìn nhận về những tình huống mạo hiểm theo hướng mục tiêu đặt ra để theo đuổi
- Lên kế hoạch hợp lí và hành động đúng đắn.

Hành động mạo hiểm là một phần thiết yếu để trở thành một doanh nhân. Doanh nhân luôn đặt ra mục tiêu cho bản thân và dùng toàn bộ năng lực, trí tuệ để đạt đến mục tiêu. Mục tiêu càng cao, rủi ro càng nhiều. Hành động của những doanh nhân sẵn lòng chấp nhận thử thách và chấp nhận rủi ro có dự tính sẽ tạo nên bước đổi mới trong kinh doanh, làm cho chất lượng hàng hoá và dịch vụ tốt hơn.



Quy trình phân tích một tình huống rủi ro

Mặc dù chấp nhận rủi ro là một kiểu hành vi, nhưng chấp nhận rủi ro có dự tính trước là một kĩ năng có thể cải thiện được. Sau đây là những bước gợi ý để phân tích một tình huống rủi ro:

Đánh giá rủi ro

Bước đầu tiên cần xác minh xem có yếu tố rủi ro kèm theo hay không. Có thất bại tiềm ẩn nào trong một lựa chọn cụ thể nào đó không? Ví dụ: bạn phải đối mặt với yêu cầu tăng sản lượng vì nhu cầu tăng, bạn có những lựa chọn sau:

- Giữ ở mức nhu cầu hiện tại.
- Mua thêm trang thiết bị để đáp ứng nhu cầu.
- Thuê trang thiết bị để đáp ứng nhu cầu.
- Hợp đồng phụ với những nhà sản xuất nhỏ.

Nếu doanh nghiệp duy trì được đủ đồng vốn và nếu nhu cầu dự đoán trong tương lai chắc chắn tăng, thì chỉ có một số rủi ro không đáng kể trong bất cứ lựa chọn nào ở trên, mặc dù lựa chọn đầu tiên làm mất đi cơ hội tăng lợi nhuận. Tuy nhiên, nhu cầu tiếp tục tăng là chưa được khẳng định. Ví dụ: Một sản phẩm hay dịch vụ sẽ trở nên lỗi thời vì có những cái mới cạnh tranh; nhiều công ty sẽ vào cuộc hơn; hoặc thị trường sẽ trở nên gần như bão hoà. Hơn nữa, doanh nghiệp có thể không đủ khả năng chi trả khoản tiền đầu tư bắt buộc mà không được bảo đảm sẽ thu được lợi về. Trong tình huống này, rõ ràng là có rủi ro trong việc quyết định mở rộng sản xuất hay không. Tuy nhiên, dễ thấy rằng có nhiều mức độ rủi ro khác nhau và mức độ lợi nhuận thu lại (thành công) tương ứng cho mỗi sự lựa chọn khác nhau. Vậy bạn đánh giá các lựa chọn như thế nào?

Xác định rõ mục tiêu và đích đến

Bước tiếp theo là xem xét chính sách và mục tiêu của công ty. Mục tiêu của công ty có thể là đạt mức tăng trưởng chậm, hay mức tăng ổn định, hoặc không tăng trưởng, hoặc tăng trưởng trong những lĩnh vực sản xuất khác.

Rủi ro kèm theo có phù hợp với mục tiêu đề ra không? Nếu có, quá trình ra quyết định được tiếp tục và đánh giá cụ thể về những lựa chọn được đảm bảo.

Làm rõ những lựa chọn

Ở một mức độ mạo hiểm nào đó (chẳng hạn như mở rộng sản xuất) phù hợp với mục tiêu của công ty thì bước kế tiếp là thăm dò những lựa chọn khác nhau.

Những lựa chọn này nên được cụ thể đến từng chi tiết hiệu quả để có thể định giá một cách khách quan. Hầu hết chi phí là phí tài chính nhưng những chi phí mang tính cá nhân, xã hội và vật chất cũng nên cộng vào nếu thích hợp. Chẳng hạn như: Một lựa chọn có đòi hỏi nỗ lực thêm của cá nhân không? Việc thất bại có dẫn đến sự mất uy tín trong xã hội không? Phí tài chính và các chi phí khác cho mỗi lựa chọn có khả năng nên được tính cụ thể.

Thu thập thông tin và cân đo các lựa chọn

Công việc tiếp theo là tăng cường tập hợp thông tin để có thể đánh giá thực tế những lợi thế của mỗi lựa chọn. Nên ước tính nhu cầu thị trường trong những điều kiện phỏng đoán khác nhau. Nên đánh giá những phản ứng cạnh tranh có thể xảy ra và tác động của những phản ứng này. Nên theo dõi những hậu quả khác nhau thông qua các kết luận hợp lí:

- Nếu nhu cầu gần điểm bão hoà thì sự thay đổi sản phẩm có kích thích nhu cầu tăng cao trong thị trường mới không?
- Thị trường mới có tồn tại không nếu các hoạt động cạnh tranh làm giảm thị phần hiện nay?

Máy móc có thể dễ dàng thay đổi để sản xuất ra các sản phẩm khác không?

- Các nhà cung cấp và những người kí hợp đồng phụ có thể sẽ đòi tăng thêm gì nếu nhu cầu tăng hay không?
- Nên đánh giá số tiền thu về của công ty trong mỗi lựa chọn theo nền thông tin thị trường, những dự báo nhu cầu trong tương lai, những đánh giá về phản ứng cạnh tranh, và những dự đoán khác bao gồm hành vi của những người liên quan, công ty tài chính hay những nhà sản xuất thiết bị.

Hạn chế tối đa rủi ro

Bước quyết định này gồm đánh giá thực tiễn phạm vi mà doanh nhân có thể tác động đến những vấn đề cần hoàn thiện. Nó bao gồm:

- Nhận thức rõ về năng lực của doanh nhân và khả năng của công ty;
- Khả năng lập ra chiến lược trong việc xác định làm sao có thể thay đổi vấn đề cần hoàn thiện (tăng lên theo ý muốn của chiến lược và chiến thuật để tác động);
- Động cơ, năng lượng, và lòng nhiệt tình để thực hiện chiến thuật.

Lên kế hoạch và thực hiện lựa chọn hợp lí nhất

Sau khi lựa chọn, hãy đề ra một kế hoạch để hành động. Nó bao gồm thời gian biểu, định nghĩa rõ ràng về mục tiêu, một loạt những kế hoạch dự phòng đối với các hậu quả có thể xảy ra và quá trình phản hồi để có thể có những thay đổi cần thiết một cách nhanh chóng.

TÓM TẮT MÔ ĐUN 3, BÀI 3



Bạn hãy ghi nhớ những nội dung chính, những điều ấn tượng nhất mà bạn đã học được sau mỗi phần học để áp dụng trong công việc và cuộc sống của bạn. Hãy vui vẻ và thành công!

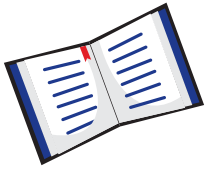
A series of horizontal dotted lines for writing notes.

A series of 40 horizontal dotted lines for writing.



Về Trò chơi kinh doanh

A series of 25 horizontal dotted lines intended for student writing.



Về Môn học

A series of horizontal dotted lines for writing, spanning the width of the page below the rounded box.

PHẦN 3 MỘT SỐ THUẬT NGỮ CƠ BẢN

Báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh (hay báo cáo lỗ lãi, hay báo cáo thu nhập của doanh nghiệp)	Báo cáo thu nhập là báo cáo về doanh thu, chi phí hàng bán ra (giá vốn) và chi phí gián tiếp, qua đó cho thấy lợi nhuận trong kỳ kinh doanh nào đó.
Cạnh tranh	Là sự “ganh đua” giữa các tác nhân trong thị trường, sẽ tạo ra hiệu quả cao hơn trong thị trường. Khuyến khích các mặt hàng chất lượng cao hơn với giá cả thấp hơn.
Chi phí	Tất cả số tiền mà một doanh nghiệp chi ra để sản xuất và bán sản phẩm và dịch vụ. Chi phí có thể chia thành chi phí trực tiếp và chi phí gián tiếp.
Chi phí khởi sự	Chi phí cần một lần chuẩn bị cho việc bắt đầu kinh doanh. Khi doanh nghiệp đã hoạt động có thể không cần các chi phí này nữa.
Cơ hội kinh doanh	Cơ hội kinh doanh có thể định nghĩa đơn giản là một điều kiện, môi trường gợi ý cho một ý tưởng đầu tư hấp dẫn hay một điều kiện tạo ra khả năng hoàn vốn cho người chấp nhận rủi ro. Các cơ hội như vậy được thể hiện dưới hình thức nhu cầu của khách hàng và dẫn đến việc cung cấp một sản phẩm hay dịch vụ tạo ra hay bổ sung giá trị cho người mua hay người tiêu dùng cuối cùng.
Cung và cầu	Tương tác giữa người tiêu thụ và nhà sản xuất để đạt được cân bằng. Giá cả có thể thay đổi vì các điều kiện khác nhau của người tiêu thụ và nhà sản xuất.
Đầu vào	Một cái gì đó (đối với doanh nghiệp hoặc quá trình kinh doanh), như tài nguyên, đưa vào một hệ thống (quá trình kinh doanh) để đạt được một kết quả.
Đầu ra	Là kết quả của một hệ thống (quá trình kinh doanh).

Dịch vụ	Trong kinh tế thị trường, dịch vụ là hàng hóa phi vật chất. Ví dụ cắt tóc, giặt là, xây dựng trang web.
Doanh nghiệp không kinh doanh	Là một cơ sở hay tổ chức hoạt động không phải vì mục tiêu lợi nhuận.
Doanh nghiệp kinh doanh	Là một cơ sở hay tổ chức hoạt động với mục tiêu lợi nhuận.
Doanh thu	Doanh thu là toàn bộ số tiền thu được của doanh nghiệp từ việc bán hàng (trước khi trừ chi phí các loại).
Động não	Động não là một kỹ thuật giải quyết vấn đề có tính sáng tạo cũng như để tạo ra ý tưởng. Mục tiêu là để đưa ra càng nhiều ý tưởng sáng tạo càng tốt.
Đổi mới	Đưa một ý tưởng mới vào thị trường theo dạng sản phẩm hay dịch vụ mới, hay một sự cải tiến tổ chức hay quá trình.
Đơn đặt hàng	Yêu cầu đối với người bán hàng (nhà cung cấp) về việc cung cấp các hàng hóa, dịch vụ nhất định. Có thể đặt hàng bằng cách đến trực tiếp, gọi điện hay viết thư yêu cầu cho nhà cung cấp.
Dòng tiền (lưu chuyển tiền)	Chuyển động của tiền vào và ra của một doanh nghiệp trong một giai đoạn nhất định.
Dự kiến lưu chuyển tiền	Là bảng dự kiến về số lượng tiền vào và ra khỏi doanh nghiệp trong một khoảng thời gian (trong tương lai).
Dự trữ tiền mặt	Một lượng nhỏ tiền mặt do doanh nghiệp giữ để chi cho các khoản bất thường.
Giá trị ròng (giá trị thực)	Phần chủ doanh nghiệp thật sự sở hữu (không tính các khoản nợ - phải trả). Nó thể hiện vốn ban đầu của chủ sở hữu và các khoản lợi nhuận giữ lại.
Giám sát	Là công việc theo dõi, hướng dẫn một người hay hoạt động khác để đảm bảo là mọi việc được thực hiện đúng, an toàn.
GNP bình quân đầu người	Tổng sản phẩm quốc dân chia cho dân số của quốc gia.

Hạ tầng cơ sở	Các trang bị và dịch vụ cơ bản cần để xã hội hoạt động như: các hệ thống vận tải và truyền thông, nước và điện, và các cơ sở công cộng (ví dụ trường học, bệnh viện).
Hóa đơn	Là minh chứng trên giấy về việc đã thanh toán cho hàng hóa hay dịch vụ đã mua. Người bán ký hóa đơn khi trao nó cho bạn.
Hàng tồn kho	Tất cả nguyên liệu, hàng hóa có sẵn để bán hay đang trong quá trình được làm ra để bán.
Kiến thức	Kiến thức bao gồm một tập hợp các thông tin, hiểu biết đã lưu lại, có thể sử dụng lại khi cần.
Kĩ năng	Kĩ năng là khả năng ứng dụng kiến thức.
Lợi nhuận	Tiền thu được qua buôn bán hay kinh doanh, sau khi đã trừ đi các chi phí sản xuất, chi phí bán hàng và dịch vụ. Đây là sự khích lệ để chấp nhận rủi ro. Lợi nhuận thường được dùng cho hai việc: hoàn lại cho chủ sở hữu và đầu tư lại vào doanh nghiệp để phát triển kinh doanh.
Lãi gộp	Là phần giá trị được tính bằng cách lấy doanh thu trừ đi chi phí hàng đã bán (giá vốn).
Lợi nhuận biên	Là phần chênh lệch có được khi lấy giá bán hàng hoá, dịch vụ (giá đầu ra) trừ đi giá mua nguyên vật liệu hay hàng hoá (giá đầu vào): giá đầu ra - giá đầu vào.
Lợi nhuận trước thuế	Phần còn lại sau khi chi phí gián tiếp đã được trừ ra → lãi gộp. Con số này sẽ cho thấy doanh nghiệp làm ăn có lợi nhuận hay lỗ.
Năng suất	Năng suất là tỷ số giữa khối lượng đầu ra đầu vào. Nó cho thấy nguồn lực được sử dụng tốt đến đâu. Để tăng năng suất có nghĩa là giá trị được sản xuất kinh doanh nhiều hơn với chi phí ít hơn.
Nghiên cứu thị trường	Là công việc khảo sát được tiến hành để xác định chi phí của kinh doanh, cạnh tranh, tiềm năng bán hàng, nguyện vọng của khách hàng tiềm năng, điều kiện kinh tế tại chỗ v.v..

Người bảo lãnh	Một người chính thức chấp nhận trách nhiệm cho một khoản nợ. Nếu khoản nợ không được người vay thanh toán đúng theo những điều khoản của hợp đồng tín dụng, người bảo lãnh sẽ phải thực hiện trả nợ thay.
Đối thủ cạnh tranh	Các doanh nghiệp kinh doanh cùng loại hàng hoá/dịch vụ hoặc hàng hoá/dịch vụ tương tự, có thể thay thế với doanh nghiệp của bạn.
Doanh nhân	Người tổ chức và quản lí, thực hiện công việc kinh doanh và chấp nhận rủi ro đi kèm.
Ý tưởng kinh doanh	Ý tưởng kinh doanh là sự phát hiện của một hay nhiều người, hay một tổ chức để giải quyết một vấn đề đã được xác định hay để đáp ứng nhu cầu trong một môi trường (thị trường, cộng đồng...).
Khách hàng	Người mua hàng hóa/dịch vụ (có nhu cầu về hàng hoá/dịch vụ và chấp nhận trả tiền cho bạn).
Kinh doanh	Kinh doanh là việc một cá nhân hoặc một nhóm người thực hiện việc sản xuất hoặc mua hàng hoá và dịch vụ, để bán cho khách hàng với mục đích tạo ra lợi nhuận.
Người tiêu dùng	Người mua hàng hóa hay dịch vụ cho nhu cầu của riêng mình và không bán lại.
Người tiêu dùng	Người mua hàng hóa hay dịch vụ cho nhu cầu của riêng mình và không bán lại.
Nhà cung cấp	Người hay doanh nghiệp bán hàng hay dịch vụ cho doanh nghiệp khác.
Nhà đầu tư	Một người dùng vốn để tham gia một hoạt động tài chính nhằm mục tiêu thu lại lợi nhuận tài chính.
Nhà thầu phụ	Nhà thầu phụ là một cá nhân hay một doanh nghiệp ký hợp đồng tiến hành một phần hay toàn bộ trách nhiệm của một hợp đồng khác. Lợi ích của việc thuê thầu phụ là giảm chi cho thầu chính trong khi vẫn đảm bảo dịch vụ mà lẽ ra thầu chính phải thực hiện.

Nhượng quyền	Nhượng quyền là một sự sắp xếp theo đó nhà sản xuất hay đại lý độc quyền của một sản phẩm hay dịch vụ có thương hiệu cho phép nhà bán lẻ độc lập địa phương phân phối tại chỗ để đổi lấy tiền cấp phép và tuân thủ với các quy trình hoạt động đã được chuẩn hóa.
Khoản nợ	Là một khoản tiền, được hứa sẽ trả trong tương lai, có thể là cho một khoản vay hoặc mua hàng trả chậm .
Nợ dài hạn	Nợ không thể thanh toán trong vòng 12 tháng, như nợ mua nhà.
Nợ ngắn hạn	Là khoản nợ mà bạn phải trả bằng tài sản lưu động. Nợ ngắn hạn là những khoản mục phải trả trong vòng 12 tháng, gồm có thuế, tiền vay và hóa đơn chưa thanh toán.
Phân cấp công việc kinh doanh	Giao một phần quyền hạn điều hành kinh doanh của trung tâm cho các chi nhánh ở các địa phương.
Phiếu xuất hàng	Một văn bản về danh sách các hàng hoá được phân phối, gồm cả số lượng, chủng loại, chất lượng. Đây là văn bản mà nhà cung cấp muốn người mua hàng ký nhận để minh chứng cho việc đã nhận hàng.
Pháp nhân	Một cá nhân hay một nhóm được pháp luật cho phép tiến hành các hoạt động pháp lý.
Phụ cấp và Phúc lợi	Lợi ích ngoài lương cho người lao động (ví dụ ngày nghỉ, nghỉ ốm, bảo hiểm).
Quản lí	Chỉ đạo và quản lí công việc kinh doanh.
Quản lí nhân sự	Quản lí nhân sự là một nhiệm vụ quản lí, điều hành người lao động, trong đó nguồn nhân lực là đối tượng bị quản lí. Quản lí nhân lực là quá trình đảm bảo người lao động phát huy hết khả năng của họ.
Sổ quỹ	Sổ theo dõi tình hình thu chi bằng tiền mặt của doanh nghiệp.

Thị trường	Thị trường của một doanh nghiệp là tất cả mọi người trong một vùng địa lý cụ thể có nhu cầu về một sản phẩm hay dịch vụ và sẵn sàng mua nó.
Thiết bị	Tất cả máy móc, công cụ, đồ trong xưởng, bàn ghế văn phòng mà một doanh nghiệp cần có. Thiết bị thường có giá thành cao và phải tồn tại lâu.
Doanh thu bằng tiền mặt	Là khoản được thanh toán ngay lập tức, không bị nợ (bị mua chịu) sau khi bán được hàng.
Tiếp thị	Quá trình hoạt động thương mại bao gồm quảng cáo, bán hàng và phân phối một sản phẩm/dịch vụ để thỏa mãn khách hàng.
Tiếp thị định hướng	Tập trung nỗ lực để tiếp thị vào một hay hai phân đoạn thị trường.
Tính sáng tạo	Tính sáng tạo là năng lực để thiết kế, định hình, chế tạo hay làm một cái gì đó theo cách mới.
Tổng sản phẩm quốc dân	Khối lượng đầu ra của các hàng hóa và dịch vụ trong toàn quốc.
Tự tạo việc làm	Tự tạo việc làm là hoạt động khi một cá nhân tạo ra cơ hội việc làm cho chính mình khi mở một hoạt động kinh doanh.
Vốn chủ sở hữu	Phần tiền mà chủ doanh nghiệp đã góp vào vào doanh nghiệp.
Vòng đời sản phẩm	Là một lý thuyết về marketing, trong đó các sản phẩm hay một loại sản phẩm tuân thủ một chuỗi các giai đoạn: giới thiệu, tăng trưởng, chín muồi và bán chậm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Các tài liệu tham khảo sau dành cho giáo viên và học sinh quan tâm tìm hiểu nhiều hơn về kinh doanh. Đây không phải là danh sách đầy đủ. Những người muốn biết thêm có thể học từ các tài liệu này, internet và những nguồn khác.

1. Tài liệu SIYB của ILO có trên địa chỉ internet <https://fragilestates.itcilo.org/training-opportunity/siyb-training-trainers>.
2. Tìm trên Internet, dùng các trang tìm kiếm như www.google.com hay www.yahoo.com. Tìm 'entrepreneurship', 'entrepreneurship education' hay các chủ đề khác.
3. GEM research consortium 2003, Global Entrepreneurship Monitor. Xem <http://www.gemconsortium.org>.
4. Haftendorn, K. ; Salzano, C. 2003. Facilitating Youth entrepreneurship. An analysis of awareness and promotion programmes in formal and youth education. ILO/SEED Working Paper No. 59, Series on Youth Entrepreneurship.
5. Manu, G. and Brown, R. 1987. Resources for the Development of Entrepreneurs: A Guided Reading List and Select Annotated Bibliography. Commonwealth Secretariat, London.
6. McClelland, D.C. 1961. The Achieving Society. Van Nostrand, Princeton, NJ.
7. McClelland, D.C. and Winter, D.G. 1969. Motivating Economic Achievement. Free Press, New York.
8. Olm, K.W. and Eddy, G.G. 1985. Entrepreneurship and Venture Management: Text and Cases. Charles E Merrill Publishing Co., Columbus, Ohio.
9. Timmons, J.A. 1994. New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century. 4th Edition. Irwin.

Cuối cùng, Giáo dục Kinh doanh là vui vẻ. Bạn hãy ghi nhớ lại những điều ấn tượng nhất mà bạn đã học được sau mỗi bài học để áp dụng trong công việc và cuộc sống của bạn. Hãy vui vẻ và thành công.



Giáo dục về kinh doanh
trong nhà trường và các cơ sở
đào tạo nghề và kỹ thuật

Chương trình Quốc tế về xóa bỏ Lao động Trẻ em

Tổ chức Lao động Quốc tế
4, route des Morillons, CH-1211 Geneva 22 – Switzerland
www.ilo.org/ipecc - e-mail: ipecc@ilo.org

Thông tin liên hệ

Văn phòng Tổ chức Lao động Quốc tế tại Việt Nam
48-50 Nguyễn Thái Học, Hà Nội, Việt Nam
Tel.: (84-4) 3734 0902
Fax: (84-4) 3734 0904
E-mail: hanoi@ilo.org
Website: www.ilo.org/hanoi



ISBN 978-92-2-133295-4 (web pdf)