BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHENIKAA**

Logo, company name

Description automatically generated

**TIỂU LUẬN CUỐI KỲ**

**Mô hình xây dựng nội thất & sản phẩm bằng vật liệu tái chế**

**Môn học: Kỹ năng khởi nghiệp và lãnh đạo**

**Giảng viên : Nguyễn Xuân Thành**

**Sinh viên :**

**< Vũ Quang Thoại> - <20010830> - <CNTT2>**

**< Đinh Văn Thức> - <20010927> - <CNTT4>**

**< Trần Ngọc Minh> - <20010805> - <CNTT2>**

**< Phạm Tiến Thành Công> - <20010886> - <CNTT4>**

**HÀ NỘI, 06/2022**

**MỤC LỤC**

1. **Tóm tắt dự án kinh doanh**
2. **Phân tích thị trường**

**Tham khảo thị trường Việt Nam**

**Tham khảo thị trường Quốc tế**

1. **Mô tả doanh nghiệp và sản phẩm**

**Mô tả doanh nghiệp**

**Mô tả sản phẩm**

1. **Kế hoạch marketing**
2. **Kế hoạch phát triển doanh nghiệp**
3. **Kế hoạch nhân sự**
4. **Rủi rỏ cơ bản khi thực hiện mô hình**
5. **Kế hoạch tài chính**

**CAM KẾT BẢN QUYỀN**

Hiện nay do biến đổi khí hậu cũng như việc chất thải ra môi trường gây hệ lụy xấu đối với không chỉ Việt Nam mà con cả quốc tế ngày càng da tăng. Trong hoàn cảnh đó nhiều ý kiến giải pháp được đưa ra nhằm giải quyết vấn đề này, việc sử dụng lại vật liệu tái chế là một ý tưởng hay và khả thi. Hiện nay việc sử dụng sản phẩm tái chế và xây dựng bằng vật liệu tái chế tuy chưa phát triển nhưng lại là một tiềm năng lớn, nó không chỉ mang lại các giá trị doanh thu hữu hình mà còn mang lại nhưng tác động nhỏ vô hình, dần dần ảnh hưởng tới môi trường.

Cơ hội nắm bắt ý tưởng kinh doanh này của nhóm dựa trên đánh giá suy nghĩ về tác động của nó mang lại cũng như nhận thấy được tiềm năng của mô hình, giải quyết được vấn đề cũng như đem lại giá trị lợi nhuận, đặc biệt với mô hình Kinh doanh này, mang lại cho mọi người giá thành vừa phải, nguồn cung không quá khó tìm và rẻ cũng như đảm bảo chất lượng, phù hợp với các không gian tối giản hoặc không quá cầu kỳ, đáp ứng nhu cầu độc lạ trong hình ảnh xây dựng kinh doanh dịch vụ nội thất, xây dựng.

Nhóm xin cam kết bản báo cáo của nhóm là tự tìm hiểu và đưa ra ý tưởng, các nguồn tài liệu tham khảo về mặt kỹ thuật và thị trường từ các báo cáo công bố trên cộng đồng, không vi phạm các quy tắc về bản quyền, đạo nhái, không làm lộ bí mật thương mại.

1. **Tóm tắt dự án.**

Hiện nay, trong quá trình phát triển và xây dựng xã hội, việc khan hiếm nguyên vật liệu, tìm kiếm các vật liệu thay thế hoặc thỏa mãn những ý tưởng kiến trúc độc lạ là một trong những vấn đề đang và được thực thi. Việc sử dụng vật liệu tái chế để kiến trúc sáng tạo ra một không gian cũng không còn mới lạ nhưng cũng chưa được phát triển mạnh mẽ. Do đó, đây cũng là một cơ hội mà nhóm muốn nắm bắt, muốn phát triển mạnh mẽ khả năng thực thi này không chỉ là để khởi nghiệp mà còn để phát triển ý tưởng của thành viên trong nhóm. Việc thực thi ý tưởng vừa đáp ứng được các vấn đề cần giải quyết, vừa cho thấy mặt tích cực về tính nghệ thuật và sáng tạo.

Ý tưởng là startup một đội nhóm, một công ty có khả năng cung cấp các ý tưởng, thiết kế, khả năng sáng tạo và có khả năng cung cấp nguồn nhân lực cũng như thực thi được những thiết kế đề ra.

Đối với mặt thiết kế: chính ý tưởng là thành lập lên một mô hình có kỹ năng về ngành nghề thiết kế, kiến trúc để đưa ra các ý tưởng xây dựng, sáng tạo thỏa mãn sở thích khách hàng. Liên kết và triển khai, kinh doanh ý tưởng.

Đối với mặt thực thi: thu gom, tạo ra các vật liệu tái chế theo ý tưởng, thực hiện sản xuất đảm bảo chất lượng sản phẩm là các trang bị nội thất, thực thi xây dựng không gian, kiến trúc theo mô hình được thiết kế đối với các khách hàng như các quán cà phê, những khách hàng muốn có không gian độc lạ, tiết kiệm mà sáng tạo, thân thiện với môi trường.

1. **Phân tích thị trường.**
2. Thị trường vật liệu tái chế ở Việt Nam

* Với thị phần nhựa xây dựng chiếm 25% trong cơ cấu tiêu thụ nhựa của Việt Nam, việc sử dụng nhựa tái chế để sản xuất vật liệu xây dựng có tiềm năng rất lớn.
* Ở nước ta, nhu cầu tái chế và sử dụng nguyên liệu tái chế vào sản xuất là rất lớn, đặc biệt là trong các ngành công nghiệp, chỉ tính riêng ngành giấy, có đến 70% nguyên liệu cho ngành là từ nguồn giấy tái chế trong khi tỷ lệ thu hồi giấy đã qua sử dụng là rất thấp (khoảng 25 - 30%), với ngành nhựa (hầu hết nguyên liệu cho sản xuất là nhập khẩu), nếu làm tốt công tác tái chế nhựa để đáp ứng một phần nguyên liệu cho sản xuất thì hàng năm nước ta tiết kiệm được hàng trăm triệu đô la.

1. Thị trường quốc tế.

* Nhu cầu của vật liệu xây dựng đang tăng lên từng năm. Việc xây dựng vật liệu đang phát triển, nhưng mặt khác, chi phí của nó cũng đang tăng lên. Việc sử dụng đúng cách chất thải làm vật liệu xây dựng sẽ giảm chi phí, bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường từ tác động của chất thải và các mối nguy hiểm, v.v. Nghiên cứu được trình bày cung cấp khai thác liên quan đến chất thải làm vật liệu thay thế trong công trường xây dựng và cho thấy cơ hội của chất thải việc làm như một vật liệu đầy hứa hẹn để xây dựng với nó.
* Vật liệu, sản phẩm tái chế được sử dụng chủ yếu cho xây dựng.

Chart, pie chart

Description automatically generated



* Quy mô thị trường nhựa tái chế toàn cầu dự kiến sẽ đạt 69,2 tỷ USD vào năm 2030, theo một báo cáo mới của Grand View Research, Inc., tăng trưởng với tốc độ CAGR là 4,8% trong giai đoạn dự báo. Mối quan tâm ngày càng tăng về môi trường, đô thị hóa nhanh chóng và công nghiệp hóa, và nhu cầu ngày càng tăng để giảm lượng khí thải carbon trong sản xuất nhựa nguyên sinh dự kiến sẽ thúc đẩy nhu cầu về nhựa tái chế trong giai đoạn dự báo. Nhu cầu về nhựa tái chế dự kiến sẽ tăng chủ yếu trong ứng dụng đóng gói, bao gồm bao bì thực phẩm & đồ uống chế biến, y tế, điện tử và các sản phẩm khác, do số ca dương tính với COVID-19 ngày càng tăng.
* Phân khúc ứng dụng xây dựng và xây dựng dự kiến sẽ chứng kiến CAGR nhanh nhất trong giai đoạn dự báo, về doanh thu. Sự tăng trưởng phân khúc được cho là do nhu cầu ngày càng tăng đối với nhựa tái chế trong gỗ composite, ngói lợp, cách nhiệt, đá và hàng rào
* Châu Á Thái Bình Dương chiếm tỷ trọng doanh thu lớn nhất vào năm 2021. Thị trường tái chế ở Trung Quốc được ước tính sẽ chứng kiến sự tăng trưởng đáng kể để đạt giá trị ròng 17,3 tỷ USD vào năm 2030.

1. **Mô tả doanh nghiệp và sản phẩm**
2. Mô tả doanh nghiệp

* Công ty Thiết kế nội thất và xây dựng bằng vật liệu tái chế
* Công ty Thiết kế nội thất và xây dựng bằng vật liệu tái chế được ra đời với kì vọng mang đến những sản phẩm và không gian thân thiện với môi trường.
* Kinh doanh sản phẩm nội thất và xây dựng không gian được thiết kế bằng vật liệu tái chế đảm bảo an toàn quy định.

1. Tầm nhìn:

Với khát vọng không ngừng bảo vệ môi trường và tuyên truyền cho mọi người về ý thức bảo vệ môi trường Công ty Thiết kế nội thất và xây dựng bằng vật liệu tái chế muốn đem đến cho người tiêu dùng sản phẩm được tái chế và không gian xây dựng dựa trên vật liệu tái chế một sự độc lạ, cũng như chất lượng tốt và giá thành vừa phải.

1. Mục tiêu khách hàng nhắm đến:

Nắm bắt được nhu cầu của nhiều doanh nghiệp nhỏ, quán nước , quán cà phê ,….. những quán bắt đầu khởi nghiệp lượng vốn chưa cao , đây sẽ là giải pháp hữu ích cho loại hình doanh nghiệp nhỏ có một sự lựa chọn về nội thất tốt, đẹp và phù hợp với kinh phí có thể đầu tư.

Các hộ gia đình cũng là mục tiêu mà công ty nhắm đến. Nội thất là thứ không thể thiếu trong mỗi căn nhà. Nhưng không phải ai cũng có thể bỏ một số tiền lớn để đầu tư vào nội thất, sự lựa chọn nội thất tái chế là một ý kiến không hề tồi.

Ngoài ra các công ty lớn cũng có thể chọn nội thất tái chế để tiết kiệm chi phí và góp phần bảo vệ môi trường.

1. Địa điểm và cơ sở vật chất:

- Khâu sản xuất:

* Nhà máy sản xuất chính thức của công ty
* Khâu tiếp cận khách hàng:
* Công ty sẽ chia ra thành các chi nhánh nhỏ để tiếp cận với thị trường.
* Cơ sở vật chất sẽ được theo một form nhất định.

1. Đội ngũ quản lí và nhân viên :

* Mỗi cơ sở gồm có :
* 1 quản lí
* 2 nhân viên tư vấn khách hàng
* 2 nhân viên thiết kế
* 5-10 nhân viên vận chuyển và thi công lắp đặt(Tuỳ theo lượng khách hàng).

1. Sứ mệnh:

* Chung tay bảo vệ môi trường vì hiện của chúng ta và tương lai mai sau.
* Tạo giá trị cho cuộc sống.

1. Mục tiêu kinh doanh:

* Sử dụng vật liệu đã qua sử dụng và tái chế lại để thiết kế nội thất.

1. Sản phẩm chính:

* Nội thất bằng vật liệu tái chế: bàn ghế , tủ ,kệ……….
* Không gian bằng vật liệu tái chế: container, quán cà phê,…

1. Giá trị cốt lõi:

* Đối với khách hàng:
* Cam kết cung cấp sản phẩm chất lượng và dịch vụ tốt nhất.
* Đối với nhân viên:
* Xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động, sáng tạo và nhân văn, tạo điều kiện thu nhập cao và cơ hội phát triển công bằng.
* Đối với xã hội:
* Hài hòa lợi ích doanh nghiệp với lợi ích xã hội, đóng góp tích cực vào các hoạt động hướng về cộng đồng, thể hiện tinh thần trách nhiệm đối với xã hội.

1. Lĩnh vực hoạt động

* Sản xuất, xây dựng, xuất khẩu, kinh doanh các sản phẩm đến từ nguyên liệu tái chế.
* Trụ sở chính: 888 phố Nhà Chung – Hoàn Kiếm - Hà Nội
* Nhà máy : 666 phường Minh Khai Hạ Long Quảng Ninh
* Địa chỉ : 888 phố Nhà Chung – Hoàn Kiếm - Hà Nội
* Điện thoại: 0934309001
* Fax: ( đường dây nóng ) 0888.888.888
* Email: noithatdep@gmail.com

1. Mô tả sản phẩm

* Nội thất bằng nguyên liệu tái chế.
* Các sản phẩm của công ty đều được tái chế bằng những nguyên liệu tốt nhất, thân thiện với môi trường .

1. **Kế hoạch Marketing**

* Thị trường : Nội thất .
* Khách hàng : Cá nhân, gia đình và các doanh nghiệp từ nhỏ đến lớn .
* Đối thủ cạnh tranh : Các cửa hàng nội thất tuyền thống và một số ít các công ty nội thất tái chế tương tự ,….
* Kênh phân phối:
* Hệ thống các cơ sơ, cửa hàng của công ty.
* Hệ thống website chính thức của công ty.
* Nền tảng Facebook,Tiktok , Instagram ,Zalo…..
* Quảng cáo:
* Phát tờ rơi.
* Sử dụng thông điệp bảo vệ môi trường.
* Truyền thông mạng.
* Quảng cáo qua các kênh chính thức của Công ty Facebook,Tiktok,Youtube…….
* Sử dụng phương pháp truyền miệng khách hàng .
* Mở triển lãm.

Sử dụng các phương tiện truyền thông như Tick tok, YTB, FB, INS quảng bá sản phẩm.

* Khuyến mãi :
* Khuyến mãi khai chương 20%.
* Tặng voucher cho khách hàng thứ 1 ,10, 100, 1000 ,………..
* Tặng voucher cho khách hàng có mã giới thiệu và khách hàng giới thiệu.
* Thái độ nhân viên bán hàng:

Quản lí chặt chẽ thái độ của nhân viên với khách hàng, quản lí với nhân viên. Sao cho nhân viên luôn tạo cho khách hàng có một cảm xúc tốt nhất khi đến với cửa hàng.

Đối với nhân viên tư vấn thiết kế: Tư vấn cho khách hàng các mẫu thiết kế đẹp, để cho khách hàng ít nhất là 3 sự lựa chọn về thiết kế.

1. **Kế hoạch phát triển doanh nghiệp:**

* **Các dấu hiệu đến thời điểm để phát triển mở rộng mô hình kinh doanh :**

Tất cả các chủ doanh nghiệp đều biết rằng tăng trưởng là điều cần thiết cho sự thành công của doanh nghiệp trong dài hạn. Chỉ dựa vào khách hàng hiện tại sẽ không đủ để kích thích dòng tiền của bạn.

Tuy nhiên, với tư cách là một doanh nghiệp mới, điểm mấu chốt là việc mở rộng quá nhanh trong thời gian ngắn có thể gây thiệt hại cho hoạt động kinh doanh của bạn hoặc thậm chí khiến công ty của bạn bị phá sản.

* Tìm hiểu đánh giá để biết doanh nghiệp của mình đã sẵn sàng nâng cấp mô hình kinh doanh chưa, nếu:
* Doanh nghiệp có lợi nhuận trong vòng hai năm liên tục.
* Doanh nghiệp đang có phát triển hàng năm.
* Doanh nghiệp đang có một cơ sở khách hàng trung thành đang tăng trưởng đều đặn.
* Thị trường ngách kinh doanh của doanh nghiệp đang được mở rộng.
* Kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp và đã đạt được các mục tiêu của nó.
* Doanh nghiệp đang có một dòng tiền lành mạnh, đáng tin cậy.
* Đánh giá xem doanh nghiệp liệu có thể theo kịp được những nhu cầu từ khách hàng mới.
* Nghiên cứu một mô hình kinh doanh khả thi.
* Nếu doanh nghiệp có thể phù hợp với những tiêu chí này thì có thể đã sẵn sàng chuyển sang các bước tiếp theo và thu hút khách hàng mới.

1. **Thu hút cơ sở khách hàng:**

Trong kinh doanh, việc giữ chân khách hàng hiện tại luôn tiết kiệm chi phí hơn là thu hút những khách hàng mới. Cần phải đảm bảo được doanh nghiệp sẽ đặt sự tham gia của khách hàng ở đầu danh sách. Vì đây là cách tốt nhất để bạn xây dựng được mối quan hệ khách hàng trung thành.

Tăng trưởng rất tốn kém và khi bạn xây dựng và phát triển doanh nghiệp, bạn không thể để mất khách hàng hiện tại để đổi lấy lợi ích của những khách hàng tiềm năng khác.

Doanh nghiệp để thu hút cơ sở khách hàng cần phải xác định rõ hai tiêu chí:

* Đối tượng khách hàng cụ thể mà doanh nghiệp sẽ hướng tới
* Những gì mà khách hàng cần

Nhất là với doanh nghiệp mới bắt đầu cần đảm bảo rằng doanh nghiệp đã đáp ứng được nhu cầu của một thị trường,các mục tiêu được xác định rõ ràng trước khi có thể bắt đầu nghĩ về khách hàng mới.

Ngoài ra có thể khảo nhu cầu của khách hàng hiện tại thông qua các kênh dịch vụ khách hàng và đánh giá của người dùng và để họ sẽ cho biết những trải nghiệm của họ. Những trải nghiệm ấy sẽ là một bộ hướng dẫn để phát triển các ý tưởng của doanh nghiệp.Và cũng cần phải chú ý đến thị trường và các công ty đối thủ cạnh tranh.

1. **Tận dụng lợi điểm bán hàng độc nhất của doanh nghiệp (USP)**

**\*Khái niệm:** USP là viết tắt của unique selling point (lợi điểm bán hàng độc nhất) là điều khiến khách hàng yêu thích một thương hiệu và là lý do họ chọn doanh nghiệp của bạn thay vì các doanh nghiệp cạnh tranh khác.

Để xác định USP cho khách hàng cho doanh nghiệp, cần phải suy nghĩ về sản phẩm hoặc dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp cụ thể là thiết kế nội thất bằng các vật liệu tái chế.

USP có thể được chia thành ba loại:

* Giá bán: Các sản phẩm làm bằng vật liệu tái chế của doanh nghiệp sẽ phải có giá cả phải chăng hơn hoặc không được quá chênh lệch so với sản phẩm thông thường hay của các doanh nghiệp cạnh tranh.
* Sản phẩm: Doanh nghiệp của bạn cung cấp các sản phẩm nội thất được làm bằng vật liệu tái chế có chất lượng cao hơn,có tính độc đáo hơn so với các doanh nghiệp nhỏ khác trong thị trường ngách của bạn.
* Dịch vụ: Doanh nghiệp sẽ cung cấp dịch vụ khách hàng, hỗ trợ sau bán hàng, bảo hành và thông tin kỹ thuật tốt hơn so với các doanh nghiệp cạnh tranh.

1. **Tăng tuần suất hiện diện của doanh nghiệp:**

Tăng cường tần suất hiện diện của doanh nghiệp hay sản phẩm trên mạng là cách tốt nhất để thu hút khách hàng tiềm năng mới đến với sản phẩm và doanh nghiệp.

Để thực sự tận dụng tiềm năng phát triển của các sản phẩm của doanh nghiệp, cần tối đa hóa sự hiện diện của sản phẩm và doanh nghiệp trên các nền tảng.

Nói chung, điều này có thể được thực hiện theo ba cách:

* Sử dụng các chiến dịch Marketing,sử dụng email marketing,các content marketing và quảng cáo có trả tiền để tiếp cận khách hàng tiềm năng mới.
* SEO: Cần tối ưu hóa trang web về sản phẩm để tận dụng các cơ hội mới từ lưu lượng truy cập tìm kiếm không phải trả tiền.
* Mạng xã hội: Có sự hiện diện trực tuyến rõ ràng trên các nền tảng truyền thông xã hội – nơi mà đối tượng mục tiêu của bạn sử dụng thường xuyên,lựa chọn các nền tảng mạng xã hội phù hợp như :Facebook,tiktok,youtube,….

Theo trang Hostpapa thống kê, tiếp thị qua email và các nền tảng trực tuyến có thể mang lại $38 cho mỗi $1 được chi tiêu và là một trong những cách rẻ nhất để có được khách hàng mới. Không chỉ vậy, nó còn khuyến khích khách hàng cũ quay trở lại.

Tập trung vào việc mở rộng danh sách gửi email với các khách hàng tiềm năng chất lượng cao thông qua việc cung cấp nội dung có thể tải xuống, ưu đãi đặc biệt hoặc các chương trình khuyến mãi khác nếu doanh nghiệp và các sản phẩm mới đang muốn mở rộng.

1. **Phát triển và mở rộng các sản phẩm,dịch vụ hiện tại của doanh nghiệp:**

Cách tốt nhất để mở rộng quy mô kinh doanh dựa trên sản phẩm là nghĩ về nó như thể nó là một doanh nghiệp dựa trên dịch vụ phục vụ khách hàng.

* Xác định cách tiếp cận của doanh nghiệp và nhu cầu thiết yếu của các khách hàng mục tiêu mà doanh nghiệp nhắm tới.
* Đảm bảo hệ thống hóa các giai đoạn sản xuất hoặc dòng sản phẩm của doanh nghiệp.
* Chỉ định vai trò rõ ràng cho các thành viên trong nhóm.

Sau đó, cần phải tìm ra một dòng mô tả thương hiệu làm rõ bạn đang giải quyết được vấn đề gì cho xã hội, cho khách hàng, và lợi ích mà sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn mang lại đến môi trường và khách hàng.

Cuối cùng, có thể cho mọi người thấy kết quả thực sự từ sản phẩm của để đảm bảo rằng những vấn đề ban đầu đề ra đã được các sản phẩm của doanh nghiệp giải quyết một cách hiệu quả.

**\*Đa dạng thêm các sản phẩm:**

Có thể thêm nhiều sản phẩm được làm từ vật liệu tái chế hơn,mang tính thẩm mỹ và độc đáo hơn (như là bàn ghế,kệ chồng hoa làm bằng gỗ bỏ hay bánh xe,…) vào các dòng sản phẩm của doanh nghiệp cũng là một cách tuyệt vời để tăng doanh số bán hàng và cung cấp các lựa chọn đa dạng hơn cho khách hàng.

Tận dụng dịch vụ khách hàng và các nền tảng trực tuyến để tìm ra những sản phẩm mà khách hàng thực sự cần hay những gì họ muốn,yêu cầu về chất lượng của các sản phẩm được làm từ tái chế và những gì mọi người đang nói về các sản phẩm của doanh nghiệp.

1. **Kế hoạch nhân sự**
2. **Tại sao cần lập bản kế hoạch nhân sự:**

Kế hoạch nhân sự được đánh giá là vô cùng quan trọng trong việc thực hiện quản lý một doanh nghiệp. Có thể nói, phòng ban Nhân sự như một nền tảng đảm bảo sự vận hành hiệu quả của các bộ phận quản lý khác trong toàn thể công ty.

Nguồn nhân lực được lên kế hoạch quản lý bài bản, chi tiết không chỉ đảm bảo năng suất làm việc hiệu quả mà cả sự phát triển của nguồn lực nhân sự. Về lâu dài, điều này giúp xây dựng đời sống tinh thần thoải mái và tạo động lực cho nhân viên tích cực đóng góp cho tổ chức

1. **Kế hoạch nhân sự:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Vị trí** | Số lượng | Mô tả công việc và vai trò |
| Quản lý | 1 | Quản lý nhân viên,các sản phẩm, đơn hàng và doanh số |
| Nhân viên tư vấn khách hàng | 3 | Tư vấn cho khách hàng về sản phẩm,dịch vụ và lên đơn |
| Nhân viên thiết kế | 2 | Thiết kế và đánh giá về sản phẩm |
| Nhân viên vận chuyển và lắp đặt | 3-5 | Vận chuyển sản phẩm, lắp đặt và hướng dẫn sử dụng cho khách hàng |
| Kế toán | 1 | Tính toán các khoản thu,chi và báo cáo tài chính |

1. **Những rủi ro cơ bản**

* **Một số hình thức rủi ro trong kinh doanh:**
* *Rủi ro về vốn*

Thông thường rủi ro về vốn sẽ xuất hiện trong trường hợp. Nếu công ty đó đang có xu hướng phát triển tốt thì hiển nhiên, bạn sẽ thu về cho mình một khoản lợi nhuận đáng kể, ăn chia theo tỉ lệ mà bạn đã góp vốn ban đầu.

Nhưng ngược lại, nếu không may công ty sa đà có dấu hiệu thua lỗ thì số vốn của bạn chắc chắn sẽ bị ảnh hưởng không hề nhỏ, hay thậm chí là bạn có thể mất luôn cả vốn lẫn lời. Và việc bạn cần quan tâm lúc này nhất chính là tìm cách làm sao để cắt đi khoản lỗ xuống mức thấp nhất có thể.

* *Rủi ro tiền lời*

Rủi ro về tiền lời thường sẽ đi kèm với bonds – trái phiếu. Một khi tiền lời bị giảm thì các công ty phát hành trái phiếu sẽ mua lại hay nói cách khác là “call” các trái phiếu cũ có phân lời cao để phát hành ra các trái phiếu mới với phần lời thấp hơn.

Còn khi tiền lời tăng, giá công phiếu giảm, nếu lúc này người sở hữu trái phiếu bán ra thì giá sẽ thấp hơn là lúc mua mua. Để giảm thiểu rủi ro tiền lời xuống mức thấp thì người mua phải biết được trái phiếu đó có bị “call” hay không, cũng tương tự như rủi ro mất vốn, không nên chỉ mua một trái phiếu duy nhất của một người phát hành duy nhất.

* *Rủi ro thuế vụ*

Thuế vụ tuy nhìn có vẻ không liên quan nhưng nó cũng là một trong những rủi ro trong kinh doanh. Đa số người đầu tư sẽ lợi dụng những kẽ hở trong luật thuế để sinh lời cho mình nhiều hơn. Có người còn mạnh dạn tuyên bố rằng, cách làm giàu nhanh nhất chính là trốn thuế. Hằng năm đều có sự thay đổi liên tục về luật thuế. Nếu chỉ biết lao vào đầu tư mà không tính toán đến rủi ro thế vụ là một sự thiếu sót vô cùng lớn có thể gây ra thiệt hại nặng nề.

* *Rủi ro do thị trường*

Rủi ro thị trường có thể nói là rủi ro kinh doanh mà bất cứ doanh nghiệp nào cũng thường xuyên gặp phải. Trong trường hợp thị trường khi bị “đóng băng”, doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với tình trạng sản phẩm cung cấp ra thị trường không có người mua, nhất là trong thị trường về bất động sản. Một miếng đất hay một ngôi nhà để bán được trong thời gian ổn định có khi phải mất đến cả tháng. Và khi thị trường chững lại thì những sản phẩm đó hoàn toàn bị động “nằm im tại chỗ”.

* *Rủi ro về chiến lược*

Một loại rủi ro khác trong kinh doanh mà chúng ta không thể không nhắc đến chính là rủi ro chiến lược. Muốn xây dựng một doanh nghiệp thành công thì cần phải có một chiến lược hoàn hảo. Tuy nhiên, vạn vật trên đời đều có thể xảy ra và một kế hoạch tưởng chừng hoàn hảo đôi khi lại trở nên nhàm chán vô cùng.

Tình trạng này gọi chung là rủi ro chiến lược. Có khá nhiều yếu tố tác động đến chiến lược của công ty như: nhu cầu của khách hàng, sự thay đổi tiến bộ của công nghệ, chi phí đầu tư cho trang thiết bị tăng giá,… Dù với bất kỳ lý do nào thì nó cũng sẽ ảnh hưởng đến chiến lược. Do vậy, để đạt được mục tiêu, doanh nghiệp cần phải triển khai nhiều cách giải quyết hiệu quả để phòng khi có vấn đề xảy ra.

* *Rủi ro về xã hội và nguồn đầu tư nước ngoài*

Nếu doanh nghiệp bạn có mối liên kết với đầu tư nước ngoài thì rất có thể gặp phải tình trạng rủi ro này trong kinh doanh. Đặc biệt là tại các nước đang phát triển thì rủi ro về kinh tế – xã hội có khả năng xảy ra rất cao vì giá trị tiền tệ của các quốc gia thường dao động lên xuống bất thường và không có sự cố định. Thế nên, khi lựa chọn đầu tư khoản này, dù doanh nghiệp có lãi đi chăng nữa thì vẫn khó tránh khỏi gặp phải các rủi ro.

* **Những yếu tố dẫn đến rủi ro trong kinh doanh**

Dưới đây là một vài yếu tố điển hình thường gặp dẫn đến các rủi ro trong kinh doanh và làm ảnh hưởng trực tiếp đến doanh nghiệp:

* **Biến động trong nhu cầu:** Nếu nhu cầu về sản phẩm có sự ổn định thì nó sẽ giúp làm giảm nguy cơ hình thành  rủi ro trong kinh doanh.
* **Biến động của doanh số:** Một doanh nghiệp sở hữu các sản phẩm có đầu ra ổn định về mức giá cũng như doanh số thì sẽ ít chịu rủi ro hơn rất nhiều so với các doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm có sự biến động mạnh về giá bán trên thị trường.

* **Thời điểm phát triển sản phẩm và chi phí:** Đối với các doanh nghiệp chuyên kinh doanh trong lĩnh vực công nghệ và dược phẩm thì thường phải phụ thuộc vào tốc độ cải tiến chất lượng dòng sản phẩm một cách liên tục để phù hợp với nhu cầu thực tiễn và thị hiếu của khách hàng cũng như sự phát triển không ngừng trên thị trường. Nếu doanh nghiệp đó không chú trọng đến vấn đề này thì sản phẩm sẽ mau bị trở thành lỗi thời dẫn đến việc xảy ra rủi ro trong kinh doanh là điều nghiễm nhiên, thậm chí nó còn có thể khiến doanh nghiệp thất bại và phá sản.
* **Quy mô chi phí cố định:** Công ty có thể sẽ gặp rủi ro cao nếu duy trì chi phí cố định cũng ở mức độ cao và tổng chi phí lại không có biến động giảm khi cần giảm. Vấn đề này còn gọi cách khác là đòn bẩy hoạt động.
* **Cách khắc phục rủi ro trong kinh doanh hiệu quả**

**Bước 1: Xác định bối cảnh hay môi trường kinh doanh**

Trong bước này, chúng ta cần xác định rõ về bối cảnh kinh tê mà mình đang hướng đến kinh doanh như thế nào, nêu ra được những ưu, nhược điểm trong môi trường kinh doanh đó. Từ đó có thể nhận diện được những rủi ro tiềm tàng đang ẩn nấp và phân tích các nguy cơ .

**Bước 2 :Xác định rủi ro tiềm ẩn**

Nếu như không thể xác định hết những rủi ro có nguy cơ gây thiệt hại thì khả năng cao sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả của việc quản trị rủi ro cho chúng ta. Tuy nhiên, cũng có những trường hợp ngoại lệ, khi rủi ro bất ngờ và không thể lường trước được, để xảy ra trong quá trình hoạt động kinh doanh gây ra những tổn thất cho ta.

Do vậy, để có thể xác định được những rủi ro đang ẩn náu một cách tốt nhất thì bạn cần phải hiểu rõ về tình hình kinh doanh hiện tại của doanh nghiệp, cơ cấu tổ chức, phương thức hoạt động, cách vận hành doanh nghiệp cũng như các dự án, chiến lược mà doanh nghiệp đang triển khai. Đối với mỗi môi trường, lĩnh vực khác nhau thì sẽ xảy ra những rủi ro khác nhau.

**Bước 3: Đánh giá rủi ro**

Sau khi đã xác định được rủi ro tiềm ẩn có thể xảy ra gây thiệt hại cho quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thì chúng ra sẽ đến bước tiếp theo đó là tiến hành đánh giá rủi ro. Các rủi ro đưa ra sẽ được phân tích, đánh giá dựa trên những tiêu chí sau: Khả năng rủi ro xảy ra có cao hay không? Trong quá trình hoạt động kinh doanh trước đây đã từng có rủi ro xảy ra hay chưa ? Nếu đã xảy ra thì mức độ thiệt hại là bao nhiêu? Thời điểm nào rủi ro có thể xảy ra và cuối cùng là nguyên nhân dẫn đến.

Vì những rủi ro là điều diễn ra trong tương lai, nó có thể xảy ra hoặc không xảy ra nên đòi hỏi người quản trị rủi ro cần phải có một tầm “nhìn xa trông rộng” và biết đánh giá vẫn đề.

**Bước 4: Xử lý rủi ro**

Điều này cũng được xem như là kế hoạch để ứng phó với rủi ro . Trong bước này, sau khi bạn đã đánh giá các rủi ro của mình và xem xét về những rủi ro được xếp hạng cao nhất để đưa ra kế hoạch và phương án xử lý hoặc cần thiết thì sửa đổi các rủi ro này để đạt được mức rủi ro có thể chấp nhận được. Làm thế nào để bạn có thể giảm thiểu xác suất các rủi ro tiêu cực và tăng cường các cơ hội ? Bạn hãy tạo ra các chiến lược để giảm thiểu rủi ro, lên kế hoạch phòng ngừa sẵn và kế hoạch dự phòng ngay tại bước này.

**Bước 5: Phân công trách nhiệm cho từng bộ phận**

Mỗi rủi ro sẽ liên quan đến từng bộ phận quản lý nhất định do vậy họ có trách nhiệm với những vấn đề rủi ro mà doanh nghiệp đưa ra. Bên cạnh đó, họ còn có nhiệm vụ kiểm tra, đánh giá những rủi ro để có thể theo dõi sát sao và điều chỉnh nó phù hợp theo kế hoạch.

1. **KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH**

[*Kế hoạch tài chính*](https://vuiapp.vn/ke-hoach-tai-chinh) được xem là công việc mất thời gian cũng như nhân lực vì cần sự tham gia của nhiều bộ phận trong doanh nghiệp. Hoạt động này đòi hỏi có đầu tư và nghiên cứu kỹ càng trước khi bắt tay xây dựng.

**Lập kế hoạch tài chính**

Xây dựng kế hoạch này rất quan trọng với doanh nghiệp. Bởi nó liên quan tới mục tiêu tài chính đã xác lập và cách thức dùng nguồn lực nhằm đạt được mục đích.

Sau đây là các bước quan trọng bất cứ doanh nghiệp nào cũng cần chú ý khi xây dựng kế hoạch:

|  |  |
| --- | --- |
| **Các bước** | **Chi tiết** |
| **Nghiên cứu kỹ càng tình hình** | Kế hoạch được xem là một phần của việc quản lý tài chính. Hoạt động kể trên đòi hỏi bạn phải đầu tư thời gian nghiên cứu trước khi bắt tay xây dựng.  Nhà quản trị tuyệt đối không bỏ sót bất cứ thông tin nào liên quan tới vấn đề tài chính. Bạn hãy chuẩn bị cũng như nghiên cứu mọi vấn đề của thị trường để không bỡ ngỡ trước biến đổi và đưa ra quyết định đúng đắn. |
| **Tiến hành xác định nhu cầu tài chính của công ty** | Nhà quản trị sáng suốt thường biết ưu tiên các mục tiêu quan trọng và có bước đi phù hợp. Vì vậy, bạn cần xác định nhu cầu tài chính bằng cách trả lời các câu hỏi như sau:   * Mục tiêu đầu tư của doanh nghiệp/công ty là gì? * Nên đầu tư bao nhiêu tiền? * Đầu tư vào loại hình trái phiếu, cổ phiếu hay cả 2? * Nên đầu tư ngắn hay dài hạn? * …   Khi đã xác định được nhu cầu tài chính cụ thể, bạn sẽ có những định hướng đúng đắn trong bước đi tiếp theo. |
| **Tiến hành thu thập dữ liệu tài chính của doanh nghiệp** | Sau khi xác định rõ ràng, đúng nhu cầu tài chính, việc tiếp theo bạn cần làm đó là lập ra bảng kế hoạch. Nhằm nắm rõ dòng tiền mặt dự định đầu tư cũng như trách nhiệm pháp lý của công ty.  Tại bước này, quý vị sẽ cần tới sự giúp đỡ của các chuyên gia kế hoạch tài chính. Họ sẽ thu thập tài liệu quan trọng về tài sản, khoản khấu trừ thuế, trách nhiệm pháp lý, quỹ hưu trí, báo cáo ngân hàng, nhân viên, môi giới….  Không những vậy, kế hoạch tài chính cần xác định chi tiết các mục như trợ cấp nghỉ hưu, tuổi nghỉ hưu, tình trạng lạm phátxảy ra, phân phối tài sản… và rủi ro sẽ gặp phải trong tương lai. |
| **Phát triển kế hoạch** | Phát triển kế hoạch phải bắt đầu từ vấn đề nhà quản trị đưa ra ý tưởng triển khai cho việc được xem xét tại bước trước. Khâu này bao gồm những mục như giải thích ưu nhược điểm, hiểu biết về hệ thống tài chính, luật thuế. Thậm chí là xem xét sức khỏe lẫn an toàn lao động. |
| **Bắt đầu triển khai kế hoạch** | Triển khai kế hoạch được coi là bước quan trọng và cần thiết trong quá trình xây dựng. Nhà quản trị sẽ mất từ 4 đến 6 tháng để thực hiện công việc đã định.  Tại bước này, những chi tiết phức tạp liên quan tới bảo hiểm, thuế, vấn đề nghỉ hưu… cần được quan tâm nhiều. Nếu được bạn hãy nhờ tới sự cố vấn của bộ phận pháp chế hoặc luật sư bên ngoài để đưa ra quyết định phù hợp nhất.  Rất có thể trong khâu cuối cùng của quá trình triển khai, công việc sẽ nhận nhiều lời đề nghị hợp tác nếu được xây dựng tỉ mỉ, chuyên nghiệp. Đồng thời, nó sở hữu nhiều ý tưởng hoàn hảo, tuyệt vời. |
| **Giám sát kế hoạch** | Khi triển khai, nhà quản trị doanh nghiệp phải theo dõi cũng như giám sát mỗi bước trong quá trình đó. Những bản đánh giá danh mục đầu tư, báo cáo về tình hình thị trường, chọn lựa thuế, cập nhật bảo hiểm… là tài liệu cần xem xét cẩn thận. Để dự đoán lẫn tránh rủi ro xảy ra.  Không những vậy, bạn cần tận dụng tối đa khả năng của bản thân để thăm dò, quan sát, nắm bắt nhanh các biến đổi của thị trường. Chủ động chuyển mình theo thay đổi sao cho phù hợp. |